



UNICAMP

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ECONOMIA
CE - 851 C MONOGRAFIA II



1290002030



TCC/UNICAMP N214e

Empreendedorismo: Oportunidade ou necessidade?

A crescente importância do empreendedorismo na sociedade moderna

Nome: *Alvaro Jim Natsume,*

RA: 991342

Profa. Orientadora: *Profa.Dra. Maria Carolina A. F. de Souza.*

Campinas, Junho de 2004

TCC/UNICAMP
N214e
IE/2030

CEDOC/IE

“O homem tem de aceitar a responsabilidade por si próprio e o fato de que só empregando suas forças é que poderá dar significado à sua vida. Significado, todavia, não implica certeza; com efeito, a busca de certeza impede a de significado. A incerteza é exatamente o que impele o homem a expandir suas forças. Se ele enfrentar a verdade sem pânico, reconhecerá que não há outro significado para a vida se não o que o homem dá à própria vida pela expansão de suas forças, vivendo produtivamente, e que só constante vigília, atividade e empenho podem evitar que falhemos na única grande missão que importa – o desenvolvimento total das forças, dentro das limitações impostas pela lei da existência. O homem nunca deixará de ficar descoberto, de ter dívidas e de formular novas perguntas. Só reconhecendo a situação humana, as dicotomias inerentes a sua capacidade para ampliar suas forças, será capaz de ter êxito nessa missão: a de ser ele próprio e por si próprio, e de conseguir a felicidade por meio da concretização total das faculdades que lhe são peculiares: a razão, o amor e o trabalho produtivo.”¹

FROMM, E.

¹ FROMM, E. “A Análise do Homem”. 12 ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1978, 1983, 212p.

Dedico este trabalho aos meus pais,
minhas irmãs e meus amigos.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a minha família, em especial aos meus pais pela oportunidade que me deram de cursar uma faculdade de primeira linha e por sempre me deixaram escolher os meus caminhos.

Agradeço também a todos os amigos que estiveram comigo durante toda esta jornada que foi tão boa em minha vida. Seja estudando para uma prova difícil, seja em uma mesa de bar ou numa mesa de truco na cantina da Amanda (Que época boa aquela...). Em especial, agradeço àqueles com os quais eu tive o prazer de compartilhar um teto, uma república: Enilsio, Vô, Thiago, Carlos, Matheus e Dudu.

Um agradecimento especial a minha orientadora, Profa. Dra. Maria Carolina A.F. de Souza, carinhosamente chamada de Profa. Carol, pela paciência e pela compreensão que teve comigo no desenvolver deste trabalho.

Carinhosamente,
Jim

Índice

Introdução: Empreendedorismo: A Nova Onda	7
1. A Crescente Importância do Empreendedorismo na sociedade moderna - Um Panorama Brasileiro	11
2. O Empreendedorismo Brasileiro: o ideal e o real	24
3. Incentivos ao empreendedorismo.....	34
4. Empreendedorismo - Os Desafios da Educação Empreendedora	59
5. Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico	69
Considerações Finais	84
Anexo: Uma Caracterização dos Empreendimentos Informais	87
Bibliografia	93
Links.....	95

Empreendedorismo: Oportunidade ou Necessidade?

A Crescente Importância do Empreendedorismo na Sociedade Moderna

Campinas, Junho de 2004

Empreendedorismo: a nova onda

“O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa. É o impulso fundamental que aciona e mantêm em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.”

Joseph Alois Schumpeter (1883 – 1950)

O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo. Descontextualizada, esta frase pode criar uma ilusão aos observadores (nacionais e estrangeiros) mais desavisados. No entanto, quando avaliamos alguns dados relativos a importância das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) na produção nacional, vemos que o papel do empreendedor é fundamental na economia brasileira.

Quando observamos o resultado do Global Entrepreneurship Monitor² (Ver Relatório Global, 2002), ratificamos esta realidade. Especialistas do Babson College e da London Business School criaram um *ranking* com os povos mais empreendedores do planeta. Foram avaliados dados de 37 países. O Global Entrepreneurship Monitor (GEM), edição de 2002, mostra o Brasil como um país de nível relativamente alto de atividade empreendedora, com uma taxa, a TAE – Taxa de Atividade Empreendedora - de 13,5%. Mas, existe uma ressalva: 55,6% dos empreendedores estão envolvidos pela necessidade e não por uma oportunidade.

Segundo o relatório de 2002, estima-se que no Brasil, 14,4 milhões de pessoas estavam envolvidas em alguma atividade empreendedora, ou seja, um em cada sete brasileiros estava empreendendo; fato este que coloca o Brasil em sétimo na classificação mundial do empreendedorismo. Na contagem geral, o Brasil participa com 5 % dos 286

² GEM é um projeto de pesquisa sobre questões relacionadas ao empreendedorismo, tais como: as diferenças entre os países em termos de capacidade empreendedora; a contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico e tecnológico; relações entre riquezas de oportunidades empreendedoras e a capacidade dos indivíduos de explorar novas oportunidades e o potencial dos governos para promover o empreendedorismo. Desta maneira, o GEM avalia o impacto da atividade empreendedora no PIB e na geração de emprego nos países, possibilitando que agentes políticos e a iniciativa privada possam usar seus resultados como subsídio para desenvolver programas e adotar uma política incentivadora e favorável ao crescimento deste segmento. É realizada no mundo inteiro e coordenada por especialistas da Babson College e da London Business School.

milhões de empreendedores ativos em 2002 nos 37 países participantes da pesquisa que resultou no relatório. Não por acaso, os empreendedores, que em quase sua totalidade são micro e pequenos empresários, assumem tamanha importância no desenvolvimento econômico e da renda nacional.

Segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho (RAIS / TEM) de 2000, 93% do total dos estabelecimentos empregadores do país são empresas de micro ou pequeno porte, respondendo por 20% do Produto Interno Bruto (PIB) e 53% dos empregos informais no Brasil.

Tabela I – Participação das MPes na Economia Brasileira

Variável	As MPes no Brasil (em %)
Total de Estabelecimentos Empregadores	93
Trabalhadores Formais	53
PIB	20
Valor Total Exportado	12,4

Fonte: RAIS (2000), Funcex (2002), MONAMPE (2003)

No entanto, ainda são mínimos ou escassos os incentivos / recursos para a criação de MPes. Apenas 10% do crédito ofertado no Brasil é destinado as MPes. A carga tributária é altíssima e a educação (qualificação / conhecimento / capacidade) do empreendedor brasileiro ainda é um tanto quanto limitada.

O empreendedorismo brasileiro apresenta uma característica peculiar: o empreendedorismo por necessidade. Em economias de níveis diversos de desenvolvimento observa-se, atualmente, a redução de postos de trabalho, a urgência da criação de novos empregos e, freqüentemente, a necessidade de readaptação da mão-de-obra a novas ocupações e funções criadas, paralelamente à constante re-qualificação de suas habilidades enquanto trabalhador.

Particularmente no Brasil, ao crescimento da demanda por novos postos de trabalho resultante do aumento populacional, associou-se uma conjuntura recessiva na década de oitenta que resultou no crescimento da velocidade e intensidade da reestruturação organizacional nos anos noventa, o que acabou por eliminar postos de trabalho, particularmente no setor secundário (indústria) da economia. Estas tendências acarretam em

um desequilíbrio acentuado entre as necessidades de absorção da força de trabalho e a possibilidade de oferta de empregos.

É aqui que se dá o foco de nossa análise sobre o empreendedorismo brasileiro. Não é a existência do fator “necessidade” que surpreende no empreendedorismo brasileiro mas, sim, o tamanho dessa necessidade que o torna peculiar: 55% dos empreendedores brasileiros empreendem por necessidade. A necessidade de um emprego, a necessidade de garantir o sustento da família está levando milhares de brasileiros a arriscarem-se no mundo dos negócios como a única forma de sobrevivência. É o auto-emprego.

Devido à elevada carga tributária, a única saída para os menos favorecidos é a informalidade. O fato de não possuir o capital necessário, o conhecimento básico para a abertura do negócio e o apoio maior por parte do Estado, a informalidade configura-se como a única alternativa de sobrevivência.

Assim, frente a esta conjuntura peculiar, e dado que o emprego é o assunto em pauta da economia brasileira, este trabalho procura investigar e levantar as características do empreendedorismo, a sua origem, a sua importância e trazer a discussão para o âmbito brasileiro. A idéia é caracterizar o empreendedorismo brasileiro, identificando seus pontos fortes e fracos e sugerindo algumas idéias para que o empreendedorismo exerça, na sociedade brasileira, um papel de variável componente do desenvolvimento econômico.

Este trabalho fará uma revisão bibliográfica sobre o empreendedorismo em seus aspectos econômicos e sociais. Na chamada “Era do Conhecimento”, o Brasil precisa tomar uma nova postura, valorizando o conhecimento para superar as barreiras do subdesenvolvimento e lançar-se perante a economia mundial como a nova potência econômica. E o empreendedorismo pode ser uma ferramenta poderosa, se manejada de forma correta, o que, infelizmente, não vem acontecendo.

Desse modo, no primeiro capítulo, são apresentadas as características do empreendedorismo, a importância na sociedade moderna e um panorama do empreendedorismo brasileiro. No capítulo seguinte, é analisada a causa da peculiaridade do empreendedorismo: o empreender por necessidade e o crescimento da economia informal. No capítulo 3, discute-se a questão do crédito e a questão tributária. No capítulo 4, expõe-se algumas idéias para prover o “bom” empreendedorismo no Brasil. Por fim, no quinto e último capítulo, tenta-se fazer uma relação entre o empreendedorismo e o

desenvolvimento econômico. A tentativa é de afirmar, ou melhor, reafirmar o empreendedorismo como uma variável do desenvolvimento econômico.

1. A crescente importância do empreendedorismo na sociedade moderna – um panorama brasileiro.

O novo milênio já começou. A “Era do Conhecimento”, como muitos a chamam, proporciona acesso a um número de informações muito maior do que podemos absorver, e, ao mesmo tempo, nunca se teve tanta incerteza quanto ao futuro profissional. Os jovens perguntam-se se devem seguir as carreiras tradicionais ou entrar na corrida da indústria da informação, abrindo seu próprio negócio. Muitos questionam se vale a pena continuar estudando. Funcionários não sabem se terão suas vagas no dia seguinte. Se perderem, sabem que será muito difícil conseguir outra vaga no mercado de trabalho, principalmente se estão além da meia-idade. A maioria das pessoas empregadas está insatisfeita com seu trabalho, salário e rumo de suas carreiras. O que fazer? Quais as alternativas?

Uma sugestão que contribui para que se reinvente a carreira é: seja empreendedor, ou como definiu Souza, C.: “*seja presidente de sua própria vida*”³.

O emprego-padrão de hoje, com vínculo salarial, patrão e horário rígido, já é coisa do passado. As vagas de emprego nas empresas estão cada vez mais escassas, devido às crises financeiras e à crescente apropriação das vagas dos trabalhadores por máquinas ou modernos programas de computador. Com tão poucas oportunidades, o emprego assalariado está em extinção no Brasil. É a era do emprego por conta própria (Leite, E.F. 1999).

Fugir do convencional; sonhar alto e transformar sonhos em realidade; identificar com clareza seus desejos, habilidades, temperamentos e atividades; criar um produto; desenvolver um “*career plan*” – o plano de negócios de sua carreira; fazer o que gosta; investir no desenvolvimento contínuo; conciliar a vida profissional com a vida pessoal e familiar; cuidar de sua saúde física, mental e emocional; seguir as vozes internas são passos para sobreviver no mundo moderno (Leite, 1999). Não faltam oportunidades. O que falta é uma melhor condução da carreira, como um negócio. Pode-se redesenhar a carreira em

³ SOUZA, C. “*Reinvente sua carreira como um negócio*” Intermanagers. Internet. <http://www.intermanagers.com.br>, Junho/2000

curso na empresa onde trabalha, mudar de carreira, mudar de empresa ou até mesmo abrir um negócio próprio, tornando-se um empreendedor. Mesmo que se decida por continuar na folha de pagamento de uma empresa como assalariado, deve-se parar de pensar como assalariado e agir como empreendedor. O caractere oriental, o kanji, que designa a palavra “crise” tem implícito em seu significado a palavra “oportunidade”. É a hora da mudança.

A exploração das oportunidades e situações novas oferecidas, tanto na Era Industrial quanto na Era da Informação, indica que deveria existir um indivíduo capaz de identificar situações em que poderia obter maior produção, ganho, desempenho e resultados. Esse ser estaria por trás das principais transformações ocorridas e seria o autor das mudanças e alterações experimentadas em praticamente todos os campos da vida humana. Mais ainda, tal indivíduo não seria apenas um agente do processo e sim o motor que move a mudança.

Tal personagem já foi identificado por pesquisadores nas principais culturas, grupos sociais, países em um sem número de realizações do homem nos mais diversos campos do pensamento e do conhecimento. Mas, numa área em especial este personagem vem sendo objeto de profundas avaliações e pesquisas: a importância estratégica do empreendedor para o desenvolvimento econômico.

O empreendedor é um ser dotado de características especiais para enfrentar adversidades e explorar situações novas. O primeiro a identificar esse personagem na literatura econômica, na primeira década de 1700, foi o investidor irlandês Richard Cantillon, que denominou de "*entrepreneur*" aquele que é inovador, aquele que assume ou corre riscos. Entretanto, o termo empreendedor foi estabelecido e largamente utilizado na abordagem empresarial pelo economista francês Jean-Baptiste Say⁴, por volta de 1800, para identificar a pessoa que detinha a capacidade de transferir recursos econômicos de uma área de baixa produtividade, para uma área onde tais recursos poderiam oferecer maior rentabilidade. O objetivo de Say era diferenciar essa pessoa das outras, que não tinham tal capacidade, e que não apresentavam significativa diferença no desempenho econômico das suas atividades..

⁴ SAY, J. B., (1803). "*Tratado de economia política*". São Paulo: Abril Cultural, 1983.

Já no século passado, o economista austríaco Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) elaborou uma importante contribuição teórica, hoje incorporada à corrente de pensamento do empreendedorismo, estabelecendo os conceitos de destruição criadora e empresário empreendedor.

Um dos mais brilhantes economistas do século passado, Schumpeter⁵ foi um dos precursores da teoria do desenvolvimento capitalista, destacando-se, em especial, no estudo dos ciclos econômicos, elaborando, nesse sentido, uma importante categorização quanto à dinâmica de crescimento do capitalismo, enfocando-o sob um prisma de processo evolutivo em oposição à concepção da economia clássica e dos seus conceitos de concorrência perfeita e de equilíbrio estático.

Esta categorização denominada de “*destruição criadora*” fundamenta-se no princípio que reside no desenvolvimento de novos métodos de produção, novos bens de consumo, novos mercados, novos setores de transporte, novas formas de organização, dentre outras alternativas que perturbam e rompem com o equilíbrio preexistente, como destaca Schumpeter (1961)⁶:

"Abertura de novos mercados estrangeiros e domésticos, e a organização da produção, da oficina do artesão a firmas, como a U. S. Steel, servem de exemplo do mesmo processo de mutação industrial - se é que podemos usar esse termo biológico - que revolucionou incessantemente o antigo e criou elementos novos. Este processo de destruição criadora é básico para entender o capitalismo."

O agente básico desse processo de destruição criadora reside na figura que Schumpeter denominou de “*empresário empreendedor*”, que desafia o *status quo* reinante no mercado, e, no limite, possibilita a ruptura de paradigmas até então predominantes, cujo comportamento típico é ressaltado por Drucker (1998):

⁵ SCHUMPETER, J.A., “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, São Paulo: Abril Cultural, 1982. Série “Os Economistas”.

⁶ -----, J.A., “*Capitalismo, Socialismo e Democracia*”, Rio de Janeiro: Fundo da Cultura. 1961

"O empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente, ele não provoca a mudança por si mesmo. Mas, isto define o empreendedor e o empreendimento: o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade."

Foram os comportamentalistas (notadamente psicólogos, psicanalistas, sociólogos e especialistas em relações humanas) que melhores resultados obtiveram nesse processo, exatamente por não focalizarem aspectos essencialmente econômicos e sim aspectos comportamentais, como elementos críticos diferenciadores dos empreendedores. Dentre eles, uma importante nucleação do empreendedorismo foi dada por David McClelland, psicólogo da Universidade de Harvard que desenvolveu a concepção de um paradigma comportamental do perfil do empreendedor, estabelecendo, nesse sentido, uma segmentação da sociedade em dois grandes grupos quanto à percepção e ao enfrentamento de desafios e oportunidades.

O primeiro grupo corresponde a uma parcela mínima da população que se sente disposta a enfrentar desafios e, conseqüentemente, empreender um novo negócio; já a imensa maioria da população não se dispõe a enfrentar riscos desta natureza.

Há de ressaltar que o modelo desenvolvido por McClelland (1961)⁷ constitui-se na base teórica de um programa de treinamento para empreendedores, já aplicado em cerca de 40 países (no Brasil, a sua versão é o Programa Empretec⁸), fundamentado nos seguintes níveis de motivação:

- necessidade de realização: é a necessidade do sucesso competitivo, medido em relação a um padrão pessoal de excelência e cada pessoa tem seu critério próprio de sucesso (motivo financeiro, realização profissional, reconhecimento, entre outros);

⁷ McCLELLAND, D.C. " *The achieving society*". Princeton: Van Nostrand, 1961

⁸ PROGRAMA EMPRETEC – Programa para Futuros Empresários e Empreendedores é uma série de seminários intensivos, formatado para empreendedores, e tem como principal objetivo, aumentar o potencial de gerir um empreendimento, ou de iniciar um negócio de sucesso.

- necessidade de afiliação: é a busca de relacionamentos afetivos com outras pessoas, seja de caráter cordial, compadecido, caloroso ou outros;
- necessidade de poder: visa a controlar ou influenciar outras pessoas.

A caracterização do empreendedorismo como um novo modelo de gestão de acordo com os paradigmas (econômicos, políticos, sociais, tecnológicos, culturais etc.) prevalentes neste início de século, é evidenciada pela crescente produção literária sobre os seus fundamentos e metodologia, notadamente a partir da segunda metade dos anos 80. O campo do empreendedorismo cresceu e espalhou-se por quase todas as ciências humanas e gerenciais. A transição foi marcada por dois eventos: a publicação da primeira enciclopédia contendo o que havia de melhor e mais moderno sobre o assunto, e a primeira grande conferência anual, a Conferência de Babson, dedicada à pesquisa no novo campo.

Um quadro com o conteúdo das conferências anuais como a de Babson, chamada de Fronteira de Pesquisa de Empreendedorismo (Frontiers of Entrepreneurial Research) e a conferência do ICSB (International Council for Small Business), trouxe importantes informações sobre temas bastante discutidos. O quadro mostra os 24 temas dominantes no campo da pesquisa sobre empreendedorismo:

- Características comportamentais de empreendedores
- Características econômicas e demográficas de pequenos negócios
- Empreendedorismo e pequenos negócios em países em desenvolvimento
- Características gerenciais dos empreendedores
- O processo empreendedor
- Oportunidades de negócio
- Desenvolvimento de negócios
- Capital de risco e financiamento de pequenos negócios
- Gerenciamento de negócios, recuperação e aquisição
- Empresas de alta tecnologia
- Estratégia e crescimento da empresa empreendedora
- Alianças estratégicas
- Empreendedorismo em corporação ou intraempreendedorismo

- Empresas familiares
- Auto-emprego
- Incubadoras e sistemas de apoio ao empreendedorismo
- Sistemas de redes
- Fatores que influenciam a criação e o desenvolvimento de novos empreendimentos
- Políticas governamentais e a criação de novos empreendimentos
- Mulheres, minorias, grupos étnicos e empreendedorismo
- Educação empreendedora
- Pesquisa empreendedora
- Estudos culturais comparativos
- Empreendedorismo e sociedade

É importante notar que o desenvolvimento do empreendedorismo como uma disciplina, ainda não seguiu o mesmo padrão de outras disciplinas. Na verdade, um grande número de pesquisadores, cada um usando uma cultura, uma lógica e uma metodologia estabelecida em graus variados em seus próprios campos de estudo, começou a interessar-se e a trabalhar no campo do empreendedorismo e pequenos negócios. Os primeiros doutorados surgiram nos anos 80. Todavia, naquela época, a maioria dos interessados no campo vinham de outras disciplinas, e o estudo do empreendedorismo não era o seu principal campo de atividade.

Agora, entretanto, mais pessoas estão dedicando tempo e esforços exclusivamente ao campo do empreendedorismo. A quantidade de novos empreendimentos criados é cada vez maior, e a fração do PNB (Produto Nacional Bruto) atribuível ao setor de pequenos negócios vem crescendo em todos os países a cada ano. De 1998 a 2001, o crescimento médio anual do faturamento das micros e pequenas empresas foi, em termos reais, de 2,9%; e o pessoal ocupado apresentou crescimento médio de 9,7% ao ano. As micros e pequenas empresas do comércio e serviços no Brasil ocupavam cerca de 7,3 milhões de pessoas em 2001, o que corresponde à 9,7% da População Ocupada, faturaram R\$168,2 bilhões e

geraram R\$61,8 bilhões de valor adicionado.⁹ Elas também aumentaram a participação no número de empresas, na geração de postos de trabalho e na geração de receita.

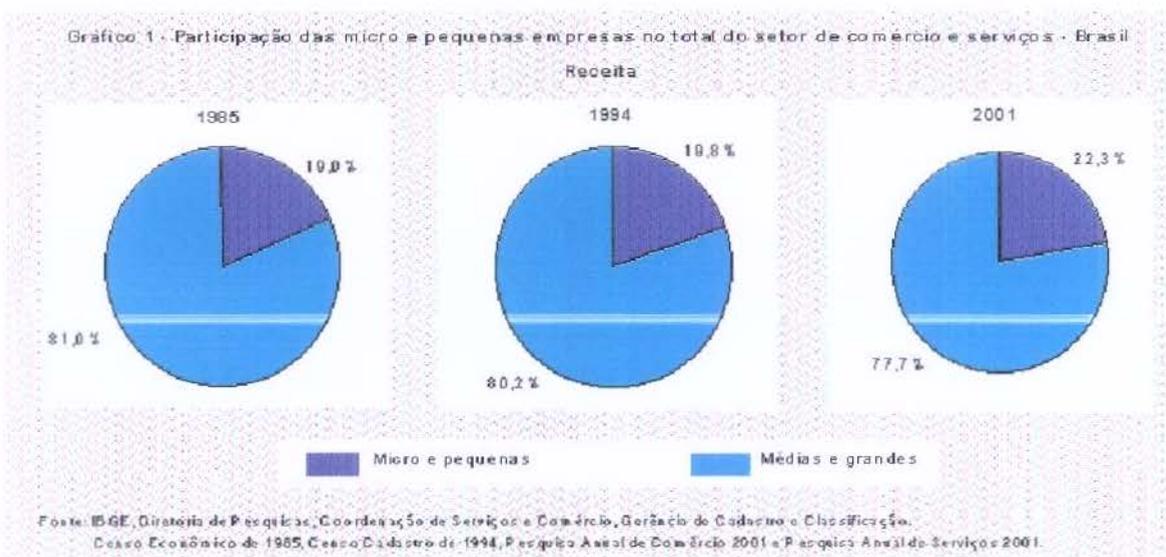
De 1985 a 2001, o segmento das micro e pequenas empresas (empresas com Receita Bruta inferior a R\$1.500.000,00 de acordo com a Lei 9.841 de 05/10/1999) mais que dobrou o número de pessoas ocupadas, passando de 3,4 milhões em 1985 (50,7% do total do setor de comércio e serviços) para 7,3 milhões de pessoas em 2001 (60,8% do total). A receita, que era de R\$149,6 bilhões em 1985 (19,0% do total), atingiu R\$168,2 bilhões em 2001 (22,3% do total), enquanto as médias e grandes empresas de comércio e serviços reduziram sua participação nesses 16 anos. O número de micro e pequenas empresas do setor de comércio e serviços, que correspondia a 95,5% do total de empresas deste setor em 1985, chegou a 2001 com 97,6%.

Tabela 2 - Receita das empresas de comércio e serviços, segundo o porte da empresa - 1985/2001

Porte da empresa	Receita (1 000 000 000 R\$)		
	1985 (1)	1994 (1)	2001
Total	786,8	776,8	752,9
Micro e pequenas empresas	149,6	163,8	168,2
Médias e grandes empresas	637,3	622,8	584,7

Fontes: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Censo Cadastrar 1994, Pesquisa Anual de Comércio 2001 e Pesquisa Anual de Serviços 2001; Censo de empresas - Rio de Janeiro: IBGE, 1991. Acima do título: Censos econômicos 1985.

(1) Valores atualizados com base na variação do IGP-DI.



⁹ Dados extraídos da pesquisa do IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2001 e Pesquisa Anual de Serviços 2001

Tabela 3 - Pessoal ocupado das empresas de comércio e serviços, segundo o porte da empresa - 1985/2001

Porte da empresa	Pessoal ocupado (1 000 pessoas)		
	1985	1994	2001
Total	8 774,4	8 119,0	11 995,3
Micro e pequenas empresas	3 436,3	3 816,3	7 290,7
Médias e grandes empresas	3 338,1	4 302,7	4 704,6

Fontes: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Censo Cadastro 1994, Pesquisa Anual de Comércio 2001 e Pesquisa Anual de Serviços 2001; Censo de empresas, Rio de Janeiro: IBGE, 1991. Acima do título: Censos econômicos 1985.

Gráfico 2 - Participação das micro e pequenas empresas no total do setor de comércio e serviços - Brasil
Pessoal ocupado



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Gerência de Cadastro e Classificação. Censo Econômico de 1985, Censo Cadastro de 1994, Pesquisa Anual de Comércio 2001 e Pesquisa Anual de Serviços 2001.

Gráfico 3 - Participação das micro e pequenas empresas no total do setor de comércio e serviços - Brasil
Empresas



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Gerência de Cadastro e Classificação. Censo Econômico de 1985, Censo Cadastro de 1994, Pesquisa Anual de Comércio 2001 e Pesquisa Anual de Serviços 2001.

De 1998 a 2001, as micro e pequenas empresas tiveram um crescimento médio real de 2,9% ao ano em termos reais, acompanhando o crescimento das médias e grandes empresas, que foi de 3,0% ao ano nesse mesmo período.

Tomando-se como parâmetro o Quociente de Valor Adicionado (QVA), que indica o valor agregado por empresa à economia por cada real faturado, as micro e pequenas empresas agregam R\$0,37 para cada R\$1,00 faturado, enquanto as médias e grandes empresas agregam R\$0,24 para cada R\$1,00 faturado.

Para seguir a evolução e as necessidades de seus clientes e alunos e da comprovada importância do empreendedorismo, muitos professores universitários estão tendo que aprender mais sobre empreendedorismo e pequenos negócios. Por isso a assimilação e a integração do empreendedorismo em outras disciplinas, especialmente ciências humanas e ciências da gestão, é única como fenômeno e nunca ocorreu antes na extensão da construção paradigmática de qualquer outra disciplina de ciências humanas.

As mudanças estruturais que estão afetando a economia e a vida das pessoas em escala global, está exigindo a organização e o fortalecimento de uma cultura baseada no empreendedorismo, especialmente por estarem provocando situações peculiares e de alta instabilidade, como as identificadas a seguir:

- Rupturas constantes nas relações tradicionais de trabalho, com o conseqüente crescimento das taxas de desemprego;
- Criação intensiva de postos de trabalho temporários;
- Contratação de trabalhadores designados para produzirem resultados fora do ambiente empresarial tradicional, a partir dos seus próprios recursos e capacidades, especialmente intelectuais;
- Fragmentação das atividades empresariais pela ampliação significativa das opções de consumo e exigências específicas do mercado.

Esse cenário está fazendo surgir, além dos empreendedores e criadores de empresas e novos negócios, novas categorias de empreendedores, como os intra-empreendedores, ou seja, empreendedores posicionados dentro da hierarquia das empresas, e que apresentam um alto desempenho em função dos seus comportamentos. O auto-emprego também tem

provocado o surgimento do trabalhador-empREENDEDOR, que desenvolve alternativas próprias de subsistência econômica, e que forma um exército de excluídos com algum potencial para tornarem-se donos de um negócio próprio.

O principal fator crítico desse cenário de mudanças está na alta e intensa exigência de desenvolvimento, treinamento e capacitação para milhões de pessoas, para que possam atender aos novos padrões de desempenho técnico, profissional, ético e pessoal que o trabalho neste início do século XXI está exigindo. Com isso, a educação passa a adquirir um papel estratégico na formação das pessoas, desde a infância até o fim da vida produtiva.

E aí reside uma questão crucial: se a educação tem tal responsabilidade, como ela poderia contribuir de forma efetiva se os seus padrões concentram ênfase na aquisição de conhecimentos e pouco esforço é dedicado ao desenvolvimento de habilidades específicas para a aplicação prática dos conhecimentos ?

Apesar dos avanços obtidos na reformulação e re-posicionamento de diversos cursos, o ritmo é muito lento frente às demandas e à velocidade das mudanças. Uma das principais iniciativas que está se consolidando em inúmeras universidades e escolas de todo o mundo, é a criação de cursos e disciplinas de empreendedorismo. No Centro para Estudos do Empreendedorismo do Babson College , dos Estados Unidos, que é um núcleo pioneiro dessa respeitada instituição de ensino e pesquisas relacionadas com o tema, as diretrizes educacionais desafiam os estudantes a se comportarem tanto como generalistas como especialistas, para serem desenvolvedores de novos negócios e idéias e solucionadores de problemas, em oposição à uma visão eminentemente teórica. As diretrizes enfocam o raciocínio conceitual, entretanto, todo o processo é seguido de implementação prática e real. Em termos de ensino de gerenciamento de oportunidades de negócios, nada é mais refinado e desafiador do que esta metodologia educacional.

Assim, uma nova práxis pedagógico-educacional está sendo exigida, como atestam alguns pesquisadores, encorajando estudantes a buscar novas maneiras de interação e ajuste com o mundo real, como exemplificado a seguir:

- Aprender fazendo;
- Encontrar e explorar conceitos mais amplos, relacionando-os com um problema a partir de um ponto de vista multidisciplinar;

- "Ler" o ambiente à sua volta e pensar por si mesmo, ficando mais independente de fontes externas de informação, inclusive o professor;
- Usar a própria sensibilidade, atitudes e valores não conectados com as informações pré-estruturadas, o que significará maior aprendizado com base na experiência;
- Propiciar mais oportunidades para a montagem de rede de contatos ou parceiros no mundo prático e real;
- Desenvolver respostas emocionais quando defrontado com situações de conflitos, encorajando-os a decidir e comprometer-se com as ações, e aprender a trabalhar sob condições de estresse e incertezas.

Milhões de pessoas com educação formal em todo o mundo não têm obtido êxito na sua busca por uma colocação no mercado de trabalho. Foram treinadas para obedecer, cumprir ordens, cujo conhecimento estruturado está essencialmente balizado em teorias e conceitos que valorizam a polarização entre certo e errado, sem discutir propostas alternativas que só poderiam ser obtidas com o exercício da criatividade, da quebra de paradigmas. Não conseguem visualizar sua ocupação a não ser como empregados de alguém. E cada vez mais as empresas e o mercado de trabalho traçam perfis de exigência básica para contratação, aonde despontam com frequência atributos de comportamento, e não de especialização técnica, como a criatividade e iniciativa, a capacidade de tomada de decisão, de assumir riscos, suportar condições de pressão e estresse, dentre outros. O problema é que as universidades e escolas não tratam tais atributos como disciplinas curriculares, à exceção daquelas que oferecem cursos de empreendedorismo.

Poucos setores da economia brasileira têm percebido a extensão do significado do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do país e somente agora está surgindo, entre os brasileiros, uma mentalidade consolidada para estimular a iniciativa própria e correr riscos. Sinais dessa nova mentalidade já se fazem sentir. Dados do Departamento Nacional de Registro de Comércio (DNRC) mostram que de 1985 a 1989, foram abertas em média, 420.000 empresas por ano. Esse número aumentou 18,0% dez

anos mais tarde quando se verificou que entre 1995 e 1999 a média saltou para 496.000 empresas abertas por ano.¹⁰

A figura lendária e mística do empreendedor ganha destaque na atualidade em função da necessidade de gerar novos postos de trabalho. O desemprego, no âmbito mundial, alcança hoje os níveis mais altos desde a crise dos anos 30. No Brasil, esta situação vem se agravando. Cresce o número de pessoas sub-empregadas e desempregadas, e uma multidão de jovens, muitos sem qualificação, é “jogada” no mercado de trabalho todos os anos. Segundo Jeremy Rifkin, em seu livro “Fim dos Empregos”,

“...redefinir oportunidades e responsabilidades para milhões de pessoas numa sociedade, sem o emprego de massa formal, deverá ser a questão social mais premente do próximo século”¹¹

O sonho de muitos é ser empreendedor. O termo carrega uma certa magia. Sugere o acesso a fortunas, o que lhe concede um ar romântico. O termo carrega a esperança de milhões de brasileiros que querem sair da pobreza e ter uma vida confortável. Querer, contudo, não é poder. Em cada cinco novos empreendimentos, quatro afundam no primeiro ano (Véras, 1999)¹². Para ser mais específico, tem-se que 35% das pequenas e médias empresas costumam fechar suas portas depois do primeiro ano de vida, 56% destas estão fechadas após o terceiro ano e apenas 3% dos novos negócios sobrevivem mais de cinco anos (Mota, 2000)¹³. Será por causa dos altos juros, da burocracia, da concorrência globalizada? Em parte sim. Mas a principal razão é a pessoa que está no comando desse empreendimento, ou seja, o empresário. A pessoa se lança em um novo negócio porque soube de alguém que ficou rico assim, ou porque está entediado com o emprego, ou até

¹⁰ Extraído da reportagem “A Vida Sem Patrão”, VEJA, 20/06/2001.

¹¹ CUNHA, C.J.C. de A.; FERLA, L.A. . “Iniciando seu Próprio Negócio” Instituto de Estudos Avançados, Florianópolis, 1997.

¹² VÉRAS, G. “Como ser empresário” Revista Jovem empreendedor, pg. 12-16. Florianópolis: Editora Empreendedor, 1999.

¹³ MOTA, J.P. “Por Conta Própria”. Encarte Especial Sua Carreira – Revista Veja, pág. 70-72, São Paulo: editora Abril, 2000.

mesmo porque quer fazer seu próprio horário; ou, ultimamente o mais comum, criar o seu próprio emprego. Na maioria dos casos, o negócio “morre” no primeiro ano. Este indivíduo ainda não era um empreendedor.

A importância do empreendedorismo na sociedade moderna é indiscutível. Pode-se verificar uma revolução paradigmática acontecendo. Segundo Timmons (1994):

“o Empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais que a revolução industrial foi para o século 20”.

A crescente discussão sobre o tema, estudos e pesquisas ressaltando a diversidade de temas abordando o empreendedorismo e quais as mudanças que este vem causando na sociedade é algo de concreto que confirma a importância do empreendedorismo. As nações, empresas e pessoas que ignorarem tal clarividência, correm o risco de serem deixados para trás rumo ao novo paradigma para o desenvolvimento econômico. Neste contexto, o Brasil precisa deixar de ser o eterno gigante adormecido e acordar, para não ser deixado mais uma vez para trás pelo bonde da história. A revolução está acontecendo!

2. O Empreendedorismo brasileiro: o ideal e o real

O empreendedorismo por necessidade e o crescimento da economia informal: a busca do auto-emprego como forma de sobrevivência

Emanuel Leite (1999) afirma que não se deveria gastar tempo nem dinheiro com discussões sobre o fim dos empregos, e sim com a formação de empreendedores, pessoas capazes de criar seus próprios empregos. O empreendedor enfrenta o desafio de ser o próprio criador de seu posto de trabalho, sendo a resposta ao emprego para toda a vida.

Como se preparar para criar um negócio próprio, ou seja, como ser um empreendedor? Segundo Leite (1999), os passos para isto são:

- ✓ Desenvolver uma íntima relação com os computadores, mesmo parecendo uma questão óbvia. Sem este conhecimento, o empreendedor não terá acesso às informações necessárias para seu desenvolvimento profissional e pessoal
- ✓ Dominar os princípios básicos de administração, principalmente no que tange a administração de micro-empresas, pois existe uma grande probabilidade de que o negócio inicie com apenas um ou dois funcionários.
- ✓ Pensar pequeno, pelo menos no início, pois o empreendedor deve ser capaz de criar um negócio que envolva poucas pessoas.
- ✓ Aprender a trabalhar em equipe, pois as distâncias entre empregador e empregado estão cada vez menores.
- ✓ Não se apegar demasiadamente a detalhes, pois o mundo está mudando rapidamente, de modo que não adianta uma super especialização em um assunto que, provavelmente, ao fim dos estudos, estará ultrapassado.
- ✓ Fazer aquilo de que gosta, meditando antes de iniciar um empreendimento se isso é realmente o que você gostaria de fazer pelo resto de sua vida.

Mas o que vem a ser o “empreendedor”? Um dos principais motores da sociedade moderna é o empreendedor. É ele que, por meio de seus negócios, gera riqueza e bem-estar. É ele que gera empregos. O empreendedor é alguém que define metas, busca informações e é obstinado. Embora muitas pessoas adquiram estas características sem precisar freqüentar

cursos, tem-se a firme convicção de que elas podem ser desenvolvidas e lapidadas (CUNHA, C.J.C. de A.; FERLA, L.A; 1997).

Segundo Gerber (1996)¹⁴, o empreendedor é um grande estrategista, inovador, criador de novos métodos para penetrar e/ou criar novos mercados; é criativo, lida com o desconhecido, imaginando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia. Schumpeter (1982) destacou as funções inovadoras e de promoção de mudanças do empreendedor que, ao combinar recursos em uma maneira original, servem para promover o desenvolvimento e crescimento econômicos. Shapero (1977)¹⁵ considera o empreendedor como sendo alguém decidido, que toma iniciativa de reunir recursos de maneira inovadora, gerando uma organização relativamente independente, cujo sucesso é incerto. Para Amit, Glosten e Muller (1993)¹⁶, os criadores de empresas são os empreendedores que perseguem o benefício, trabalham individualmente ou coletivamente e podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos para extrair os melhores benefícios de suas inovações em um ambiente incerto.

Cole (1978)¹⁷, em sua definição clássica, define o empreendedor como sendo alguém que decide começar, manter ou ampliar uma unidade de negócio que visa o lucro. Bruce (1976)¹⁸ propôs uma maior extensão da palavra “empreendedor” para incluir indivíduos envolvidos em organizações já existentes, ao descrever o empreendedor como sendo qualquer pessoa cujas decisões determinam diretamente o destino da empresa, quer essa pessoa assuma todo o controle ou todo o risco. A combinação, organização ou

¹⁴ GERBER, M.E. “ O Mito Empreendedor”. Editora Saraiva – 1º edição, 1996

¹⁵ SHAPERO, A. “ The Role of Entrepreneurship in Economic Development at the less than National Level”, US Department of Commerce, January, 1977.

¹⁶ AMIT, R.; GLOSTEN, L; MULLER, E. “ *Challenges to theory development in entrepreneurship research*”, Journal of Management Studie 30(5), 815-834

¹⁷ COLE, D.W.. “O Octógono da Gerência Financeira: um modelo para o planejamento, análise e controle de entidades”. Rio de Janeiro:CBPE 1978

¹⁸ BRUCE, R. “*The Entrepreneurs: Strategies, Motivation, Successes and Failures*”, Bedford, MA, 1976

reorganização de recursos de maneira inovadora, bem como a capacidade de correr riscos aparece em grande parte das definições encontradas na literatura.

O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e seu sucesso está em sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles. Os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a administrá-los. O empreendedor não é mal-sucedido nos seus negócios porque sofre revezes, mas porque não sabe superá-los.

Ser empreendedor não é só ganhar muito dinheiro, ser independente ou realizar algo. Ser empreendedor também tem um custo que muitos não estão dispostos a pagar. É preciso esquecer, por exemplo, uma semana-padrão de trabalho com 40 horas, de segunda a sexta, das 8 às 18 horas e com duas horas para o almoço. Normalmente, empreendedor, mesmo aquele muito bem-sucedido, trabalha de 12 a 16 horas por dia, não raro sete dias por semana. Ele sabe o valor do seu tempo e procura utilizá-lo trabalhando arduamente na execução dos seus objetivos.

Diversas literaturas afirmam que a riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem estar da população. Por este motivo, acredita-se que o melhor recurso de que se dispõe para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, por intermédio da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

Ser empreendedor não é a mesma coisa que ser empresário. Empresário é aquele que chegou, por uma razão qualquer, à posição de dono da empresa, e desta tira seus lucros. Apenas uma parcela dos empresários é constituída por legítimos empreendedores, aqueles que realmente disputam e sabem vencer o jogo.

Além das transformações no mercado de trabalho, vários são os motivos para criar um negócio, inclusive algumas motivações pessoais. A identificação dos motivos ou razões que levam uma pessoa a tornar-se empreendedor é fundamental, haja vista que o desenvolvimento de uma nação depende da criação constante de novas unidades em todas as cadeias produtivas da economia. Sabe-se que na atual sociedade vive um irreversível processo de transformações tecnológicas e novas relações de mercado de trabalho, com retração do nível de emprego e alteração no próprio conceito de “empregabilidade”. Essas transformações exigem uma mentalidade empreendedora. Neste novo ambiente de

transformações tecnológicas no sistema produtivo e na redução gradativa do emprego, as instituições de ensino, em parceria com o setor produtivo, têm um papel destacado para formar profissionais com mentalidade empreendedora. CARVALHO (1996:14)¹⁹ afirma que:

“os empreendedores de sucesso normalmente iniciam um negócio por paixão, passam a ganhar gosto, sentem que o filão é grande e, então, mergulham de cabeça e começam a faturar”.

A experiência de países mais avançados na área de empreendedorismo, mostra que a universidade é fundamental para a mudança cultural da sociedade, ao proporcionar aos alunos formação compatível com a transformação dos mercados de trabalho, conforme Simone Assis (Informativo do Instituto Euvaldo Lodi, Março, 2000).

“O ensino universitário de empreendedorismo é uma fonte de criação de empresas, em função de sua capacidade de apresentar novas alternativas de orientação profissional ao aluno, direcionando sua força de trabalho para a auto gestão, com criatividade, liderança e visão de futuro para inovar e ocupar os espaços do mercado”,

Estudos mostram que algumas pessoas apresentam características empreendedoras muito cedo: “Inicialmente dentro de um contexto familiar, depois na escola ou comunidade, vão assim desenvolvendo essa habilidade através de uma liderança que envolve e motiva os outros” (BERNHOEFT, 1996:23)²⁰. Para este autor, existem outras pessoas que estão preocupadas em obter autonomia e independência. Ou seja, imaginam que criar seu próprio negócio lhes permitirá obter a liberdade que o emprego não lhes proporciona. Sonham com a possibilidade de ter empregados, horários livres e flexibilidade nas suas ações. Além, é claro, de obter uma renda acima da média do que seria possível num emprego. O autor apresenta algumas motivações para se criar o negócio próprio: rompimento do status atual, realização de um sonho, desejo de ser um agente, e não apenas paciente, das

¹⁹ CARVALHO, A. P. de. *“Os Empreendedores da Nova Era”*. São Paulo: APC Consultores Associados, 1996

²⁰ BERNHOEFT, R. *“Preparo do acionista na empresa familiar”*. *Gazeta Mercantil*, pA-3, 20 jul.1999

transformações, busca de realização pessoal, contribuição para a melhoria da sociedade e o negócio como única alternativa para a família.

Esta última é o que vem acontecendo com frequência no Brasil e vem gerando preocupações. O pai ou a mãe, desempregados, com ou sem instrução, vê como última opção, arriscar todas as suas economias na abertura de um negócio próprio. Isto é o dito “empreendedorismo por necessidade” que atinge 55,6% da população empreendedora brasileira.

O Brasil está caindo no ranking internacional do empreendedorismo. No entanto, o país sobe algumas posições quando a avaliação é feita a partir do motivo que leva as pessoas a abrir um negócio: por necessidade e não por um oportunidade. A dificuldade em encontrar trabalho é a motivação de 55,6% dos empreendedores, o que dá ao Brasil a maior taxa de atividade por necessidade (7,5%) dos 37 países pesquisados.

A pesquisa é feita desde 1999 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), instituição criada pela London Business School e pelo Babson College de Boston (EUA). O Brasil participa desde 2000, via Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná (IBQP). Na primeira vez em que foi avaliado, junto com 21 países, o Brasil foi classificado como a primeira nação em iniciativa empreendedora. No ano seguinte, já com 28 países participando da pesquisa, ficou em quinto lugar em 2002, caiu para sétimo

Segundo o estudo, o empreendedorismo por necessidade tende a ser maior entre os países em desenvolvimento, onde as dificuldades de inserção no mercado de trabalho levam as pessoas a buscar alternativas de ocupação. O GEM também divide as empresas em duas classificações - empresas nascentes (que têm menos de três meses de vida) e empresas novas (que têm até 42 meses). Em 2002, a taxa de empresas nascentes no Brasil foi de 5,7% e de novas empresas foi de 8,5%.

"Se 97% dos empregos são gerados na pequena empresa, porque não apoiar de fato esse setor?", questiona, Vinícius Lummertz²¹, indicando a necessidade radical de mudar a cultura empreendedora do Brasil. De acordo com o levantamento do GEM, os grandes entraves estão no acesso e no custo do capital necessário; na elevada carga de tributos e exigências fiscais e legais; na capacitação para a gestão do negócio e no fato de que políticas e programas dedicados ao setor não são adequados à realidade do empreendedor.

²¹ Diretor técnico do SEBRAE, sobre a GEM de 2002.

No ranking do apoio ao empreendedorismo e da existência de políticas corretas e facilidades para a abertura de negócios, o Brasil aparece na 34ª posição entre os 37 países. Avaliando as taxas de empresas nascentes (com até três meses) e novas empresas (até 42 meses), a pesquisa do GEM no Brasil mostrou também que, apesar do número de novos negócios estar acima da média dos outros países, ficou bem abaixo do patamar do ano anterior - 5,7% em 2002 ante 9,2% em 2001.

2.1 – A economia informal

A pequena empresa, representando 98% dos estabelecimentos produtivos, geram cerca de 20% do PIB e respondem por 60% da oferta de empregos no país (Sebrae, 1999).

Redução relativa do número de empregos formais na formação da população economicamente ativa e a crise econômica que diminui o volume de investimentos no setor produtivo acarretando em menor geração de postos de trabalho, faz da abertura de um pequeno negócio a única saída para milhares de trabalhadores.

Segundo dados do IBGE, 25,5% da população economicamente ativa dos grandes centros urbanos brasileiros é constituída de trabalhadores do tipo “por conta própria” e que em sua grande maioria estão na informalidade. Algumas previsões feitas por especialistas em relações de trabalho, indicam que o número de trabalhadores por conta própria deverá situar-se ao redor de 50% no próximos anos.

Desta forma, pode-se afirmar que em um mundo que gera cada vez menos empregos, é preciso cada vez mais pessoas em condições de assumirem o papel de empreendedores

O tamanho do setor informal no Brasil varia de 8% a 50% do PIB, de acordo com quem faz a medição, mas o certo é que os trabalhadores sem registro em carteira compõem uma fatia cada vez mais significativa das riquezas nacionais, com sua importância crescendo à medida que o desemprego avança. Na teoria, o Produto Interno Bruto (PIB) é a medida de todas as riquezas geradas num país ao longo de um ano. O do Brasil em 2001 foi de R\$ 1,18 trilhão. Os estudos que levam a este número, porém, não são capazes de detectar todos os movimentos dentro de uma economia. Eles passam longe do setor informal, que se

esconde das estatísticas e, por baixo dos panos, sustenta milhões de pessoas e vem crescendo em todo o mundo.

No Brasil, existem várias avaliações sobre a economia informal. Seu tamanho varia de 8% a 50% do PIB. Na hipótese mais conservadora, portanto, o País produziria R\$ 118 bilhões a mais por ano. A maior parte dos economistas aponta para um percentual entre 20% e 30% do PIB circulando sem fazer parte da economia formal.

Existem vários conceitos para a determinação da economia invisível. Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que faz o cálculo do PIB do Brasil, são considerados parte deste setor pessoas que trabalham por conta própria, ou empresas com até cinco funcionários. Entram nessa definição desde o camelô até uma pequena empresa que faz comida congelada, por exemplo. Formam a parte menos organizada da economia, que é difícil de ser medida.

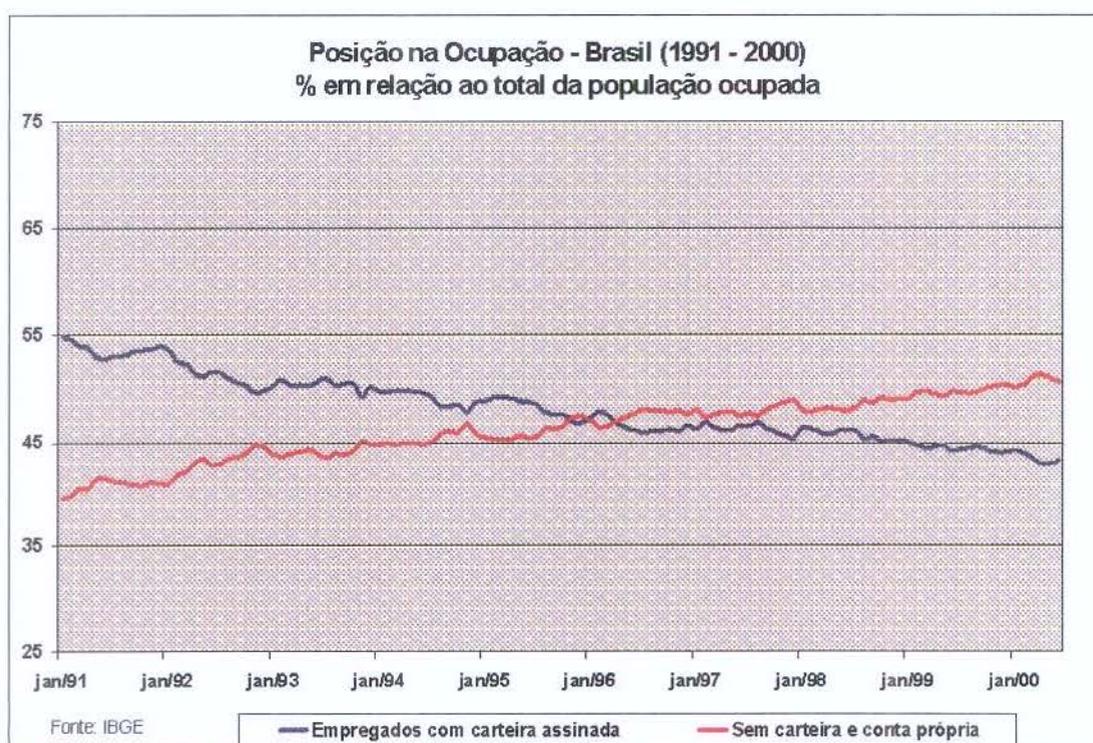
O cálculo do PIB brasileiro leva em consideração esse setor paralelo. Avalia-se o consumo das pessoas que sobrevivem da economia informal. Cerca de 8% do PIB, apontado pelo IBGE, é gerado na informalidade, o que não pode ser considerado invisível. Grande parte da informalidade não pode ser captada. A economia informal engloba itens como: dinheiro do crime organizado, produção doméstica e familiar, como lavouras para subsistência, e pessoas que fogem da carga tributária e da burocracia. É uma definição mais ampla do que a do IBGE.

O IBGE fez uma ampla pesquisa sobre a economia informal em 1997. É possível utilizar esses dados porque é um setor que apresenta mudanças pequenas. Mais de 80% dos quase 10 milhões empresas desse setor são de pessoas que trabalham por conta própria. Ou seja, que sozinhas prestam serviços, produzem ou vendem bens.

Mais de 95% das empresas do setor informal não receberam qualquer tipo de ajuda técnica ou jurídica de órgão do governo. A maioria delas está no comércio, tem despesas baixas e usa instalações próprias. O nível de escolaridade das pessoas que trabalham por conta própria é baixo, a maior parte não completou o primeiro grau.

Um dos termômetros para que se analise a economia invisível é o comportamento do trabalho informal. É possível dizer, por exemplo, que a informalidade cresce mais do que o lado presente nas estatísticas. Normalmente, quando aumenta o número de demissões, o setor informal cresce. Isso faz com que as taxas de desemprego no País não explodam.

A relação com o desemprego também justifica o fato de este fenômeno, apesar de presente em todo o mundo, ser menos intenso em países ricos. Quem perde o emprego busca o trabalho por conta própria para sobreviver. Nos países ricos não há mecanismos e talvez por não ser um conceito tão rígido seja difícil quantificar a informalidade da economia. Ela se instala e se desenvolve no limiar da economia estruturada e pode se dar de três maneiras: a informalidade parcial, quando parte dos encargos da empresa são contabilizados; total, quando toda a atividade é não contabilizada; ou temporária, quando os empreendedores estão começando algum negócio.



Operando numa zona entre a legalidade plena e a subterraneidade, a economia informal tem sua face mais quantificável no contingente de trabalhadores sem carteira assinada, que é, em última análise, o que aparece mais claramente nas pesquisas. Dados da Pesquisa por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, em 1990, apontavam mais de 16,5 milhões de trabalhadores nessa categoria, sem contar parte daqueles que trabalhavam por conta própria e dos não remunerados, também considerados pelos institutos de pesquisa integrantes do mercado informal. Para se ter uma idéia da extensão da informalidade,

apenas nas relações de trabalho, a pesquisa de emprego e desemprego da Fundação Seade de janeiro de 1995, demonstrou que dos 3,9 milhões de assalariados do setor privado, na Região Metropolitana de São Paulo, 799 mil não possuíam carteira assinada. Isso somado ao número de autônomos (1,35 milhão) representa a informalidade na Grande São Paulo.

Em geral, para os especialistas, a informalidade está ligada a dois aspectos essenciais: ao crescimento das taxas de desemprego e como reação ao excesso de burocracia ou tributação. Em muitos casos a informalidade decorre da excessiva oneração do fator trabalho, porque os encargos são altos para manter o empregado e o custo da demissão também é alto. O mercado de trabalho não cresce com o dinamismo necessário e os benefícios acabam saindo da depreciação dos salários. Na realidade, torna-se difícil para qualquer país gerar empregos que possam acompanhar o ingresso da mão-de-obra no mercado de trabalho. A Organização Internacional do Trabalho (OIT) estima que 43 milhões de pessoas se incorporem anualmente à força de trabalho mundial. E, com as crescentes taxas de desemprego, o mercado informal acaba sendo uma alternativa melhor do que a miséria absoluta.

Por outro lado, a excessiva tributação existente no Brasil, acaba contribuindo para o crescimento da economia informal. Para a questão do mercado informal ser minimizada seria necessária uma reforma fiscal e tributária, retirando a tributação da produção e da mão-de-obra. A carga tributária sobre a produção no Brasil é enorme, sobretudo no setor industrial, onde 38% do custo do produto acabado vira fumaça em forma de imposto. O setor industrial é o que menos tem condições de entrar na informalidade, principalmente da mão-de-obra. Normalmente não existem trabalhadores sem registro na indústria, porque as sanções são graves, os sindicatos, bastante atuantes e o próprio industriário não se sujeita a essa situação. Isso, desconsiderando-se as micro-produções (ou as chamadas “fundo de quintal”), onde os próprios familiares acabam atuando como empregados, é um dos casos mais comuns de economia informal.

Também o comércio formal ajuda a contribuir para o contingente de assalariados sem registro em carteira. “O comércio é uma atividade dinâmica, parte dos ganhos é comissionada e não é fácil mensurar quanto dele é invisível para as autoridades”, argumenta Jean-Claude Silberfeld,²². O comércio, aliás, é a face mais visível de qualquer

²² Assessor econômico da Federação do Comércio do Estado de São Paulo em reportagem a Folha.

economia informal: basta caminhar pelas ruas das grandes cidades para observá-lo. Mas nem sempre é o que parece . Os ambulantes, por exemplo, são uma categoria devidamente registradas nas prefeituras. “É preciso tomar cuidado porque nem toda atividade de rua é clandestina. Os camelôs seriam teoricamente maléficis, quando a concorrência é desleal, mas também representam uma válvula de escape para o problema social”, diz Silberfeld.

A relação existente entre o empreendedorismo por necessidade e a economia informal é nítida. O crescimento nas taxas de desemprego levam cada vez mais brasileiros a buscarem o seu sustento da forma que lhe é possível. Devido a inexistência no Brasil dos 3 corações da máquina capitalista – um sistema de crédito que funcione, um sistema de exação fiscal que amplie os horizontes e um sistema de forte aprendizado que capacite e qualifique – o empreendedorismo por necessidade e a economia informal só tem a crescer.

3. Incentivos ao empreendedorismo

3.1 - Brasil: um gigante sustentado por micros e pequenos

A força dos pequenos negócios move a economia brasileira. No Brasil dos números e estatísticas, as MPEs geram 13,6 milhões de empregos, representam 98,9% dos estabelecimentos formais e respondem por 99,8% das firmas que nascem a cada ano. No Brasil real, essas empresas são sinônimo de distribuição de renda e de re-inserção dos excluídos do mercado de trabalho, na atividade econômica e no convívio social.

“Todas as empresas contribuem para o desenvolvimento do país, as grandes e as pequenas. A importância das pequenas está em seu papel re-distribuidor de renda, particularmente as microempresas, que podem ser individuais e familiares”, avalia o economista e secretário de Economia Solidária do Ministério do Trabalho, Paul Singer. Felizmente, a importância das micro e pequenas empresas vem sendo reconhecida, mesmo que aos poucos, pela sociedade e pelo governo, principalmente pela sua capacidade de gerar emprego e renda com baixo investimento.

A declaração de Singer vem reforçar o que já é senso comum: o desenvolvimento econômico e social do país passa pelos micro e pequenos negócios, sejam eles formais ou não. São as MPEs que capilarizam o desenvolvimento, a atividade econômica e a geração de emprego e renda.

A potencialidade das MPEs ultrapassa as fronteiras do território nacional. Em 2001, 64% das firmas exportadoras brasileiras se enquadravam no padrão dos micro e pequenos negócios. Isso representou cerca de US\$ 7,6 bilhões em vendas para o mercado externo. A base produtiva brasileira está assentada nas MPEs. O que é preciso fazer agora é cada vez mais aumentar as exportações desse segmento e ampliar a pauta de produtos exportados.

A vocação do Brasil como um berço dos pequenos negócios não é uma peculiaridade tupiniquim. Em países como os Estados Unidos, a Itália e a Alemanha, as MPEs também funcionam como mola propulsora da economia. Nesses países, as micro e pequenas empresas têm, por exemplo, papel central na inovação tecnológica do país. Elas criam os novos produtos e acabam se tornando grandes corporações. Com isso, renovam o mercado. Daí a necessidade em dar importância a este segmento da sociedade.

Muitos autores descreveram o papel econômico-social das MPEs, mas um em especial se destaca por sua lucidez na reflexão sobre o tema “empreendedorismo”. Schumpeter (1961) destaca quatro pontos fundamentais para o fomento ao pequeno empreendimento como elemento crucial no desenvolvimento tecnológico e na inovação:

- Empresário inovador: figura central, que busca, por meio de espírito inventivo e criativo, a inovação tecnológica e novas técnicas de gestão e adaptação.
- Empreendedor: dono da “intuição” que move o gênio criativo na direção do desenvolvimento tecnológico.
- Novos Mercados X Empreendedor: o produtor é que inicia a mudança econômica e os consumidores, se necessário, são por ele “educados” (ensinados a desejar novos produtos e serviços).
- Banco de Desenvolvimento
 - Somente o empreendedor necessita de crédito para o desenvolvimento industrial com novas combinações de fatores
 - O consumidor não necessita de crédito, pois o crédito ao consumidor não é um elemento essencial ao processo econômico.
 - Desenvolvimento é impossível sem crédito.

Expandindo algumas dessas proposições de Schumpeter e avaliando o posicionamento da MPE na economia global, podemos direcionar outras justificativas atuais para a existência das MPEs: estímulo à livre iniciativa e à capacidade empreendedora; relações capital / trabalho mais harmoniosas; contribuição para a geração de novos empregos e absorção de mão-de-obra, seja pelo conhecimento das MPEs já existentes, seja pelo surgimento de novas; efeito amortecedor dos impactos do desemprego e das flutuações na atividade econômica; contribuição para a descentralização da atividade econômica, em especial na função de complementação às grandes empresas; potencial de assimilação, adaptação, introdução e, algumas vezes, geração de novas tecnologias de produtos e processos.

A crescente participação das MPEs na economia e na sociedade brasileira pode ser atribuída a vários fatores. Um estudo recente elaborado por especialistas do BNDES sobre a

“Demografia das Firms Brasileiras”²³, revela que parte da expansão dos negócios é fruto da globalização. Esse fenômeno exigiu que as empresas se tornassem mais eficientes, levando grandes companhias a terceirizarem as atividades de apoio ao negócio principal.

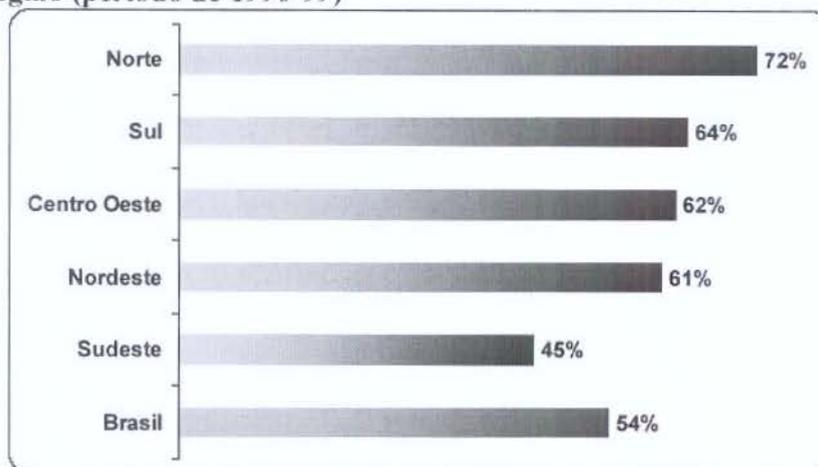
A Era da Eficiência também requer menores estruturas com maior índice de produtividade. O resultado é a disseminação dos micro e pequenos negócios. Some-se a isso o fato de as MPEs terem demonstrado ao longo dos últimos anos que suas estruturas flexíveis lhes permitem responder melhor aos desafios dessa mesma globalização, como crises econômicas. Para uma efetiva caracterização das MPEs no Brasil, devem-se fazer algumas considerações em relação ao seu posicionamento diferenciado na economia. Assim, as MPEs:

- Não são grandes organizações miniaturizadas e não são organizadas e geridas de forma departamentalizada / segmentada;
- Normalmente, as MPEs atuam em um mercado de bens, produtos e serviços com características de demanda elástica e com grandes flutuações no tempo;
- Apresentam baixa dificuldade de barreiras à sua entrada no mercado e com uma concorrência fortemente presente;
- Possuem grandes dificuldades de sobrevivência, sendo que a esmagadora maioria desaparece em menos de dois anos e;
- Representam mais de 90 % do total de organizações existentes no Brasil.

Analisando algumas das informações fornecidas pelo SEBRAE, a partir do Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), vemos o grau de importância do segmento na economia regional do país.

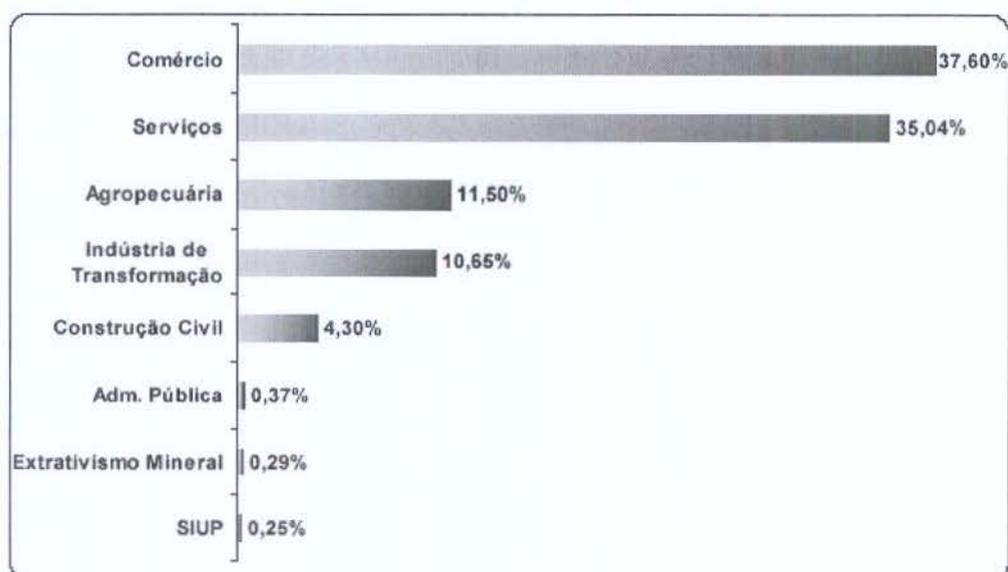
²³ Estudos do BNDES – Informe nº 50

Gráfico 1.1 – Participação das Microempresas no Total de Empresas constituídas por Região (período de 1990-99)



Fonte: SEBRAE, elaborado a partir dos dados do DNRC

Gráfico 1.2 – Distribuição das MPEs por Setor de Atividade (2000)



Fonte: MONAMPE

Não por acaso, o discurso político no final dos anos 90 e do início do Séc. XXI, baseia-se, via de regra, pelo desenvolvimento de metas sustentáveis de apoio aos micro e pequenos empresários dada, inclusive, a dificuldade de se estabelecerem objetivos gerais (macro) que tenham eficiência real no crescimento econômico no Brasil.

Conforme podemos observar na tabela 3.1., quando caracterizamos de forma mais geral, percebemos que as MPEs são bem distintas das grandes empresas e transnacionais. Vale destacar o alto grau de concentração de compras dentro do país (nos mercados internos), reforçando a hipótese de que são as MPEs que dinamizam a economia nacional.

Tabela 3.1 - Caracterização das MPEs brasileiras (em 2000)

Características das MPEs	Total – Brasil
Compram só no mercado interno	90%
Exportam	5%
Utilizam até 50% da capacidade instalada	50%
Compraram máquinas e equipamentos nos últimos 3 anos	30%
Querem melhorar a gestão, mas não possuem recursos	60%
Utilizam a informática	30%
Utilizam sistemas de controle de qualidade	47%
Treinam seu pessoal	30%
Utilizam técnicas de marketing	20%
Fazem planejamento da produção e das vendas	60%
Controlam e avaliam a produtividade	25%
Tem controle de estoques	60%
Tem gestão de estoques	20%
Tem registros de marcas e patentes no INPI	35%
Mantêm contatos com centros de tecnologia	25%
Seguem normas do INMETRO	30%

Fonte: SEBRAE

Para concluir esta breve caracterização da MPE brasileira, é interessante notar alguns aspectos gerenciais deste segmento, como demonstrado na Tabela 3.2.

Percebe-se, neste quadro, a distância de comportamento das MPEs frente às grandes empresas no que se refere às práticas gerenciais. Há, sem dúvida, grande espaço para a profissionalização e capacitação do segmento. Tal aprimoramento, no médio prazo, pode aumentar as chances de sustentação dessas empresas no mercado de longo prazo, bem

como permitir a geração e coleta de informações necessárias na obtenção de crédito junto às instituições financeiras privadas e públicas.

Tabela 3.2 - Desempenho, Capacitação e Estratégias Competitivas (em 2000)

Características das MPEs	Total – Brasil
Faturamento médio por pessoa ocupada	Brasil em US\$ / ano
Micro empresas	25.000
Pequenas empresas	35.000
Rejeição de produtos (média brasileira: 2%)	5%
Desperdício de matérias-primas	7%
Dias de interrupção da produção, não previstas (anual)	18
Utilizam controle estatístico no processo	17%
Utilizam “ <i>just in time</i> ”	20%
Não realizam treinamento da mão-de-obra	70%
Pessoal qualificado ou nível superior no quadro	40%
Concedem benefícios aos empregados	30%
Realizam pesquisas sobre necessidades dos consumidores	12%
Registram as sugestões dos clientes	15%
Tem serviço de atendimento aos clientes	55%
Fazem uso de ferramentas gerenciais	60%
Programam investimentos	30%
Dotam de informações sobre processos produtivos e tecnologia	27%

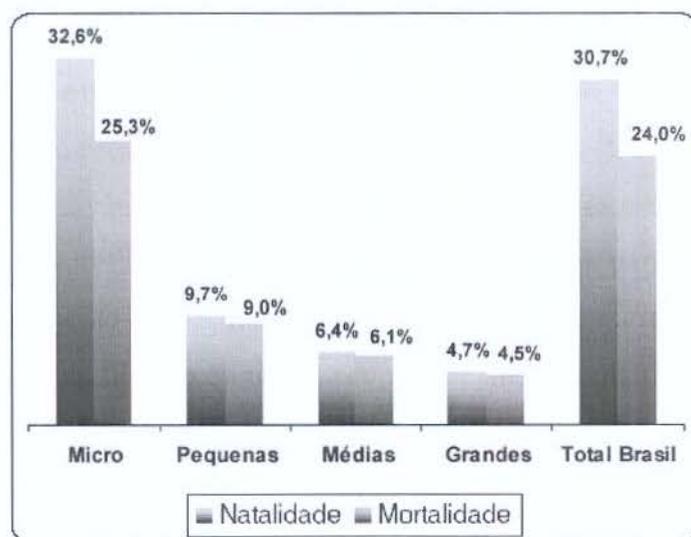
Fonte: SEBRAE

Como visto anteriormente, a realidade empresarial brasileira é eminentemente composta por MPEs, que são as verdadeiras responsáveis pela geração de emprego no país. Assim, seu desenvolvimento é necessário e incentivável. Como apontaram FELDMANN & AUDRETSCH (1999), as pequenas unidades nascentes são vistas como agentes de mudança, com papel crucial na inovação tecnológica, mas também impõem, sob a ótica tradicional, custos excessivos para a economia como resultado de escalas de produção ineficientes, implicando em baixa produtividade e baixos salários para seus trabalhadores.

Para estes autores, as MPEs nascentes têm em seus primeiros anos de existência muitas incertezas quanto à demanda de seus produtos. Eles apontam ainda que muitos dos motivos que não permitem que tais empresas não sobrevivam no longo prazo, tenham relação como a própria competência do empresário e de seus empregados.

Muitos estudos comprovam que a taxa de mortalidade se reduz com o porte e tempo de existência (idade) da empresa. NAJBERG et al (2000)²⁴ apontam para a necessidade de uma expansão do conhecimento e mapeamento das causas que levam à realidade brasileira. A existência de algum tipo de filiação ou relação com uma empresa matriz (no Brasil ou no exterior) e o porte da empresa determinam em muito o nível de mortalidade das empresas no Brasil. O gráfico 1.3 explicita esta relação.

**Gráfico 1.3 – Taxas de Natalidade e Mortalidade de Estabelecimentos no Brasil
Dez.1997/Dez.1996**

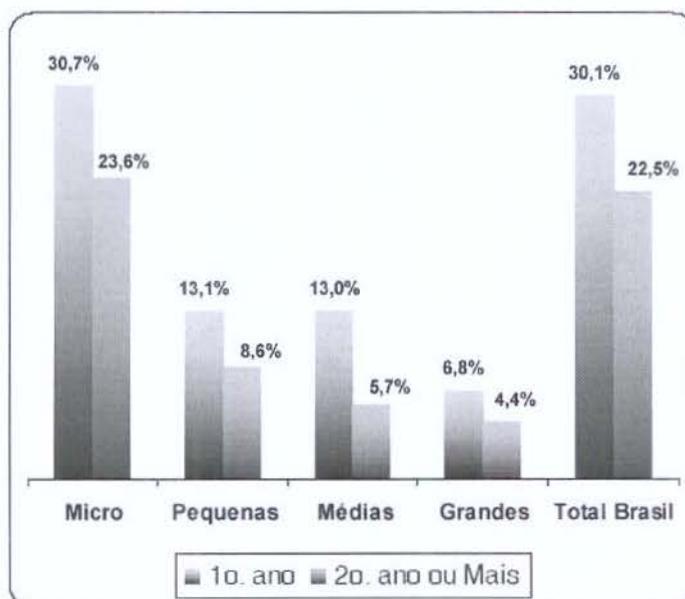


Fonte: Rais / MTE apud NAJBERG et al (2000)

Outro ponto fundamental para se estender o problema da sobrevivência das MPEs no Brasil é o período em que suas atividades normalmente são encerradas. Há uma concentração grande da mortalidade até o primeiro ano de vida da empresa, com se pode observar no gráfico 1.4.

²⁴ NAJBERG,S.; PUGA, F. & OLIVEIRA, P. “Sobrevivências das firmas no Brasil: Dez 1995 / Dez 1997.” Revista do BNDES. Rio de Janeiro, 2000

Gráfico 1.4 – Taxa de Mortalidade por Idade e Porte - 1997



Fonte: Rais / MTE apud NAJBERG et al (2000)

NAJBERG et al (2000) concluem o estudo apontando para a necessidade da existência de políticas públicas que reduzam a mortalidade das unidades de menor porte, uma vez que estas, apesar das altas taxas de mortalidade, formaram o segmento que apresentou a criação líquida de empregos (contratações superando demissões) no período analisado.

3.2 - Propostas para enfrentar os desafios associados ao apoio às MPEs.

Podem-se classificar estas propostas como medidas de caráter vertical e medidas de caráter horizontal. Dentre as medidas de caráter vertical, foram propostas:

- A definição de políticas de apoio voltadas a aglomerações de empresas, tendo como etapas a identificação do arranjo de empresas, e definição de uma agenda de intervenções, a definição de um plano de ação e de experiências-piloto e a montagem de um arranjo institucional;
- A definição de políticas que estimulem as finanças de proximidade, estimulando o desenvolvimento de *cluster banks* e a criação de *rating* específicos para clusters. Nesta nova ordem de idéias, pode se propor também a

disponibilização de cartões de crédito do BNDES para a aquisição de equipamentos para empresas situadas em arranjos produtivos e a criação de uma base de dados referentes a empresas situadas em arranjos produtivos;

- O reforço do capital social presente nos arranjos produtivos locais; e
- O estímulo a operações de crédito entre fornecedores e empresas ao longo de uma cadeia produtiva.

Dentre as medidas de caráter horizontal, foram propostas:

- A melhoria das condições de acesso ao crédito, através do aperfeiçoamento da central de risco do Banco Central, da ampliação do escopo das cooperativas de crédito, permitindo-se cooperativas multi-setoriais e da construção de uma base de dados que minimize o custo de obtenção de informações de agentes financeiros;
- O estímulo a educação empreendedora;
- A simplificação de registros e a desoneração tributária, ampliando o escopo do SIMPLES, para que as empresas sejam estimuladas a sair da informalidade; e
- A disponibilização de informações as MPEs sobre as condições de crédito e mecanismos de exportação.

O BNDES tem um papel fundamental no apoio a estas medidas. Um bom ponto de partida para o aperfeiçoamento da política do banco voltada as MPEs seria classificar os instrumentos atuais em instrumentos de apoio vertical ou horizontal e refletir a respeito de como estes instrumentos podem ser estendidos ou melhorados.

Em si mesma, a importância das micro e pequenas empresas no Brasil já justificaria amplas políticas públicas de apoio ao seu desenvolvimento. As principais fontes estatísticas brasileiras – IBGE, Ministério do Trabalho e o SEBRAE – indicam que 98% das 4,7 milhões de empresas registradas são micro e pequenas empresas; 59% da população economicamente ativa (PEA) são absorvidas por esse segmento; 48% da produção nacional são gerados pelas pequenas empresas e 21% do PIB são produzidos pelas MPE.

As justificativas, como se pode ver, são abundantes, mas o que também se observa é ainda uma insuficiência no tratamento desse universo. Mais do que isso, o que chama

atenção é a inadequação na abordagem do mesmo. Para o atual ambiente econômico e institucional, de forte instabilidade, não basta ter amplas e massivas políticas de apoio, é necessário ter políticas amplas, porém adequadas. Mesmo em outras épocas e em outros países, o apoio às pequenas empresas por meio de uma estratégia massiva, universalista e horizontal não se mostrou eficiente, embora até pudesse ser considerada uma política adequada para o ambiente econômico e institucional de outras épocas.

A fim de atingir uma boa adequação das políticas de apoio, não baste o voluntarismo do Estado, mesmo que ele seja importante. Em primeiro lugar, é razoável encarar as micro e pequenas empresas como fonte de negócios e base do desenvolvimento econômico, no lugar de vê-las como colchão amortecedor de crises sociais. Ainda nesta mesma linha de argumentação, é razoável também não alimentar o conformismo em relação à situação de informalidade vivida pelos micro e pequenos negócios. Em segundo lugar, tratando-se de um ambiente econômico aberto e competitivo, parece ser ainda mais razoável apoiar esses tipos de empresas quando estas estão agrupadas em redes de arranjos produtivos, no lugar de estarem isoladas. Isto não significa praticar algum tipo de ortodoxia contra as pequenas empresas isoladas e independentes, mas, sim, procurar vantagens, não apenas do lado das empresas, mas também do lado das instituições de apoio e dos recursos aplicados. Para ambos os lados as questões da escala e dos rendimentos crescentes são importantes alavancas para o aumento da eficiência e da competitividade.

É evidente que, quando se trata de apoiar arranjos produtivos locais, a proximidade geográfica é revelada como um elemento chave para o sucesso desse tipo de apoio, e neste caso, nos deparamos com o primeiro desafio. As grandes empresas detêm os melhores quadros de recursos humanos, as maiores parcelas de recursos financeiros e os melhores postos de observação das tendências econômicas. Enquanto isso, as instituições estaduais, municipais e não governamentais, que se encontram próximas e dentro dos territórios que abrigam as redes e os agrupamentos de pequenas empresas, são geralmente carentes daqueles recursos, mas, em compensação, detêm as vantagens oferecidas pela proximidade. O SEBRAE, além de já possuir uma política oficial de apoio aos arranjos produtivos, vem demonstrando capacidade em combinar grandes estruturas de ganhos de capilaridade, o que

poderá facilitar a penetração e os trabalhos de apoio junto aos arranjos produtivos locais.²⁵ No Brasil, o momento é particularmente rico, por que há um processo de descentralização administrativa e regional das políticas públicas, que pode ser combinado com um processo de reinvenção das políticas de apoio às micro e pequenas empresas, combinação essa que poderia neutralizar os traumas políticos normalmente causados por um processo de substituição de papéis e funções entre os vários níveis dos poderes públicos. O cumprimento dos ciclos desses dois processos, de maneira combinada, é a condição básica para o sucesso das políticas voltadas para os grupos, redes e aglomerações de empresas.

Como consequência desse desafio, as instituições responsáveis pelos programas de apoio deverão empreender esforços no sentido de converter o modelo focado na oferta, ainda predominante, para o modelo focado na demanda e nas especificidades dos problemas apresentados pelos grupos de MPÉs. De acordo com inúmeras experiências, as naturezas dos problemas são semelhantes entre esses grupos, mas eles se manifestam de maneiras diferentes, conforme os setores, ambientes, territórios e regiões nos quais se encontram. Logo, mesmo atendendo a lógicas econômicas convergentes, é necessário que a oferta final de soluções de problemas se adapte às demandas específicas, influenciadas pelos setores e territórios.

Enfeixando todos esses aspectos, diríamos que uma nova e boa concepção de política de apoio às MPÉs, com chances de atingir um elevado grau de sucesso, seria aquela que reunisse os seguintes atributos: (i) inexistência de qualquer postura paternalista; (ii) fomento à formação de redes de arranjos, onde possam se manifestar a cooperação entre as empresas, e entre elas e as instituições de apoio; (iii) envolvimento de diversos níveis de instituições e organismos, públicos e privados, respeitando os princípios da proximidade e da descentralização; (iv) concentração dos esforços no foco da demanda; (v) envolvimento de diversas frentes de ações, de maneira coordenada.

3.3 - Iniciativas, ações e instrumentos de apoio.

A primeira e grande possibilidade de participação do poder público brasileiro a favor das micro e pequenas empresas esta na melhoria do ambiente econômico e institucional no

²⁵ No momento, o SEBRAE realiza uma seleção de arranjos produtivos em todos os programas da federação para que os mesmos sirvam de projetos pilotos de um programa nacional de apoio.

patamar macroeconômico, ambiente este que determina a quantidade e a qualidade das ações empreendedoras. Sabe-se que o empreendedor é aquele indivíduo que assume riscos em situações adversas, mas a conjuntura econômica brasileira produzida nas duas últimas décadas resultou na proliferação de um empreendedorismo de baixa qualidade. São indivíduos que pressionados pelo desemprego, lançam-se no mercado informal como prestadores de serviços, vendedores ambulantes, etc., procurando uma estratégia de sobrevivência, como explicitado no capítulo 2 deste trabalho. Mesmo aquelas atividades manufatureiras surgidas nos setores de confecções, artesanato, produção de doces, etc. revelam também o baixo nível de qualidade de empreendedorismo. Para se ter uma idéia numérica da situação, uma pesquisa realizada pelo IBGE, em 2000, mostra que das 710,3 mil empresas criadas naquele ano, 92,8% tinham até quatro empregados, e, desse total, 60%, ou seja, 426,8 mil, encerraram seus negócios até o final do mesmo ano.

Ainda que o saldo entre a abertura e fechamento de empresas seja positivo²⁶, fica difícil uma avaliação adequada sobre a manifestação do empreendedorismo no Brasil, sua dimensão e qualidade. Neste caso, uma taxa relativamente elevada e sustentável de crescimento econômico poderia, de fato, constituir-se na verdadeira estufa ou incubadora de empreendedores, facilitando o nascimento e a evolução de pequenos negócios, e mesmo a evolução de seus agrupamentos. Na falta de um crescimento econômico robusto e sustentável, os arranjos produtivos, assim como as micro e pequenas empresas tomadas individualmente, necessitam e algumas medidas de caráter horizontal para que possam desenvolver suas iniciativas empreendedoras.

As medidas mais recomendadas e consensuadas são aquelas voltadas para a desburocratização na abertura da firma, ou a simplificação de processos, e a flexibilização na abertura da firma. Neste mesmo campo, uma frente aparentemente promissora em termos de resultados, embora sem consenso, é aquela sugerida por De Soto (2001)²⁷, segundo a qual, seria necessário não apenas facilitar e encurtar prazos relativos à abertura de pequenos negócios, mas também implementar um revolucionário processo de regularização dos títulos de propriedade daqueles indivíduos que detêm posse de seus terrenos, casas, pontos comerciais, etc., normalmente situados nas periferias das grandes

²⁶ Ainda segundo o IBGE, entre 1997 e 2000, a taxa média de abertura de empresas foi de 19,4%, enquanto a taxa média de fechamento foi de 12,9%.

²⁷ DE SOTO, H. de (2001) *O mistério do capital*, Editora Record, rio de Janeiro.

idades. Esse ato de reconhecimento poderia regularizar as garantias reais “possuídas” pelos pequenos empreendedores que as utilizariam em suas tomadas de empréstimos.

No tocante à oferta de crédito, há necessidade de caminharmos rapidamente para um consenso sobre um novo modelo de concessão de crédito e financiamento, inclusive para exportação. Neste campo, um importante estudo acaba de ser concluído pelo SEBRAE²⁸ (2002) nacional, e nele são recomendadas medidas inovadoras, no sentido de: (i) melhorar as informações positivas sobre pequenas empresas; (ii) reduzir a assimetria de informações; (iii) reformular bases de garantias nos empréstimos; (iv) constituir estruturas de finanças de proximidade, ou *clusters banks*; (v) expandir o microcrédito. Para completar essa linha de soluções horizontais, as grandes instituições, como o SEBRAE e o BNDES, devem reformar suas bases de dados e informações sobre as MPÊs bem como ampliar e intensificar o trabalho de balcão (inclusive eletrônico), no tocante à oferta e à disponibilização de informações.

O apoio do poder público a qualquer agrupamento de empresas deve ser orientado pela modéstia, suficiente para evitar que as organizações públicas saiam pelos quatro cantos do país construindo *clusters*, arranjos ou sistemas produtivos locais. Não se trata de construir estruturas físicas estáticas, a exemplo do que aconteceu no Brasil, na década de 1970, com a multiplicação de “distritos industriais” ao redor das cidades. O saldo dessa experiência foi o surgimento de carcaças de prédios industriais vazios, quando não empreendimentos imobiliários compostos por empresas de diversos ramos de atividade, impossibilitados de gerar a sinergia e as externalidades a que se referiu Marshall.

As redes e agrupamentos localizados com produção especializada são, antes de tudo, manifestações espontâneas, auto-organizadas, surgidas em torno de um ponto onde se forma um núcleo produtivo. As razões para esse surgimento são inúmeras: fonte de matéria-prima; presença de fornecedores; disponibilidade de recursos naturais específicos ou de boa qualidade; proximidade de mercados; presença de universidades e centros de pesquisa; bifurcações causadas por estratégias de sobrevivência de pequenos produtores submetidos à grande produção comercial agrícola; produção artesanal etc. Em muitos casos, a combinação exata de fatores responsável pela evolução dos núcleos produtivos

²⁸ Estudo coordenado pelo economista Mauro Arruda, em 2002, e intitulado “Como melhorar o acesso das micro e pequenas empresas ao crédito e expandir o microcrédito”.

para estágios complexos de arranjos permanece sendo ainda um mistério, donde a dificuldade de transformar o desenvolvimento desses agrupamentos em algo perfeitamente planejável. Tal mistério levou KRUGMAN (1991) a denominar esta combinação de “acidente histórico”. Entretanto, esse fenômeno tem dificuldade de evoluir ao sabor da mão invisível e, por essa razão, o poder público, em seus diversos níveis, tem o papel a preencher no desenvolvimento dos arranjos produtivos como vem acontecendo em muitos países sem todavia fazer com que o poder público procure substituir o capital social local requerido para o sucesso de qualquer arranjo produtivo.

Experiências internacionais têm mostrado que os principais promotores públicos de estratégias de desenvolvimento de grupos de MPEs têm sido as coletividades regionais e locais, geralmente com vistas voltadas para o desenvolvimento local ou regional. No Brasil, os candidatos naturais desta promoção são os governos municipais e estaduais. Mas, apesar desta vocação natural, devido à proximidade, esses segmentos não têm demonstrado desempenho satisfatório, a começar pela falta de iniciativa. Esse déficit pode estar associado a diversos fatores, dentre eles a falta de preparo técnico das equipes locais, a falta de visão geral das tendências econômicas e o efeito da inércia das políticas do passado.

Nessa falha institucional, entendemos que as grandes instituições nacionais e federais, como universidades, SEBRAE, BNDES, Banco do Nordeste, FINEP, Ministérios, etc., podem ter um papel importante em duas direções complementares. Primeiro, informar e mostrar aos governos e organizações de produtores locais onde estão as janelas de oportunidades abertas pelo novo ambiente econômico e institucional às empresas de pequeno porte. Segundo, apoiar a preparação técnica dos quadros pertencentes aos governos locais, com enfoque voltado para os novos paradigmas de organização desses segmentos de empresas. A bem da verdade, este tipo de trabalho já foi iniciado por intermédio de instituições federais como MCT/FINEP (APL e Plataformas Tecnológicas), mas, a rigor, trata-se de uma iniciativa quem, além de tímida, partiu do pressuposto de que a ponta final, os estados, estava preparada técnica e conceitualmente para “receber” o programa. Faltou, portanto, um trabalho preparatório.

Ainda, com base em experiências internacionais, o primeiro passo prático, no sentido de fomentar e organizar as redes e arranjos produtivos de MPEs, é iniciar um trabalho descentralizado de identificação de mapeamento de núcleos e arranjos produtivos locais.,

No Brasil, não há conhecimento satisfatório sobre a localização e o estado de organização desses agrupamentos, salvo para aqueles casos ícones, como as concentrações de produtores de calçados do Vale dos Sinos e de Franca, os produtores de vinho da Serra Gaúcha, entre outros. Há a necessidade de se conhecer a fundo a variedade de núcleos e arranjos produtivos espalhados sobre o território nacional.

Esse trabalho deve ser realizado por equipes ligadas às universidades, aos governos estaduais ²⁹ e municipais e às organizações não governamentais, mas apoiadas por programas nacionais do governo federal e do SEBRAE. Devem ser evitadas as referências sofisticadas de arranjos, internacionais e nacionais, a fim de não limitar o campo de escolha dos mesmos, pois tal limitação pode acabar por excluir núcleos produtivos importantes no plano local, como as castanheiras e as quebradeiras de coco e babaçu no Norte do país, os núcleos produtivos dos assentamentos agrícolas, e muitos outros. O mais importante é que a aglomeração encontrada e identificada ofereça alguns indicadores que revelem o enraizamento das atividades, além de revelar indícios de cooperação entre empresas e produtores. O resultado desse trabalho deve oferecer uma agenda de intervenções construída a partir dos problemas e potencialidades identificados. Essa fase deve ser seguida por um trabalho de seleção dos “arranjos promissores”, a fim de possibilitar a execução de experiências-piloto.

A utilidade das experiências-piloto está em facilitar testes e, portanto, a montagem de mecanismos e arranjos institucionais capazes de coordenar, reunir e canalizar as ações para focos de problemas identificados, o que não é fácil devido ao problema de sobreposições institucionais. Nota-se que não há um padrão, um modelo de amarração institucional, que possa ser adotado. Isto é, para cada arranjo produtivo manifesta-se um determinado tipo de coordenação, seja vertical ou horizontal, endógeno ou exógeno ao arranjo. Há e haverá arranjos produtivos nos quais o capital social encontra-se já bem avançado, facilitando o

²⁹ No Brasil, algumas pesquisas e estudos de identificação e análise dos Núcleos e Arranjos Produtivos Locais – APL vêm sendo realizados. Aqui podemos mencionar os trabalhos realizados pela REDESIST/UFRJ, com o apoio da FINEP, SEBRAE e CNPq, e também os trabalhos realizados pelo Centro de Estratégias de Desenvolvimento – CED/SEPLAN, com o apoio do Governo do Estado do Ceará. Sobre estes últimos, ver AMARAL FILHO, J. do; AMORIM, M.; ROCHA, G.; MOREIRA, M.V.; RABELO, D.; ARAÚJO, M.R.; SCIPIÃO, T. (2002). “Núcleos produtivos e arranjos produtivos locais: casos do Ceará”, Anais do Seminário Internacional “Políticas para sistemas produtivos locais de MPME REDESIST – Mangaratiba – Rio de Janeiro 11/13 de março.

diagnóstico dos problemas e as respectivas articulações institucionais: outros núcleos e arranjos carecem desse capital social, necessitando, portanto, de estímulos externos.

De toda maneira, o ideal é que as instituições de apoio, públicas e privadas, nacionais e locais, mantenham programas que facilitem um amplo diálogo entre as empresas, ao mesmo tempo em que entre essas empresas e as instituições, a fim de facilitar o desenvolvimento e o acúmulo desse capital social e a conseqüente cooperação. Cabe lembrar que, no Brasil, ainda há muita resistência da parte das MPEs em buscar soluções junto a outras empresas do mesmo grupo, ou do mesmo setor.³⁰ Esses programas devem ser acompanhados de outros programas preocupados com a oferta de informações sobre tecnologias, mercados, fontes de financiamento, etc. Neste tempo, o SEBRAE e o BNDES têm um papel importante a preencher.

No tocante às ações e aos instrumentos verticais, ou ao apoio direto, os poderes e as instâncias locais como governos estaduais, prefeituras, universidades, centros tecnológicos e organizações não governamentais do Sistema “S”, inclusive o SEBRAE, são os mais aptos a conduzir programas de apoio direto às redes e aos arranjos produtivos. Para esse engajamento, os poderes locais necessitam, com urgência, se instrumentalizar de maneira estrutural e institucional, a fim de que sejam criados referências e canais de comunicação e aproximação com os agrupamentos de empresas. Dado o novo ambiente econômico e institucional, o complexo competitivo, não é mais possível deixar ao SEBRAE toda a responsabilidade de apoio a essas empresas.

Os programas de apoio direto devem ser flexíveis e coordenados a ponto de atender às diversas situações e aos problemas encontrados nessas aglomerações. As pesquisas de campo, já citadas, têm encontrado múltiplas formas de agrupamentos: pequenas e grandes concentrações de empresas; grupo de microempresas informais funcionando em regime de sub-contratação; grupo de pequenas empresas trabalhando em regime de cooperação, consórcio, etc; pequenas empresas sendo coordenadas por uma média ou grande empresa etc. Como foi dito, para todos os casos as naturezas dos problemas são semelhantes, mas as formas e os conteúdos são específicos, daí a necessidade da flexibilidade dos instrumentos de apoio.

³⁰ Pesquisas recentes realizadas pelo SEBRAE, Banco do Nordeste, Confederação Nacional da Indústria – CNI (2002), entre outras fontes, mostraram isso com muita clareza.

O problema central enfrentado por redes e grupos de MPEs tem sido o desafio da competitividade, ou seja, o constrangimento exercido pelo ambiente econômico no tocante à conquista e à manutenção de mercado. Isto acontece, sobretudo, com as empresas independentes, mas também com as pequenas empresas organizadas em grupos, quando não são coordenadas por uma grande empresa contratante. Entendemos que a manutenção e a busca da competitividade dessas empresas devem ser o principal foco dos programas de apoio direto a esse segmento, e, por isso, os programas devem ser implementados por meio de ações e instrumentos que estimulem as inovações.

De maneira geral, as pequenas empresas apresentam um bom desempenho na difusão de inovações tecnológicas, uma vez que esta difusão é facilitada pela flexibilidade estrutural. Mas o mesmo não acontece com a geração de inovações, em particular nas empresas de menor porte. Tendo em vista seu tamanho, e todos os fatores limitantes que derivam desse fator, essas empresas não são suficientemente capazes de investir em pesquisa e desenvolvimento – P&D, seja para desenvolver um novo produto, seja para alterar o processo de produção, ou para melhorar as formas de organização e de gestão, ou seja, as três principais estratégias de negócios das micro e pequenas empresas (ver CNI, 2002)

O fato de estarem organizadas em grupo, exercendo a cooperação e procurando estratégias comuns de produção e de mercado, já significa boas condições para a geração de inovações, porque as empresas intensificam a troca de informações e aceleram a aprendizagem coletiva. Mas isso ainda não é suficiente, porque muitos núcleos e arranjos produtivos no Brasil apresentam baixo nível de interdependência empresarial, além de um isolamento em relação a fornecedores, clientes, consultores, enfim, aos canais privados de inovações.

É preciso, portanto, que as instituições de apoio participem nesse processo, ofertando infra-estrutura e transferindo conhecimento e tecnologia adequados. Essa oferta solicita uma cesta de soluções onde cabem muitos itens, dos mais simples, como a montagem de portais eletrônicos, aos mais complexos, como a montagem de incubadoras e parques tecnológicos.³¹ Uma outra observação é que, com base no relatório da Confederação

³¹ Neste sentido, há exemplos interessantes que começam a emergir no Brasil. Para ficar em apenas dois deles, podemos citar os casos do Porto Digital de Recife e do Centro Digital de Fortaleza, que são projetos

Nacional da Indústria (2002) sobre a indústria nacional, essa oferta deveria ser dirigida principalmente para o segmento das pequenas empresas, inclusive microempresas, porque foram elas que mais sofreram os efeitos da competitividade na década de 1990, e porque são fontes importantes de geração de emprego.

Em matéria de políticas e programas de apoio direto aos agrupamentos de MPEs, a Comunidade Européia, especialmente a Itália tem dado bons exemplos, a serem tomados como lições. Naquele continente, as autoridades locais, com forte apoio de fundos nacionais e de outros países europeus, oferecem estruturas institucionais, agências e centros de serviços tecnológicos e assistência técnica que trabalham junto com os grupos de empresas. Este trabalho conjunto contempla itens como: pesquisa industrial; disseminação de informações sobre o mercado; tendências de moda; padrões e regulação; serviços para aperfeiçoamento e transferência de tecnologia; treinamento; pesquisa e desenvolvimento; ensaios e serviços de certificação, etc.

3.4 - O acesso ao crédito para as micro e pequenas empresas no Brasil: propostas recentes

O crédito às MPEs é um dos aspectos mais relevantes no tocante a uma política de desenvolvimento nacional. Atualmente, existem três tipos de linhas disponíveis para o crédito às MPEs no país, cujas características são melhores descritas na tabela 3.3.

Tabela 3.3. -Linhas Disponíveis de Crédito às MPEs

Tipo	Características
Para investimento e/ou investimentos fixo	O capital destinado à aquisição de máquinas e equipamentos e obras civis indispensáveis à implantação, modernização, funcionamento ou ampliação da empresa.
Para capital de giro	Recurso destinado à compra de mercadorias, reposição de estoques, despesas administrativas, etc.
Capital de giro associado ao investimento ou investimento misto	A parcela de recursos destinada a cobrir as despesas que a empresa terá com investimentos realizados. Ou seja, se a empresa financiou uma máquina, poderá necessitar de matéria-prima para a produção – neste caso, será financiado o capital de giro

Fonte: SEBRAE

fomentados pelos respectivos governos, a fim de apoiar e estimular a aglomeração e a cooperação entre as pequenas e médias empresas do setor de tecnologia de informação -- TI.

Dentre os principais agentes financiadores das MPes no país, destacam-se o Banco do Brasil, o BNDES e a Caixa Econômica Federal. Para se ter uma dimensão, só em 2002, o Banco do Brasil ofereceu linhas de crédito no montante de R\$ 7,9 milhões, com a expectativa de aumentar este total para R\$ 11 milhões no ano seguinte.

Entre os bancos privados, destaca-se o Unibanco que para o ano de 2003 previa repasse de R\$ 700 milhões, com expansão prevista de 30% para 2004. Tal expansão será sustentada na ampliação dos canais de acesso ao crédito, atendimento diferenciado e oferta de serviços.

Por fim, é importante destacar a função dos bancos no apoio ao desenvolvimento as MPes, segundo o SEBRAE: “É função dos bancos decidir a aprovação ou não da solicitação de empréstimo, bem como liberar os recursos financeiros para as MPes”.

Para essa decisão, os bancos executam pelo menos essas tarefas:

- Análise do cadastro da empresa, dos sócios e dos avalistas;
- Enquadramento da operação de acordo com suas linhas de crédito;
- Definem as garantias sobre o financiamento e negocia com o interessado;
- Análise de crédito de acordo com o projeto de viabilidade econômica e financeira.

A demanda por crédito, por parte do setor privado, defronta-se com racionamento e/ou elevados preços no lado da oferta no Brasil. A escassez de recursos é ainda mais acentuada no caso das MPes, posto que os obstáculos de natureza macroeconômica se apresentam de modo ainda mais acentuado em seus casos.

Isso é ilustrado nos resultados encontrados em uma pesquisa conjunta efetuada em 1999, pela FIPE e o SEBRAE-SP – citada em SEBRAE (2002: 4), segundo a qual, entre as 408 micro e pequenas empresas paulistas entrevistadas, 16% haviam buscado acesso a crédito sem consegui-lo. Na verdade, 79% do conjunto de empresas jamais haviam utilizado empréstimos bancários.

Do equacionamento dos problemas derivados de recursos financeiros, depende a viabilidade a baixo custo da transferência desses recursos. Quer no âmbito sistêmico ou nos contextos de mercados, instrumentos e agentes econômicos e, em particular, a fluidez e o baixo custo do financiamento por terceiros estão diretamente relacionados à transparência

de informações e à existência de mecanismos e *enforcement* dos envolvidos. Sem tais atributos, a presença do “risco moral” – potencial ou efetivo – no comportamento dos tomadores, bem como os procedimentos que racionam e pioram a qualidade da alocação por parte dos aplicadores – “seleção adversa” – e podem obstaculizar a realização das transações.

Bancos comerciais poderão até participar mais ativamente do processo, dando suporte, através de linhas voltadas a empresas fornecedoras do crédito. A tendência ao uso de instituições intermediárias não-bancárias – como empresas credoras – está hoje presente em todos os ramos de crédito de varejo, posto que, na presença de um arcabouço legal-jurídico adequado, tais instituições constituem-se em arranjos institucionais eficientes na minimização dos problemas de assimetria de informações, em decorrência da proximidade / vizinhança entre os envolvidos. (Pinheiro e Garcia, 1998)³²

Entre as propostas recentemente discutidas para melhora de condições de acesso a fontes de financiamento por parte das MPEs recentemente discutidas, destaca-se:³³

a) Aperfeiçoamentos na Central de Risco do BACEN

A inclusão de informações sobre MPE, bem como a introdução de informações positivas (*status* de “pagamento em dia”) sobre as empresas em geral, diminuiriam os custos associados à coleta de *inputs* informacionais sobre aquelas empresas. Além disso, teria, aí, um forte incentivo contra a inadimplência, o que refletiria nos *spreads* bancários.

Mantendo-se o cadastro negativo, como informações sobre atrasos em pagamento, evitaria um viés contrário às empresas que estejam buscando crédito pela primeira vez. Dada a alta taxa de natalidade de MPE, cumpre evitar o *lock out* de empresas que ainda estejam fora de ambos os cadastros, positivo e negativo.

b) Seguro de crédito para MPE

³² PINHEIRO, A.C. e GARCIA, C. (1998). “Mercado de crédito no Brasil: o papel do judiciário e de outras instituições”, Rio de Janeiro, *Ensaio BNDES* 9, dezembro.

³³ Uma discussão detalhada dessas e de outras propostas pode ser encontrada em SEBRAE (2002).

Quer através da criação de uma companhia seguradora de crédito dedicada a MPE, ou outro arranjo institucional, em moldes similares àqueles com as quais foi construída a Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação (SBCE), os problemas com garantias poderiam ser minimizados através de linhas específicas de seguro de crédito. A esse respeito, cabe citar que, em alguns países onde existe a provisão de tal seguro de crédito a MPE, empresas locais de seguro de crédito à exportação têm buscado a obtenção de sinergia nas duas atividades (UNIDO, 2001).³⁴

c) Ampliação do escopo para as cooperativas de crédito

O aproveitamento das relações de proximidade / vizinhança poderia ser maior, com a extensão da possibilidade e formação de cooperativas de crédito para além dos limites legais atualmente vigentes. Na presença de um marco regulatório adequado e de uma correspondente rede de segurança financeira (filiação a uma cooperativa central de crédito, adesão a um fundo garantidor de depositantes), não há porque não estender a definição de “agentes econômicos com atividades correlatas”, podendo-se explorar outras dimensões de proximidade entre eles.

Poderá se encontrar nas cooperativas de crédito, inclusive, um instrumento de mediação entre fontes primárias de crédito (como os bancos) e tomadores de recursos, nos moldes do que mencionamos, há pouco, acerca do crédito comercial entre empresas. A mediação de cooperativas de crédito é um meio possivelmente eficiente de constituir o monitoramento e a garantia entre as partes, contornando problemas de assimetria de informações e de não alinhamento de incentivos.

d) Instrumentos e instituições financeiras para aglomerações (clusters) de empresas.

Na mesma linha da proposta anterior, cabe a maior utilização de relações de proximidade / vizinhança contidas nas cadeias produtivas – integração vertical – e nos conglomerados produtivos – empresas concorrentes, mas associadas horizontalmente

³⁴ UNIDO (2001). “*E-finance and small and medium-size enterprises (SMEs) in developing and transition economies*”, UNCTAD/SDTE/Misc. 48, Genebra, 17 de outubro.

através de “externalidades” locais, ou seja, “economia de aglomeração”. No caso das cadeias produtivas, aplica-se diretamente o que já mencionamos acerca do “crédito invisível” entre empresas.

Mas o escopo possível vai além, estendendo-se aos conglomerados produtivos. Neste contexto, poder-se-á explorar a atuação de agências de fomento, com a montagem de bancos de dados que socializem e minimizem o custo de obtenção de informações, tanto sobre as empresas quanto acerca das fontes disponíveis de crédito. Além disso, tais agências poderão oferecer formas específicas de crédito para as MPE envolvidas nos *clusters*, utilizando, por exemplo, recebíveis emitidos pelas empresas líderes no âmbito de suas relações com fornecedores. Outrossim, um re-direcionamento parcial dos fundos de aval atualmente existentes no Brasil, em direção aos conglomerados produtivos, poderá encontrar neles formas de ampliação em seu nível de utilização, bem como resultados mais perceptíveis em termos de eficácia.

e) Instrumentos de mercados de capitais para MPE

As ações anteriores poderão ser complementadas com o desenvolvimento de instrumentos que facilitem a aproximação entre MPE e os mercados de capitais, através da mediação de fundos de recebíveis e fundos de crédito. Particularmente no caso de agrupamentos de empresas ou de micro-regiões, poderá se abrir janelas de oportunidade, inclusive para investidores institucionais, à medida que se dilua seu presente refúgio nos altos retornos propiciados pelos títulos da dívida pública.

A resolução CMN nº 2.907, de 29/11/2001, seguiu pela Instrução CVM nº 356, de 17/12/2001, estabeleceram o marco para os Fundos de Investimentos em Direitos Creditórios (FIDC), exigindo, porém, que os ativos sejam classificados trimestralmente por agência de *rating*. O desafio, no caso, seria a compatibilização de tais requisitos com as peculiaridades das MPE. No limite, pode-se pensar na criação de *rating* relativos a riscos de crédito de *clusters* de empresas.

f) *E-finance* e MPE no Brasil

A potencialidade do *e-finance* na abertura de oportunidades para o desenvolvimento de MPE em economias emergentes tem sido objeto de foros internacionais. Em meio aos desafios colocados pelas novas tecnologias sobre os parques empresariais nas economias emergentes, é possível também localizar atalhos para a travessia mais rápida nas etapas do desenvolvimento empresarial local. Dentro disso, o Brasil, foi apontado por especialistas, como um dos casos em que estão preenchidos alguns requisitos para o aproveitamento de tais janelas de oportunidade.

Para finalizar esse item, vale ressaltar o estágio inicial em que se encontram as reformas microeconômicas de âmbito mais horizontal, concernentes ao conjunto do financiamento empresarial. No que diz respeito às MPE, entre os progressos na implementação da “agenda de poupança e investimento” – (SPE, 2002)³⁵-, destaca-se a potencialidade de uso, em alguns casos, das Cédulas de Crédito bancário (CDC).

A CDC, como título de crédito de execução extrajudicial emitido, por pessoa física ou jurídica, em favor de instituição financeira ou equivalente, constituirá meio de contornar parte dos riscos legais-judiciários embutidos nas transações financeiras, por ser instrumento auto-executável. Contudo, sem mudanças de fundo (nos processos judiciais, na lei de falências etc.), continuarão presentes os fatores de “risco moral”, que têm ajudado a manter os altos *spreads* na intermediação financeira e a escassez na oferta de financiamento.

Conforme tentou se argumentar, existem três níveis de determinantes a serem observados no tocante ao financiamento das MPE no Brasil:

- a) a dimensão macroeconômica, expressa nos depósitos compulsórios bancários, na taxa básica de juros e no congestionamento dos canais pelos títulos da dívida pública, os quais encarecem e estrangulam o total de créditos ao setor privado;
- b) a dimensão microeconômica de âmbito horizontal, manifesta nos índices persistentes (não-conjunturais) de inadimplência, na concentração de poder de

³⁵ SPE – Secretaria de política econômica (2002). *Principais avanços na implementação da agenda de poupança e investimento*, Brasília, www.fazenda.gov.br

mercado no lado da oferta de crédito, nos custos administrativos da intermediação bancária e na avaliação de riscos de crédito; e

- c) a dimensão microeconômica específica às MPEs, na qual os problemas de cunho horizontal aparecem com máxima intensidade, exigindo a construção de instituições e instrumentos financeiros adequados.

A obtenção da capilaridade do crédito ao setor privado na economia brasileira, alcançando os segmentos das MPE, só será possível com o enfrentamento simultâneo destas três ordens de obstáculos.

Nas duas últimas décadas, assistimos, em escala mundial, ao ressurgimento da importância das MPEs, tanto na sua multiplicação numérica quanto na geração de emprego por parte dessas empresas. Esse fenômeno está associado às transformações estruturais pelas quais passou o capitalismo contemporâneo, cujos eventos mais marcantes foram: (i) a crise do planejamento e da intervenção regionais centralizados; (ii) a reestruturação do mercado; (iii) a megametropolização, seguida por megaproblemas urbanos; (iv) a globalização e a abertura econômica; e (v) o uso intensivo da tecnologia da informação e da telecomunicação. Tais eventos, conhecidos como patrocinadores da passagem do regime de produção fordista para o regime de produção pós-fordista, exigiram das empresas novas formas de organização, comandadas pela necessidade de maior flexibilização das estruturas. A resposta das empresas resultou em dois processos: um, de desintegração vertical efetuado pelas grandes empresas, e outro, de integração horizontal, operado pelas MPEs. Ambos os processos passaram a valorizar as empresas e os empreendimentos de pequeno porte, porque estas revelaram ser mecanismos de estabilização e de absorção de riscos no âmbito do novo ambiente econômico e institucional. No segundo processo, chamaram atenção as estratégias exitosas de organização baseadas nos agrupamentos territorializados, funcionando com base na especialização flexível. Dessas estratégias, as mais conhecidas são os *clusters* americanos e os distritos industriais italianos.

Espelhados nessas experiências, inúmeros governos nacionais, regionais e locais, bem como organizações internacionais de desenvolvimento econômico, passaram a se interessar e a implementar políticas de apoio à formação e ao desenvolvimento de redes e agrupamentos de empresas. O que se nota é que essas iniciativas de planejamento têm sido

mais evidentes e aceleradas nos países desenvolvidos, e acanhadas e menos evidentes nos países em desenvolvimento, inclusive no Brasil. Entende-se que estratégias como essas são oportunas para a economia brasileira, porque podem assegurar mais empregos, além de poderem contribuir para a renovação da política de desenvolvimento regional. Para se ter uma boa adequação, é necessário que as políticas públicas brasileiras, voltadas para grupos de MPEs, privilegiem o enfoque do desenvolvimento econômico, combinado com o esforço de buscar um grau maior de formalização das empresas. Além disso, é por demais oportuno que se abandone, onde for necessário, o enfoque da oferta em favor da demanda, e que essas necessidades sejam alcançadas por meio das instâncias próximas das empresas. Há duas possibilidades de intervenções públicas, uma horizontal e outra vertical. As intervenções horizontais devem procurar atender a necessidade de melhoria da qualidade do empreendedorismo, afetado negativamente pela falta relativa de crescimento macroeconômico. Com ou sem crescimento robusto e sustentável, grandes instituições de apoio têm muito espaço para atuar na oferta de informações e na remodelação do sistema de crédito e financiamento, hoje insuficiente e ultrapassado. Além disso, essas instituições podem atuar na oferta de informações e na remodelação do sistema de crédito e financiamento, hoje insuficiente e ultrapassado. Além disso, essas instituições podem atuar na preparação técnica de recursos humanos que devem atuar junto às redes de empresas e aos arranjos produtivos locais. As intervenções verticais, orientadas pela proximidade, devem estar a cargo dos governos estaduais e municipais, bem como das organizações não governamentais – inclusive o sistema “S”- , mas apoiadas por fundos e programas federais. Ao intervir, nada melhor do que atender o princípio da modéstia, a fim de evitar a desorganização dos núcleos e arranjos produtivos, geralmente sustentados por algum tipo de governança adquirida por conta própria. Por fim, os apoios diretos devem ser concentrados, de um lado, na busca de competitividade das empresas por intermédio do incremento das inovações e, de outro, no estímulo à acumulação do capital social e ao desenvolvimento da aprendizagem, que será discutido no próximo capítulo.

4. Empreendedorismo - os desafios da educação empreendedora.

Reproduzindo um parágrafo do primeiro capítulo:

“Em cada cinco novos empreendimentos, quatro afundam no primeiro ano (Véras, 1999). Para ser mais específico, tem-se que 35% das pequenas e médias empresas costumam fechar suas portas depois do primeiro ano de vida, 56% destas estão fechadas após o terceiro ano e apenas 3% dos novos negócios sobrevivem mais de cinco anos (Mota, 2000). Será por causa dos altos juros, da burocracia, da concorrência globalizada? Em parte sim. Mas a principal razão é a pessoa que está no comando desse empreendimento, ou seja, o empresário. A pessoa se lança em um novo negócio porque soube de alguém que ficou rico assim, ou porque está entediado com o emprego, ou até mesmo porque quer fazer seu próprio horário; ou, ultimamente o mais comum, criar o seu próprio emprego. Na maioria dos casos, o negócio morre no primeiro ano. Este indivíduo ainda não era um empreendedor.”

Em primeiro lugar, que os aspectos culturais de resistência à mudança ainda prevalecente no contexto da nossa sociedade e economia devem ser mencionados, levando-se em consideração que o empreendedorismo está umbilicalmente vinculado à inovação. Sendo assim, a prática do empreendedorismo exige um significativo grau de tolerância com o insucesso, pois a formulação e implantação de novas idéias pressupõe riscos. Pesquisa citada por Degen (1989)³⁶ informa que nos EUA somente duas de cada dez idéias inovadoras implantadas alcançam o êxito planejado. Vale dizer: é preciso aprender a lição oito vezes (fracasso) para colher o sucesso pretendido. Registre-se ainda que em nosso país ainda não desenvolvemos uma cultura de valorização do insucesso enquanto um processo pedagógico de aprendizagem. Vide, por exemplo, que no ambiente empresarial, predominantemente, são valorizados os casos e os executivos de sucesso, sendo que os exemplos de insucesso são, literalmente, varridos para debaixo do tapete.

³⁶ DEGEN, R. J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

Outro obstáculo ao pleno desenvolvimento do empreendedorismo está relacionado com o tratamento a ser dado aos *intrapreneurs* (intra-empresendedores ou os funcionários com uma prática empreendedora no âmbito de suas organizações). Em países como o Brasil, predominam as empresas familiares - controle e gestão nas mãos dos acionistas - com estruturas organizacionais bastante verticalizadas, com alto grau de centralização do processo decisório, apresentando portanto resistência à mudança e, por extensão, aos funcionários com espírito de independência e de inovação. Estes intra-empresendedores - sejam indivíduos ou equipes - tendem a se contrapor às estruturas organizacionais rígidas e verticalizadas, na medida em que, na perspectiva das direções desta tipologia organizacional, representam riscos e ameaças. É preciso, pois, que todos aqueles que estão envolvidos com a prática do empreendedorismo em suas organizações tenham consciência destes aspectos culturais, procurando estabelecer uma ambiência propícia ao desenvolvimento da cultura empreendedora mediante inovações em suas respectivas estruturas organizacionais e nas suas práticas gerenciais.

Por último, há a ressalva do fato de que precisamos criar em nosso país um ambiente favorável ao desenvolvimento do empreendedorismo, abrangendo, dentre outros, os aspectos relacionados com a educação e as políticas públicas nas esferas nacional, estadual e municipal.

No campo da educação é essencial que seja superada uma cultura fortemente associada às práticas conservadoras, pouco receptivas à inovação, mediante uma ampla reformulação dos projetos pedagógicos dos cursos regulares - do 1º ao 4º grau - possibilitando aos professores e alunos um conhecimento e vivência do empreendedorismo. Neste aspecto, há de ser mencionado iniciativas como as incubadoras de empresas nas universidades, bem como a parceria do Sebrae com as escolas técnicas federais com o intuito de difundir o empreendedorismo em nossa sociedade.

No que concerne às políticas públicas - e seus respectivos contextos econômico, financeiro, de infra-estrutura etc. - deve ser mencionado o aspecto de acesso ao crédito e financiamento, tão importante para as empresas de pequeno porte e às organizações do Terceiro Setor. Os dados da pesquisa realizada no Brasil pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) - parceria do Babson College (EUA), London Business School (Inglaterra) e apoio do Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership (EUA) - que apontou o Brasil

como um dos países líderes na prática do empreendedorismo - número de pessoas que têm seu próprio negócio em relação ao total de habitantes - mas que, em contrapartida, também classificou o Brasil como um dos primeiros colocados no quesito de número de empresas fechadas, apontado como causas a educação, ou melhor, a ausência dela, ausência / escassez de apoio financeiro, burocracia ineficiente e demorada, entre outros fatores. Experiências como a do microcrédito - especialmente na versão dos "bancos populares ou bancos do povo" - têm de merecer um amplo apoio das autoridades governamentais, bem como é preciso que o nosso sistema financeiro - bancos e agências governamentais de fomento - empreendam linhas de crédito e financiamento adequadas às empresas de pequeno porte.

A despeito de todos estes obstáculos, o empreendedorismo representa um dos mais significativos avanços no campo do pensamento da administração, constituindo-se em uma metodologia absolutamente essencial para que organizações e indivíduos possam ter sucesso nesta era marcada pela mudança e quebra de paradigmas em todos os campos do conhecimento e da atividade humana.

Vale registrar, a título de encorajamento nesta linha de pensamento, a máxima de Peter Drucker, um dos principais cientistas sociais contemporâneos e um dos pioneiros do empreendedorismo:

"Qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor e comportar-se empreendedorialmente. O empreendedorismo é um comportamento e não um traço de personalidade. Suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição."

4.1 - Como promover o empreendedorismo no Brasil

Dentre as sugestões e recomendações feitas, destacam-se:

1) Políticas e Programas de Governo mais integrados e coerentes com a realidade do empreendedor, com especial atenção aos projetos de base tecnológica mais complexa e de ponta, sendo citada a regulamentação dos Fundos Setoriais, sob alçada do Ministério da Ciência e Tecnologia.

2) Uma estrutura e mecanismos de disponibilidade de capital acessível ao empreendedor dadas as condições distintas envolvendo um novo empreendimento. Neste item incluem o elevado custo do capital e a dificuldade de acesso por parte do pequeno empreendedor, a viabilização urgente de um mercado de capital de risco (venture capital) mediante instrumentos legais e fiscais eficazes.

3) O reforço e disseminação de uma cultura empreendedora, promovida por instituições diversas como por exemplo, as escolas de primeiro e segundo graus, as universidades e institutos de tecnologia, o envolvimento dos meios de comunicação na divulgação de histórias de sucesso, a valorização de empreendedores modelos, concursos nacionais incentivando a criação de novos negócios, entre outras ações possíveis.

4) Uma ampla reforma tributária, fiscal e legal, que tenha atenção especial à condição e particularidades do processo empreendedor. Inclui-se neste item a simplificação radical dos trâmites burocráticos exigidos para a criação e administração de um novo empreendimento.

5) A promoção de uma mudança de valores e normas sociais, valorizando de forma mais incisiva a atividade empreendedora, o que também seria reforçado, por uma mudança de atitude e expectativas do próprio empreendedor, muitas vezes avesso a novos modelos de gestão, a participação de terceiros no empreendimento possibilitando novas formas de capitalização, bem como a adoção de práticas gerenciais mais avançadas e produtivas.

Não é fácil ser empreendedor. Pessoas que se habituaram a ver o mundo a sua volta sob a perspectiva de empregados, sem maior envolvimento com os negócios da empresa como um todo, acabam percebendo que ser empreendedor é muito mais complexo do que parece à primeira vista. Há os que detectam logo cedo que, para montar um negócio, precisam antes se preparar adequadamente, tanto técnica quanto psicologicamente, sob o risco de ver seu projeto fracassar ainda no berço. Tal desafio está relacionado com uma questão crucial: como preparar o jovem profissional para responder aos **desafios** do mercado e às necessidades colocadas pelos novos paradigmas de produção? Isto compreende um conjunto multidisciplinar de informações que precisa ser integrado num trabalho que exige mudança no estilo de vida e, principalmente, de comportamento.

As mudanças, que vêm ocorrendo nos últimos anos em todo o mundo, nos mais diferentes aspectos, quer sejam políticos, sociais, tecnológicos ou econômicos, têm gerado conflitos e inseguranças para a sociedade como um todo, na medida em que se apresentam repletos de incertezas no que diz respeito ao melhor caminho a ser seguido. A globalização introduziu um novo significado para o conceito de mundialização do comércio até então conhecida pelos economistas e praticada pelas organizações e conseqüentemente um novo paradigma produtivo.

É ilusório acreditar que o indivíduo pode se aventurar em um determinado empreendimento sem o trabalho prévio de planejamento que envolve uma série de informações que definem o plano de negócio. São informações de natureza mercadológica, logística, plano de marketing, plano financeiro, plano contábil e análise dos concorrentes. Além destes é importante definir o negócio (produto/serviço), público alvo, a que preço, como distribuí-lo, como produzi-lo, etc.

Para este novo paradigma as instituições são obrigadas a buscar novas formas de gestão, com predomínio no desenvolvimento da capacidade inovadora dos indivíduos, ou seja, desenvolvimento de suas características empreendedoras e/ou intraempreendedoras. E neste contexto o educador tem papel fundamental.

Com a abertura do mercado (globalização) o papel da tecnologia passou a ser chave para as empresas. Iniciou aí uma aproximação entre o setor educacional e empresarial. Conseqüentemente, a partir disso, se gerou a necessidade de se rever o modelo de formação profissional em todos os níveis.

Para BETING (apud BRINGHENTI et al, 2000)³⁷ nesta nova economia globalizada,

“...há uma regra claramente estabelecida e aceita: a valorização suprema do capital humano no processo econômico. As empresas velozes desenvolvem programas de educação continuada para todos os níveis. Algumas lançam autênticas universidades corporativas para o consumo próprio e de fornecedores, parceiros e distribuidores.”

A educação passa a ser um dos fatores que constituem a base a partir da qual se constrói um país desenvolvido. É o instrumento que tem o papel fundamental a cumprir na

³⁷ BRINGHENTI, C. et al. Técnicas de ensino do intraempreendedorismo. PPGEPS, 2000.

alteração do modelo social, uma vez que a difusão do novo paradigma produtivo requer boa educação em todos os níveis, ou seja, educar para a cidadania, oferecendo uma boa formação acadêmica, que seja abrangente, multidisciplinar e generalista.

Nos países desenvolvidos, percebe-se a preocupação com a educação, em todos os níveis, orientada ao desenvolvimento pessoal, despertando nos alunos características que se tornam primordiais para o sucesso dos futuros profissionais. Empresas percebendo, também, o mercado competitivo, oferecem a seus funcionários oportunidades de atualização e/ou aprimoramento de seus ofícios.

A aprendizagem faz com que as pessoas deixem de lado velhos hábitos que hoje já não são úteis para o crescimento pessoal. Aprender a aprender transforma velhos paradigmas em conceitos mais fortes e mais competitivos.

O campo do aprendizado é um modelo simples que faz a combinação entre o que precisa ser aprendido (desafio da mudança) e quem precisa aprender (desafio do aprendizado).

O aprendizado pode ser impulsionado pela curiosidade, pela circunstância ou pela experiência diária. A aprendizagem dinâmica é uma proposta simples: aprender mais sobre o trabalho na prática. Um exemplo é o sistema de ensino norte-americano. Os empreendedores norte-americanos ganham dinheiro, geram riqueza e criam empregos estabelecendo empresas sólidas não só por contarem com condições econômicas favoráveis, mas também porque são educados para a vida financeira. Ao contrário do que acontece no Brasil, o espírito empreendedor e aquisitivo é valorizado e incentivado, desde a infância, no cotidiano da família americana. Desde a pré-escola recebem educação formal sobre economia e finanças e são encaminhados para as atividades produtivas. Trata-se, portanto, de efetuar mudanças no modelo de pensamento e atitudes de toda a comunidade envolvida. Para que isto ocorra, é necessário haver um processo de aprendizagem, que, via de regra, leva tempo, mas que realmente é possível.

O comportamento do indivíduo é resultado da interação das suas características de personalidade com o ambiente externo e é afetado por aspectos psicológicos, biológicos, sociológicos, antropológicos, econômicos e políticos. Desta forma percebe-se a natureza complexa do comportamento humano, que deve sempre ser avaliado de acordo com a situação.

A personalidade empreendedora, conforme comentado por ROBBINS (apud BRINGHENTI et al, 2000), é delineada por três fatores: a motivação intrínseca movida pela alta necessidade de realização, a autoconfiança responsável pela elevada crença de que é o indivíduo quem controla sua própria vida e a disposição para correr riscos.

Para que o comportamento empreendedor possa ter lugar é importante então que a personalidade empreendedora esteja aliada em um ambiente apoiador. Aspectos tais como uma cultura que valorize o alcance do sucesso pessoal e que possua uma tolerância maior ao fracasso proporciona à pessoa que possui uma personalidade empreendedora uma maior possibilidade de colocar em prática suas idéias.

4.2 - O Papel do educador no cenário atual

Embora as instituições de ensino pareçam estar em crise, na realidade estão ganhando importância em função da revolução técnica e científica em curso. Isso ocorre porque o saber científico, que estas instituições produzem e divulgam, está sendo cada vez mais demandado pelos governos, pelas empresas e pela comunidade em geral. Há muitas razões para isso, mas tudo leva a crer que a mais importante é a credibilidade cada vez maior da ciência em comparação com as outras fontes de saber como a intuição, a experiência individual, a revelação religiosa, etc.

O modelo de ensino predominante atualmente não valoriza os instrumentos de acesso ao conhecimento e a comunicação; fragmenta o conhecimento e estimula a memorização, massificando o aluno e limitando o professor a um mero repassador de informações.

Torna-se necessário desenvolver ações que alterem esse contexto. Devemos vivenciar processos participativos, o compartilhamento na ação de ensinar e aprender através de uma comunicação mais aberta, confiante, de motivação constante, de integração de todas as possibilidades da aula-pesquisa / aula-comunicação. Essas ações devem estar centradas na interatividade entre os participantes do processo.

Independente da modalidade de ensino, seja presencial, semi-presencial ou não-presencial, o papel do professor é indispensável na orientação de como o aluno irá aprender o conteúdo necessário para seu aprendizado, como ele – o aluno – terá o conhecimento

necessário para se tornar um bom profissional que é o que a sociedade necessita: um profissional com bons conhecimentos, capacidade de adaptar-se a situações diversas, saber tomar decisões, ser criativo, ter habilidade de encontrar soluções práticas e decisivas.

Neste contexto, o papel do professor não é mais o de transmissor de informações, mas sim o de facilitador e articulador de aprendizado, independente do nível de educação em que está inserido. O professor deve fazer uso de todas as ferramentas disponíveis para que sua aula se torne agradável e desperte no aluno – parte primordial da educação – o interesse em aprender.

Tem-se consciência da necessidade de educar os alunos de uma maneira integral, para que ele se torne um cidadão no sentido mais completo da palavra. Porém, defronta-se com um grande problema: onde encontrar professores que consigam transformá-los em “pessoas”? “Cabeças pensantes”?

Os professores estão nas salas de aula, porém sem o devido conhecimento de sua importância no desenvolvimento do aluno / cidadão que está a sua frente, ávido por adquirir conhecimentos, para poder se transformar num profissional de sucesso.

Neste ponto, há duas barreiras:

- Como oferecer ao professor as ferramentas – se ele ainda não as percebeu – para utilizar em suas aulas, afim de alcançar o objetivo de transformar seu aluno em cidadão; e
- Como despertar nesse professor um novo interesse em ministrar aulas de maneira a interagir com os acontecimentos do mundo.

Há necessidade de integrar toda a comunidade da instituição para esta nova realidade. O ensino deve ser visto sob a ótica da troca de informações e de conhecimentos. Deve-se capacitar esses profissionais que atuam na instituição para que percebam as grandes oportunidades de que se tem apenas “olhando para os lados”, respeitando a individualidade de cada um.

O que se questiona é a possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor, ou então, seria ensinar no sentido de encorajar e estimular o desenvolvimento de habilidades através da alteração da postura docente, da apresentação de novas formas de trabalhar conteúdos,

criando ambientes favoráveis para pensar e criar o futuro e, ao mesmo tempo, comprometidos com soluções de problemas presentes, ou seja, verdadeiros visionários focados no gerenciamento, execução de processos, observação tecnológica, com postura pró-ativa, ousados e com velocidade de implementação.

Nas sociedades tradicionais as organizações produtivas, educacionais, sociais e políticas sofriam mudanças muito lentamente, porém o rápido desenvolvimento científico e tecnológico atual e sua crescente presença nos processos produtivos e sociais tornam o conhecimento rapidamente superado, exigindo atualização constante.

De acordo com DOLABELA (1999)³⁸, os pressupostos da formação do empreendedor baseiam-se mais em fatores motivadores e habilidades comportamentais do que em um conteúdo puramente instrumental. As disciplinas voltadas ao empreendedorismo devem priorizar o comportamento (o ser) em relação ao saber. A proposta não é a transmissão de conhecimentos, mas o esforço no desenvolvimento de características pessoais necessárias ao empreendedor de sucesso. A criação de empresas não deve ser o objetivo final, mas sim, a formação de empreendedores de sucesso. Assim, na sala de aula, elementos como atitude, comportamento, emoção, sonho e individualidade devem ocupar o espaço que antes era ocupado somente pelo saber.

Segundo o mesmo autor, uma proposta metodológica de ensino de empreendedorismo deve contemplar, entre outras coisas: a motivação para empreender; o processo visionário; a capacidade de identificação, análise e aproveitamento de oportunidades; a criatividade; o comportamento empreendedor e o plano de negócios. A abordagem didática deve submeter o aluno a situações similares àquelas em que encontrará na prática. O objetivo é fazer com que os alunos freqüentemente cruzem os muros da escola para entenderem o funcionamento do mercado, e estando em sala de aula, submetê-los a processos de trabalho semelhantes àqueles desenvolvidos pelos empreendedores. Além disso, o depoimento de empreendedores é de grande importância, cuja vivência na área irá ser um dos componentes didáticos mais valiosos, já que é indispensável ao aluno-empreendedor conhecer os caminhos percorridos por aqueles que alcançaram o sucesso e também por aqueles que amargaram fracassos.

³⁸ DOLABELA, F. "*Oficina do Empreendedor*". São Paulo: Cultura, 1999.

O sistema de ensino atual está formando os indivíduos para serem empregados. Os alunos estão recebendo quase que um adestramento. Eles não estão sendo preparados para a vida, para os **desafios**, para as oportunidades e para os nichos de mercado. É preciso mudar radicalmente este estilo de formação que vem desde o primário até à universidade. O indivíduo pode ser formado para ser empregado, mas um empregado parceiro da organização, um empregado empreendedor (intraempreendedor), que inove, que busque novos caminhos, que busque a melhoria de serviços, a melhoria de produtos e o aproveitamento de oportunidades de nichos de mercado. A formação do indivíduo empreendedor requer habilidades, conhecimento e principalmente comportamento: capacidade de assumir riscos, elevada criatividade, motivação muito grande por resultados, pela auto-realização e busca de comprometimento, dentre outros.

O emprego tradicional acabou, porém as universidades continuam produzindo profissões que estão acabando ou que estão em plena mudança. A estrutura reinante no país é absolutamente conservadora. A começar pelos professores, em todos os níveis, que são os mais resistentes. Eles não foram preparados para este novo cenário. E para que essa mudança ocorra e atenda as necessidades de um ensino empreendedor, devemos então começar pelos professores. Não adianta ir pelo lado do aluno. O professor deve estar comprometido, precisa estar conscientizado a ter visão e atitudes empreendedoras. Se ele se conscientizar, ele vai ajudar o aluno a promover esta mudança de vida.

O grande desafio apresentado para a economia brasileira significa atender aos requisitos deste novo cenário e, entre estes, está a melhoria em todos os níveis da educação, iniciando certamente pelo ensino fundamental, evoluindo para o âmbito da re-qualificação profissional e para a educação continuada. Significa estar sempre em processo de formação principalmente no que se refere ao desenvolvimento de habilidades empreendedoras.

Juntamente com algumas formas de incentivos, apresentados no capítulo 3, o ensino e a difusão dos conceitos do empreendedorismo compõem o instrumental necessário para que o as micro e pequenas empresas, o empreendedorismo possam contribuir para que o país possa se desenvolver.

5. Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico

De acordo com a visão schumpeteriana, o desenvolvimento econômico processa-se auxiliado por três fatores fundamentais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador (Souza, 1997). O empresário inovador é o agente capaz de realizar com eficiência as novas combinações, mobilizar crédito bancário e empreender um novo negócio. O empreendedor não necessariamente é o dono do capital (capitalista), mas um agente capaz de mobilizá-lo. Da mesma forma, o empreendedor não é necessariamente alguém que conheça as novas combinações, mas aquele que consegue identificá-las e usá-las eficientemente no processo produtivo.

A existência de empresários inovadores e de novas combinações produtivas é, segundo Schumpeter (1982), condição necessária para o processo de desenvolvimento econômico. A situação onde uma economia não está em processo de desenvolvimento econômico é referida por Schumpeter como “economia em fluxo circular”. Essa situação caracteriza uma economia em equilíbrio, onde as relações entre as variáveis ocorrem em condições de crescimento equilibrado, a qual é determinada pelo ritmo da expansão demográfica (Souza, 1997). Dessa forma, uma economia em fluxo circular ocorre na ausência de inovações e de empreendedores. Ou, alternativamente, a ausência de novas combinações, de crédito bancário e de empreendedores é, segundo Schumpeter, o fator limitante do processo de desenvolvimento econômico.

O desenvolvimento econômico está associado à geração de emprego e renda, o que pode ser possibilitado pela organização de novas empresas. Os primeiros anos da organização das firmas são críticos, especialmente no caso de micro, pequenas e médias empresas, o que representa um grande problema. Isso por conta de fatores estruturais do ambiente empresarial, como também por conta da habilidade dos empreendedores. De acordo com Veiga (1999), nos Estados Unidos, 50% das empresas quebram nos cinco primeiros anos. Na Itália e na Alemanha, esse número é de 46% e 37%, respectivamente. Nos países subdesenvolvidos e em desenvolvimento esse problema é mais grave. Ainda, de acordo com Veiga, a Itália tem uma taxa anual de criação de novas empresas de 144 por 10.000 pessoas (entre 16 e 64 anos). Em seguida vem a França e a Alemanha com 118 e 55 novas empresas, respectivamente. Assumindo-se que o empreendedorismo, ou seja, a

CC BY-NC-SA

ocorrência de indivíduos com habilidade de mobilizar capital e técnica para empreender novos negócios, é um fator crucial na geração de emprego e renda, é importante examinar a seguinte questão: o que influencia o empreendedorismo?

A recente discussão sobre empreendedorismo e sua relação com vários outros temas mais amplos como o desenvolvimento dos países, tem evidenciado a importância do tema para a geração de emprego e o desenvolvimento econômico e social. A relação entre empreendedorismo e crescimento econômico por exemplo, parece clara, principalmente quando a discussão centra-se na análise da quantidade de novos empreendimentos e nos empregos gerados. No entanto não é simples resolver o problema do desemprego por meio do incentivo às ações empreendedoras quando o sistema econômico tende a gerar menores oportunidades de emprego, e quando a ação empreendedora começa a relacionar-se claramente à sobrevivência das pessoas, as quais motivadas pela dificuldade de acesso ao mercado de trabalho e pelo desemprego procuram a solução da abertura de um empreendimento individual. Deste modo o processo empreendedor acabará sendo mais adequadamente identificado a uma disfunção do sistema do que exemplo de seu resultado, dada a precariedade das soluções encontradas.

Desta forma mesmo esta relação inicialmente simples (entre empreendedorismo e crescimento econômico) apresenta contradições que obriga a um melhor entendimento e qualificação da relação. Alguns países podem apresentar rápido crescimento econômico sem que seus níveis de empreendedorismo sejam elevados, pelo menos da forma como que medido em alguns estudos e, outros podem apresentar, segundo os mesmos critérios, altos níveis de empreendedorismo, com baixas ou nulas taxas de crescimento econômico.

A discussão inicial que ajuda a entender o fenômeno pode ser a diferença importante entre crescimento e desenvolvimento econômico. Neste sentido o crescimento econômico pode ser visto como um mero processo de aumento da riqueza sem relação com a melhoria das condições de vida da maioria das pessoas envolvidas no processo, um aumento apenas quantitativo do produto nacional, regional ou local sem a contrapartida do desenvolvimento destes espaços. O desenvolvimento por sua vez, deve ser visto como um processo de melhoria das condições de vida da população envolvido no processo, e neste caso , torna-se obrigatório repensar os conceitos do desenvolvimento econômico, social e cultural de países, regiões, localidades.

Num processo efetivo de desenvolvimento econômico observa-se um aumento da densidade das relações entre os agentes, o tecido produtivo torna-se mais integrado e articulado, possibilitando maiores oportunidades de inserção das pessoas e de novos empreendimentos na atividade econômica. As relações sociais e culturais sustentam, condicionam e ao mesmo tempo se beneficiam do aumento da densidade das relações econômicas, num círculo virtuoso em que sociedade e economia evoluem em conjunto.

Este repensar move-se a partir da tomada de consciência das limitações impostas ao mundo periférico pela divisão internacional do trabalho que se estabelece com a difusão da civilização industrial. Neste mundo “não desenvolvido” os obstáculos à passagem da simples modernização ao desenvolvimento estão na esfera social: o avanço na acumulação não produziu transformação nas estruturas sociais capazes de modificar significativamente a distribuição da renda e a destinação do excedente; nas economias “desenvolvidas” a acumulação levou à escassez de mão-de-obra e criou as condições para que se dessem a elevação dos salários reais e uma maior homogeneização social; nos países de industrialização atrasada os efeitos foram inversos – subemprego e reforço das estruturas tradicionais de dominação ou sua substituição por outras similares - a acumulação se deu a serviço da mundialização dos mercados e acompanhava a difusão de um dado padrão de civilização industrial.

Coloca-se neste debate uma questão importante: até que ponto a tecnologia da civilização industrial pode ser posta a serviço da consecução de objetivos definidos autonomamente por uma sociedade de nível de acumulação relativamente baixo e que pretenda à homogeneização social, ou, até que ponto é possível absorver tecnologia moderna escapando ao processo de mundialização de valores imposto pela dinâmica dos mercados? Ou, como superar o atraso tecnológico e o subdesenvolvimento?

Algumas condições necessárias à superação do atraso puderam ser observadas em diferentes experiências: uso de mecanismos que levem a uma maior homogeneização social; criação de sistemas produtivos eficazes dotados de relativa autonomia tecnológica; descentralização de decisões entre os agentes econômicos possibilitando a atuação das empresas nos mercados e a ação orientadora do Estado dentro de estratégias pré concebidas, e, exposição à concorrência internacional.

Nestas experiências ressaltava-se a seguinte preocupação: “O problema não é saber o que fazer antes ou depois mas, sair da armadilha do subdesenvolvimento; como modificar o mecanismo que conduz à perversa distribuição de ativos, ao nível das coisas e das habilitações pessoais; fator decisivo na determinação da distribuição primária da renda; das forças de mercado resulta apenas a reprodução e agravamento da situação” (Furtado, 1992).

A preocupação básica era com a percepção de que a manutenção das estruturas vigentes e a homogeneização dos padrões produtivos adotados levariam a que o aumento de produtividade gerasse necessariamente uma crescente dicotomia social.

Para romper o círculo da pobreza tornava-se necessária uma “estratégia de desenvolvimento”, ou seja, uma ação deliberada do governo capaz de modificar a distribuição primária da renda – reforma agrária; reforma urbana; sistema de crédito; educação; etc. Percebeu-se também que técnicas modernas permitiram inclusive modificar estruturas sociais ao facilitar e exigir organização e capacitação política via formas pluralistas de organização do poder levando à necessidade de formas alternativas de organização social capazes de ativar os segmentos da população politicamente inertes.

Outra discussão sobre o desenvolvimento, a do Desenvolvimento Endógeno, surgiu como uma reação à insatisfação que gerou o esgotamento de um modelo de desenvolvimento exógeno e da industrialização baseada em grandes empresas em grandes cidades, e norteou a industrialização de países de desenvolvimento tardio (sul da Europa, por exemplo) que se iniciou e consolidou graças ao desenvolvimento de sistemas industriais locais com formas específicas de organização da produção, da integração da sociedade e das instituições nos processos produtivos e da capacidade de resposta do território e dos atores econômicos às condições do novo cenário econômico, político e institucional.

Algumas constatações inerentes ao novo cenário merecem destaque: a capacitação do fator humano através do acesso à alfabetização e habilitação profissional tornou-se cada vez mais importante e a autonomia tecnológica através de esforço contínuo e crescente de pesquisa científica-tecnológica, particularmente nas empresas, permitiu em diferentes países tirar partido de fatores primários e apoiar-se em tecnologias de vanguarda; ao mesmo

tempo em que importantes modificações estruturais necessárias para superar o subdesenvolvimento não se fizeram sem um projeto político aceito por amplos segmentos sociais, com conhecimento da realidade e adesão dos vários segmentos da sociedade (coesão social).

Os diferentes processos de mudança visando a superação das diferenças tecnológicas e redução das desigualdades sociais continham essencialmente: pesquisa e criação intelectual (ingredientes básicos) + iniciativas da própria sociedade civil (recursos e poder) + poder de articulação do setor público. Ao mesmo tempo um objetivo estratégico permeou algumas experiências que buscaram o desenvolvimento endógeno: assegurar um desenvolvimento que se traduza em enriquecimento da cultura em suas múltiplas dimensões e permita contribuir com criatividade própria para a civilização que se mundializa, preservando a própria identidade.

Os processos de crescimento e mudança estrutural foram o resultado das estratégias e decisões de investimentos de organizações que operam nos mercados e se inserem em entornos institucionais e culturais (que afetam as formas de organização da produção, o sistema de relações, o aprendizado das organizações) que condicionam a dinâmica econômica. O novo paradigma articulou-se em torno de 3 questões básicas: novo conceito de desenvolvimento; uso de mecanismos que favorecem os processos de desenvolvimento; e formas de atuação mais eficazes dos atores econômicos e sociais.

Os objetivos principais seriam: satisfazer as necessidades e demandas de uma população através da participação ativa da comunidade local nos processos de desenvolvimento; além de melhorar a posição do sistema produtivo local (agrário, industrial e de serviços, internacional e nacionalmente) buscar o bem estar econômico, social e cultural da comunidade local em seu conjunto, e aproximar o território ao desenvolvimento e ao funcionamento do sistema produtivo; território como agente de transformação e não apenas suporte, uma vez que as empresas e os demais atores do território interagem entre si, organizando-se para desenvolver a economia e a sociedade.

5.1 - Desenvolvimento e Planejamento Econômico

O desenvolvimento endógeno passou a ser observado e estudado em sociedades organizadas cujas formas de organização e cultura condicionam os processos de mudança estrutural a qual, por sua vez, vêm determinadas pelas condições do processo de desenvolvimento no qual se destaca o papel estratégico de vários componentes: o aspecto sócio-cultural; os arranjos institucionais existentes; as articulações dos diferentes atores, etc.

O papel do planejamento, em seus diferentes formatos, passou a se tornar cada vez mais claro nos processos de desenvolvimento. A aceleração das mudanças apenas mostrou a necessidade de políticas que permitam, orientem e articulem as transformações, uma vez que por trás do desempenho das empresas é possível observar o papel positivo / negativo das políticas públicas, principalmente nos processos de mudança tecnológica, apoiando e orientando a inovação.

Reconhece-se cada vez mais a importância crescente de políticas buscando adaptar e reorientar os sistemas produtivos e de inovação aos novos cenários. Por outro lado constata-se a inexistência de razões e evidências concretas para se acreditar nas teses sobre tendência à globalização tecnológica. Ao contrário, constata-se uma tendência ao aumento das diferenças e distâncias entre empresas, regiões e países, tanto em termos da dinâmica da inovação quanto de desenvolvimento econômico.

Tornou-se claro, nos últimos anos, o papel diferenciado, ativo e importante das políticas públicas: nos principais países da OCDE preserva-se e aumenta o papel do estado nas economias, através de diferentes formas de ação e presença mas, mantendo-se e reforçando-se a capacidade de gerenciar e articular ações que levem à melhoria do bem estar da população e uso de diferentes formas de política industrial.

As políticas industriais, tecnológicas e comerciais dos países da OCDE tornaram-se crescentemente integradas a partir da década de 80; em praticamente todos eles, os governos passaram a considerar imperativo contrabalançar o grau elevado de abertura ao exterior que se seguiu à importante redução de barreiras tarifárias, com o uso de ampla gama de instrumentos visando melhorar a competitividade de suas empresas, tanto em relação às exportações quanto em relação ao mercado interno mais abertos à concorrência externa (reduz barreiras tarifárias e aumenta barreiras não tarifárias, por exemplo).

Uma série de outros parâmetros também passou a ser considerado pelos governos locais: preservação dos principais componentes da soberania nacional, como o domínio e algum grau de autonomia em tecnologias críticas, manutenção do emprego, balança comercial e o desenvolvimento regional, passando-se a reconhecer, além da convergência entre as políticas industrial e tecnológica, a importância da inovação e dos sistemas locais de inovação.

Considerando a íntima relação existente entre os processos inovativos e os sistemas locais de inovação, a orientação básica em relação às políticas para promoção e estímulo da inovação, passaram a ser vistas como elementos necessariamente integrados aos contextos nacional, setorial, regional, organizacional, institucional. Isto levou a uma ampliação das novas formas de intervenção que deixaram de se resumir à formulação de políticas de difusão tecnológica e inovação para diferentes setores da economia, passando a se preocupar em ampliar a coordenação da política de inovação com as políticas macroeconômicas.

Os diversos autores que discutem a inovação mostram a inequívoca importância dos processos específicos e cumulativos de aprendizado, do caráter tácito das inovações e, portanto, da dimensão localizada da inovação. Ressalta-se o reconhecimento de que inovação e conhecimento (ao invés de poderem ser considerados como fenômenos marginais) colocam-se cada vez mais visivelmente como elementos centrais da dinâmica e do crescimento de nações, setores, organizações e instituições e também a compreensão de que a inovação constitui-se em processo de busca e aprendizado, o qual, enquanto dependente de interações, é socialmente determinado e fortemente influenciado por formatos institucionais e organizacionais específicos (sistemas nacionais e locais de inovação).

Neste cenário é que deve ser visto o processo empreendedor - resultado de interações pessoais, profissionais, culturais e sociais e, parte de um processo integrado de desenvolvimento econômico e social - e as políticas de incentivo ao empreendedorismo na sociedade como um todo através de distintos programas (desde universidades, institutos de pesquisa, órgãos de apoio, incubadoras, etc.) que deveriam partir dos mesmos pressupostos.

5.2 - O empreendedor fruto de um processo de desenvolvimento social

A partir de pesquisa recente realizada em vários países (“Entrepreneurship Desenvolvimento (BID) foi possível obter para o caso brasileiro (BACIC, 2001) um conjunto de informações primárias bastante diversificado sobre o processo empreendedor na década dos 90”. Nesta pesquisa foram entrevistados 150 empreendedores, proprietários de empresas abertas no Estado de São Paulo, a partir de 1990. As empresas estudadas foram empresas industriais e de serviços relacionados com a indústria. As empresas foram divididas em dois conjuntos segundo conteúdo de conhecimento implícito da atividade: empresas tradicionais (têxtil, cerâmica, mecânicas, metalúrgicas, etc) e empresas com base no conhecimento (software, biotecnologia). Outra classificação separou as empresas segundo potencial de crescimento demonstrado: empresas dinâmicas (com mais de 15 empregados) e empresas não dinâmicas (com menos de 10 empregados). O perfil encontrado mostra claramente que o empreendedor é fruto de um processo de desenvolvimento social.

O empresário é uma pessoa que se fez dentro da sociedade. Possuidor de motivações endógenas, relativas a auto-realização e da vontade de colocar em prática seus conhecimentos, consegue transformar estas inquietações num empreendimento a partir de uma longa interação com pessoas (família, amigos, colegas de trabalho, relações comerciais, conhecidos), empresas e com o apoio relativo de instituições. Nessa interação encontra e desenvolve as competências necessárias para a ação empreendedora. Por trás de cada novo empreendimento, mais que um empreendedor individual encontra-se uma equipe empreendedora, onde distintas motivações e competências que se articulam, para dar luz a uma nova firma. Mais que o *self-made man*, há um *social-made team* (BACIC, 2001). O empresário é um ser coletivo, e neste sentido não é adequado falar de empresário individual.

A ação empreendedora é por um lado fruto do desenvolvimento social, por outro lado esta ação contribui com o desenvolvimento da sociedade, ao introduzir inovações, ao satisfazer demandas específicas e ao tornar mais densas a rede de relações inter-empresariais. Comparative Study in Latin America and Asia) com apoio do Banco Interamericano de

O empreendedor considerado ideal é uma pessoa com alto nível de educação, especialmente quando comparado com a média da população brasileira, e que antes de se tornar empreendedor passou vários anos trabalhando, especialmente em atividades relacionadas com seu empreendimento atual. Tem em média 41 anos de idade, é do sexo masculino, tem origem em famílias de classe média e classe média baixa, possui curso superior e pós-graduação e tende a assumir riscos.

Observou-se que as empresas são criadas por equipes empreendedoras, a maior parte das quais são compostas por 2 ou 3 sócios.

Os negócios, independentemente de seu porte atual, foram abertos com um volume pequeno de capital inicial: em 97% dos casos inferiores a 500 mil dólares e, em 80,9% inferior a 100 mil dólares. O tempo médio que vai desde o momento em que o empresário pensou pela primeira vez ser empreendedor e a abertura da primeira firma é de 3 anos.

Os diferentes aspectos estudados, na presente pesquisa, do empreendedorismo no Brasil levam à constatação da grande importância dos processos de aprendizado coletivo e da inovação integrada ao ambiente de atuação das pessoas e das relações pessoais, comerciais e institucionais.

Em relação à educação e aquisição de competências empresariais, a pesquisa mostrou que as habilidades empreendedoras têm como fonte mais importante a experiência no trabalho, base fundamental no desenvolvimento das habilidades e vocações empreendedoras, que alcança o primeiro lugar em todas as menções, com exceção do conhecimento técnico. A universidade prove um conjunto importante de capacidades, alcançando o segundo lugar em importância. O contexto familiar atinge o terceiro lugar em importância no desenvolvimento das variáveis que constroem a motivação e as habilidades. Trabalho, estudos superiores (especialmente de pós-graduação) e família e amigos são a base a partir da qual se formam as *networks*, fundamentais para o desenvolvimento do negócio.

As capacidades empreendedoras surgem da articulação de experiência anterior no trabalho, de estudos superiores que possibilitem as bases técnicas e de um contexto familiar favorável. A soma de capacidades empreendedoras mais os fatores motivacionais favoráveis, transforma um indivíduo em um potencial empreendedor. A opção

empreendedora é vista em pé de igualdade com a opção de ser empregado: aquela opção que gere mais auto-satisfação é escolhida pelas pessoas.

O trabalho anterior, em qualquer porte de empresa, seja em empresas pequenas ou médias (PMEs) ou grandes empresas (GEs), é importante para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras. Pode-se afirmar, que é improvável que uma pessoa sem experiência anterior de trabalho possa abrir um novo empreendimento e ter sucesso.

Outro fator frequentemente mencionado como importante ao processo empreendedor, o crescimento da demanda, também foi pesquisado e percebeu-se que representa um fator muito importante para a geração de oportunidades empresariais e para o nascimento dos empreendimentos. A maior parte dos empreendimentos foi aberto num momento em que a demanda era crescente.

Em relação à rede pessoal do empreendedor e a identificação de oportunidades de negócios constatou-se que a rede de relações é fundamental para a identificação de oportunidades de negócios. A rede de relações industriais (*industrial network*) é ainda mais importante que a pessoal na identificação das oportunidades de negócios. Não é importante o tamanho da rede de relações para detectar oportunidades.

O tamanho de *network* mais frequente é de 1 a 8 pessoas. A rede é composta de amigos, relações comerciais e parentes. Amigos e parentes têm importância relativamente maior nas empresas menos dinâmicas e, nas mais dinâmicas ganham importância as relações industriais. As empresas pesquisadas do setor com base no conhecimento mostram ter tido mais contatos com executivos de GEs comparativamente às empresas do setor tradicional.

Também na questão da disponibilidade de financiamento e decisão final destacou-se a importância das relações pessoais. A disponibilidade de fundos não foi considerada importante para a decisão final de abrir a empresa. Mais importantes foram o tamanho e crescimento do mercado e da economia e os fundos familiares.

Quanto ao acesso aos diferentes recursos observou-se que a *industrial network* foi mais importante que a *personal network*, a qual por sua vez foi mais importante que as instituições de apoio, para assistir aos empreendedores em sua busca de informações e acesso à tecnologia. Isto vale tanto para as empresas dinâmicas como para as não dinâmicas. Da mesma forma a rede de relações industrial foi considerada mais importante

que a pessoal no acesso as informações, tanto nas empresas baseadas no conhecimento, como nas convencionais. Nas empresas baseadas no conhecimento os clientes são fonte de informações mais importante que os fornecedores. Nas empresas convencionais observa-se tendência inversa. Isto parece mostrar a maior adaptabilidade das empresas que se baseiam no conhecimento para oferecer produtos “customizados” aos clientes.

Vale destacar que as instituições aparecem em último lugar quanto a seu papel no acesso às informações. Observa-se que o peso relativo das instituições é muito maior no caso das empresas do setor baseado no conhecimento comparativamente àquelas de setores convencionais, destacando-se os professores, as universidades e instituições públicas, no primeiro caso, comparativamente a sua reduzida importância no caso das empresas convencionais.

As empresas baseadas no conhecimento encontram igualmente nas relações pessoais e nas relações industriais fontes que possibilitam acesso à tecnologia. Nas empresas do setor convencional as relações pessoais são um pouco mais importantes que as industriais. A maior diferença entre os dois grupos encontra-se no peso relativo dos fatores institucionais, muito mais fortes no caso das empresas com base no conhecimento. Neste segmento destacou-se o papel dos professores no fornecimento de tecnologia, que alcança a terceira colocação, atrás apenas unicamente de amigos e de conhecidos. Este fato mostra que no caso de empresas de conhecimento a interação com professores (que pode ter ocorrido dentro das universidades) é importante no desenvolvimento tecnológico dos novos empreendimentos. Em resumo, o acesso à tecnologia depende da articulação da rede pessoal, da rede de relações industriais e do apoio de professores e universidades.

Nos diferentes problemas enfrentados e em suas soluções, o papel da *network* foi novamente destacado. Na etapa do início do negócio os empreendedores destacam diversos problemas: financiar e gerenciar o fluxo de caixa; obter clientes; contratar funcionários qualificados; obter informação sobre o mercado e gerenciar e operar o empreendimento. Os empreendedores utilizam uma rede complexa para solucionar seus problemas, possibilitando assim a consolidação do empreendimento. A *industrial network* foi considerada mais importante que a *personal network* (que mesmo assim tem papel destacado). As instituições têm papel importante somente no grupo de empresas mais

tradicionais. Os familiares e amigos ocupam o segundo lugar em importância na solução de problemas, perdendo de fornecedores/clientes.

Na origem dos recursos financeiros aparece novamente o papel das relações pessoais e comerciais. No Brasil, o acesso aos recursos é predominantemente fundado em poupanças pessoais anteriores e na gestão das relações com clientes e fornecedores.

O sistema financeiro tem pequena importância comparativamente às fontes anteriores. O financiamento do capital de giro é baseado nas variáveis operacionais (prazos de compra e venda) e no uso de recursos próprios. O papel de fornecedores mostrou-se fundamental no financiamento da necessidade de capital de giro. A falta de garantias e a baixa credibilidade limitam o uso de recursos bancários. As empresas buscam um amplo espectro de fontes para financiar suas operações (tal como os recursos próprios, o crédito de fornecedores, os adiantamentos de clientes, o atraso no pagamento de impostos). A limitada credibilidade frente ao sistema financeiro é superada com ajuda da rede de relações pessoais e o crédito comercial.

Papel das instituições no apoio aos empreendimentos na etapa inicial do negócio. As instituições jogam um papel limitado no desenvolvimento de novas empresas. Poucos empreendedores usam os mecanismos disponíveis. As instituições públicas e a universidade são mais importantes que as empresas de consultoria na solução dos problemas. Estas parecem jogar um papel extremamente limitado neste aspecto. As instituições públicas (p. ex. SEBRAE) têm mais importância para as empresas do grupo pertencente ao setor tradicional que as do grupo do setor mais avançado.

Até aqui, falamos apenas daqueles brasileiros que empreendem por decorrência de uma oportunidade. Mas, a realidade para 55% dos empreendedores brasileiros é outra. A palavra “necessidade” é o norteador de suas atividades empreendedoras e, é esta facção da sociedade que na maioria das vezes constitui setor informal da economia brasileira. .

Usualmente o setor informal é delimitado, justapondo-se, com ponderação variável, diversos critérios (trabalhadores por conta própria, contando ou não com a ajuda de mão-de-obra não remunerada; empresas com menos de cinco empregados; setor em que os negócios e os contratos de trabalho não obedecem à legislação trabalhista e fiscal, etc). Nestes termos, a conceituação do setor informal assemelha-se mais a uma descrição de atividades ou situações, envolvendo um conglomerado que, tratado como um conjunto, não

responderia a nenhuma lógica específica. Ou melhor, o setor informal seria um movimento reflexo do setor formal ou moderno: cresceria nos momentos de crise, amortecendo o desemprego gerado no setor formal.

Até os anos 70, predominava a visão que explicava a pobreza urbana como algo residual ou transitório a ser superado pelo desenvolvimento industrial. O setor informal era entendido como um sub-produto de um eventual período de crise ou insuficiente desenvolvimento do setor moderno, e que seria superado pelo crescimento econômico. Desse ponto de vista, não haveria razão para se perder tempo discutindo-se a viabilidade do setor informal. Conforme esta visão, *o futuro era o capital e todos cresceríamos juntos*.

Do ponto de vista da esquerda, também não havia razões para se ocupar com o informal. *O futuro era o socialismo e o que contava era a luta sindical*. Hoje, cresce, implacavelmente, o número de trabalhadores que não são nem mesmo passíveis de sindicalização. Nestes termos, parece que, entre o desenvolvimento capitalista e a revolução socialista, o chamado setor informal ficou como um elo perdido.

Nos anos 70, quando imperava o paradigma da integração social, o mercado capitalista era visto como um mecanismo de integração-proletarização, onde o Estado completava e compensava esta integração. Daí a importância da categoria de “consumo coletivo”, que dava conta das políticas sociais do Estado, e cujo sentido seria o de reprodução da força de trabalho - entendida como a capacidade de trabalho vendida em troca de um salário - via pela qual também ocorreria a reprodução da população urbana. Daí também a importância da categoria de “novos movimentos sociais” como aqueles capazes de articularem as forças reivindicativas diante do Estado, o que, presumia-se, resultaria num confronto com a ordem capitalista face à incapacidade do Estado em atender às demandas sociais.

Assim, as pessoas que viviam do informal eram, via teoria da marginalidade, integradas aos movimentos sociais, não pelo trabalho que exerciam, mas na condição de participantes dos movimentos sociais vinculados ao solo urbano, moradia, educação popular, etc.

Hoje, entretanto, tende a se cristalizar nos espaços urbanos uma situação onde uma reduzida elite dispõe dos benefícios prometidos por uma sociedade global, mas parcelas

crescentes da população, antes denominadas de marginalizadas e que não têm como ser globalizadas, vão sendo implacavelmente excluídas.

Face às transformações ocorridas na estrutura do mercado de trabalho, ao longo das duas últimas décadas, pode-se apresentar, grosso modo, pelo menos duas novas visões e expectativas em relação ao informal.

Uma certa visão, compatível com as crenças ultra-liberais, propõe aos que não têm acesso ao mercado formal de trabalho que adquiram uma tal de *empregabilidade*; que se transformem em empresários de si mesmos. Propõe que os desempregados montem os seus próprios empreendimentos, transformando-se em pequenos empresários individuais. Aprenderiam com o mercado capitalista a arte dos negócios como se houvesse uma evolução contínua entre empreendimentos populares e pequenas empresas. De um paradigma antropológico do indivíduo-máquina passa-se, agora, a uma nova matriz: aquela do indivíduo-empresa, onde apenas os mais capazes mereceriam sobreviver.

Por outro lado, estudos e análises recentes - ancorados numa visão crítica sobre os postulados econômicos hegemônicos - apontam, embora de forma ainda pouco precisa, para a importância de conceitos como *economia popular, economia popular e solidária ou sócio-economia solidária*. Constatam que, diante de oportunidades de emprego regular, cada vez mais restritas, a reprodução da vida de uma parcela crescente da população passa a depender, em maior escala, de uma economia que se alimenta de inúmeras atividades realizadas de forma individual, familiar ou associativa, envolvendo um extenso fluxo de produção e troca de bens e serviços.

Até o início da década de 1990, atribuíam-se pouca importância política às iniciativas populares que se dedicavam à produção / comercialização de bens e serviços. Pode-se dizer que existia um certo preconceito, como se os grupos populares se maculassem ao entrar em contato com o mercado. Ou, então, eram vistos como uma expressão das ações assistencialistas destinadas a amenizar o aumento da pobreza. Entretanto, recentes linhas de pesquisa e estudo focalizam algumas iniciativas dessa economia dos setores populares não como uma frente pré-política, mas como uma ação de fronteira, geradora de embriões de novas formas de produção e sociabilidade.

É possível que a forma de se olhar para estes grupos tenha sido oculta pela relevância conferida à luta sindical, ou pela perspectiva de que somente as mudanças políticas nas

relações de poder permitiriam pensar um mundo melhor. Nesta ótica, a responsabilidade pela geração e pelo gerenciamento dos investimentos econômicos seria de competência dos empresários e do Estado. Isto está mudando. Talvez pela constatação de que, nos últimos anos, somando-se às diversas formas de resistência a um modelo econômico estruturalmente excludente e concentrador da renda, multiplicam-se as iniciativas das organizações populares diretamente empenhadas na criação de atividades econômicas como uma das formas de luta pela vida. São práticas que se vinculam ao mercado e enfrentam temas como trabalho, renda e políticas públicas. Diferentemente do que ocorria até há pouco tempo, estas iniciativas não se encontram mais à margem, mas na confluência de fatos e análises que perpassam os movimentos sociais.

Resumindo, podemos colocar as seguintes questões: a informalidade conteria uma virtude a ser potencializada, ou seria uma necessidade decorrente da luta pela vida, face à ausência de empregos estáveis, bem remunerados e de boa qualidade? As iniciativas que se desenvolvem a partir do informal constituiriam uma alternativa para o desemprego no setor formal, seja na perspectiva ultra-liberal ou sob a ótica de uma economia popular?

Considerações finais

O processo de desenvolvimento econômico requer a geração de emprego e renda para a população. Nos países em desenvolvimento, o empreendedorismo pode dar uma grande contribuição para a criação de novos postos de trabalho. É necessário, no entanto, que sejam dadas as condições objetivas para o desenvolvimento de novos negócios. A visão schumpeteriana privilegia a ocorrência de crédito bancário, inovações tecnológicas e empresários inovadores. Essas condições, no entanto, estão ligadas à realidade estrutural do país e às políticas públicas, no sentido de mudar favoravelmente essa realidade. O percentual de indivíduos em escolas secundárias está relacionado ao número de técnicos engajados em mudanças tecnológicas, e esses ao desenvolvimento de novas técnicas e produtos. O empreendedorismo está ligado a questões conjunturais e a programas específicos de incentivo à geração de novos negócios. No entanto, o empreendedorismo está fundamentalmente relacionado às mudanças estruturais nos países em desenvolvimento

As experiências de diferentes países em processos de mudança tecnológica em busca de desenvolvimento econômico e social e as constatações obtidas através do estudo efetuado no Brasil permitem levantar algumas questões básicas em direção a um processo empreendedor integrado a um processo efetivo e autônomo/soberano (não isolado) de desenvolvimento.

As evidências da importância, cada vez mais visível e estudada, de entender as relações entre desenvolvimento econômico e social e qualidade de vida como resultado da ação articulada dos diferentes atores/agentes econômicos e sociais e do uso de instrumentos de política e planejamento econômico e social de forma organizada e coordenada entre os setores público, privado e sociedade civil.

Torna-se também **evidente** a importância de enxergar o empreendedorismo como catalisador de um processo de desenvolvimento econômico, social e cultural, no qual a visão de um indivíduo isolado que desempenha ações empreendedoras, sejam substituídas pela realidade da cooperação de equipes de pessoas empreendedoras, econômica, social e culturalmente determinadas.

O ponto de partida deve ser aumentar o nível geral de educação no país, através de programas sistemáticos e continuados para a educação formal, de forma que

constituam uma base sólida para o aprender permitindo que as pessoas estejam mais preparadas durante sua vida empresarial; isto é, tais programas deveriam preceder as ações de capacitação tecnológica e gerencial.

Para aumentar a capacidade de trabalhar em equipe, a criatividade e o desenvolvimento do sentimento de auto-confiança: incentivar o trabalho em equipe desde a educação primária até a universidade. Estudar formas de transformar a educação de hierárquica e repetitiva de conceitos prontos, para formas nas quais também sejam valorizadas a criatividade e a autonomia do aluno. Estes elementos constituem as bases mais profundas da ação dos grupos empreendedores.

Com os mesmos princípios devem ser retomados e proliferados, no interior das universidades e colégios técnicos, cursos de formação de empreendedores sociais. Nas universidades devem ser desenvolvidos cursos na graduação e nos cursos de pós-graduação. É recomendável que os cursos de pós-graduação, especialmente aqueles das áreas de ciências exatas, informática, engenharia, biologia, introduzam uma disciplina de desenvolvimento associado ao empreendedorismo dentro do currículo.

Os cursos de formação de empreendedores focalizados setorialmente, devem privilegiar abranger a cadeia produtiva como um todo. O conhecimento completo de uma cadeia produtiva, pode abrir novas oportunidades nas ações em rede e potencializar o desenvolvimento da cadeia como um todo. A volta dos “generalistas” frente aos “especialista”.

No sentido da capacitação tecnológica e gerencial podem-se propor ações estruturantes para empresas, setores e regiões que apresentem menor capacidade inovadora. Sugere-se ações de apoio para aumentar a especialização e cooperação inter-firmas possibilitando o progresso na produção intensiva em conhecimento, isto é, de algum movimento de segmentos de mercados preço-sensíveis para mercados design e qualidade. Pode se pensar ações para: a) promoção de um ambiente propício a negócios a partir do compromisso do governo local em apoiar as firmas locais; b) estímulo à cooperação entre as firmas através da conscientização dos empresários com relação aos ganhos econômicos derivados da ação. Isto pode ser realizado promovendo a constituição de formas organizacionais conjuntas, visando melhorar as condições para vendas em mercados externos dos produtos locais, a negociação coletiva de melhores condições de compra e

venda, com compartilhamento de estruturas (logotipos para divulgar a produção local, campanhas publicitárias, seminários, informações setoriais, boletins, serviços de orientação fiscal e tributária, etc.), integrando o uso conjunto de serviços. c) criação de centros de consultoria e para serviços de informação atualizadas às empresas sobre novas tecnologias, mercados e quadro regulatório; d) cursos de treinamento adequados às necessidades das empresas locais com relação à qualificação da mão-de-obra; e) criar uma infra-estrutura de pesquisa e tecnologia de apoio às firmas e estabelecer formas de interação entre as instituições e as empresas.

O desenvolvimento de ações de cooperação entre agentes de um município, apoiando o desenvolvimento de novos negócios com base nas competências locais deve ser a referência para programas de maior amplitude, visando o desenvolvimento econômico e social destes espaços. O empreendedor individual e o processo do empreendedorismo deverá ser pensado como um agente de mudança e transformação econômica e social.

Assim, talvez agora seja possível responder a indagação apresentada no título deste trabalho: Empreendedorismo: oportunidade ou necessidade? Seria plausível e justo colocar o empreendedorismo como sendo uma necessidade. Não a necessidade simplesmente pelo fato de uma boa parcela dos brasileiros empreenderem por necessidade e, sim, pelo fato de país em desenvolvimento como é o Brasil “necessitar” do empreendedor como o agente de mudança. O indivíduo empreendedor é o ator principal quando se discute as chamadas “Novas teorias de Desenvolvimento Econômico e Social”.

ANEXO 1. Uma caracterização dos "empreendimentos" informais

Hoje, torna-se evidente que o crescimento do denominado setor informal, alimentado, sobretudo, pelo aumento dos trabalhadores por conta própria, já não pode mais ser entendido como um sub-produto de um período de crise a ser superado pela retomada do crescimento econômico. Por sua magnitude e caráter estrutural, o crescimento dessas formas de trabalho já não pode ser explicado como um fenômeno residual ou conjuntural, cujo movimento compensaria as variações do setor formal: ele tende a crescer com o próprio crescimento do setor moderno. Em outras palavras, as formas de trabalho típicas ao setor informal não representam um passado a ser superado pelo desenvolvimento do processo de acumulação, mas a presença de um futuro a ser recriado em escala ampliada.

Embora o termo *economia dos setores populares* designe um universo distinto daquele usualmente representado pelo chamado setor informal, os dados recentemente divulgados pelo IBGE, referentes à economia informal urbana, permitem traçar um perfil – parcial e aproximado – dos empreendimentos econômicos populares. Pelos critérios do IBGE³⁹, estariam incluídas no setor informal as unidades econômicas de produção de trabalhadores por conta própria e de empregadores com até cinco empregados. Uma evidente limitação dessa pesquisa reside no seu recorte urbano⁴⁰, que exclui as atividades não agrícolas desenvolvidas por moradores de domicílios em áreas rurais, a exemplo da pequena indústria alimentar, confecções e serviços. Nestes termos, conforme os critérios utilizados pelo IBGE, o Brasil possuía, em 1997, cerca de 9,5 milhões de empresas informais, ocupando cerca de 13 milhões de pessoas (trabalhadores por conta própria, pequenos empregadores, trabalhadores assalariados com e sem carteira assinada e trabalhadores não remunerados).

³⁹ Fonte: IBGE. Segundo o IBGE, os critérios adotados para a Pesquisa **Economia Informal** Urbana baseiam-se nas recomendações da 15 Conferência de Estatísticas do Trabalho promovida pela Organização Internacional do Trabalho (OIT).

⁴⁰ O IBGE justifica o recorte urbano com base nos altos custos operacionais que a cobertura dos domicílios rurais acarretaria, e na evidência empírica de que é nos grandes centros urbanos que se concentra a **economia informal**.

Empresas e Pessoal Ocupado - 1997		
	Total	%
Empresas	9.477.973	100%
Conta Própria	8.151.616	86%
Empregadores	1326.616	14%
Pessoal Ocupado	12.870.421	100%
Conta Própria	8.589.588	67%
Empregador	1.568.954	12%
Empregado	2.194.725	17%
Não Remunerado	517.153	4%

Fonte: IBGE

Do total de empresas, 86% correspondem a trabalhadores por conta própria. Os empreendimentos com empregadores representam apenas 14% do total. Considerando as pessoas ocupadas por posição na ocupação, 12% são empregadores, 17% são empregados e 67% são trabalhadores por conta própria.

Estes dados revelam que a unidade econômica denominada de *empresa informal* é constituída, sobretudo, pelo trabalhador autônomo, que cria, muitas vezes do quase nada, o seu próprio trabalho, contando, ou não, com ajuda de mão-de-obra não remunerada. Quanto à receita, 38% dos estabelecimentos informais situam-se na faixa de até R\$300,00 mensais. Observa-se uma grande diferença entre a receita e o lucro médio dos trabalhadores por conta própria e dos empregadores. Considerando a receita média das atividades por conta própria, quase 60% situam-se na faixa de até R\$500,00 mensais. O lucro médio das atividades por conta própria, em reais de 1997, era inferior ao rendimento médio mensal dos trabalhadores assalariados com carteira de trabalho assinada, conforme dados do IBGE para o mesmo ano.

Receita e Lucro Médios Mensais - Brasil 1997			
Especificação	Total	Conta Própria	Empregador
Receita Média (em R\$ out/1997)	1.405	931	4.262
até 300	38%	42%	6%
301 a 500	15%	17%	6%
501 a 1000	18%	19%	15%
mais 1000	29%	22%	73%
Lucro Médio (em R\$ out/ 1997)	629	489	1513
Rendimento médio do empregado Assalariado com carteira (em R\$)	546		

Fonte: IBGE

Considerando-se os dados do PNAD para o conjunto do país, observa-se que um terço dos trabalhadores por conta própria possuíam um rendimento equivalente a, no máximo, um salário mínimo. Entre os trabalhadores assalariados este percentual é bastante inferior (8,2%), confirmando que os trabalhadores por conta própria situam-se num estrato de renda inferior aos assalariados com carteira.

Renda dos trabalhadores por conta própria e dos assalariados com carteira assinada.		
Brasil - 1997		
Faixa de renda (salário-mínimo)	Assalariado	Conta - Própria
até 1	8,2%	32,4%
mais de 1 a 2	23,1%	19,5%
mais de 2 a 3	23,5%	14,5%
mais de 3 a 5	23,1%	16,4%
mais de 5 a 10	14,2%	1,0%
mais de 10 a 20	5,3%	4,6%
mais de 20	2,5%	2,3%
Total	100%	100%

Fonte: IBGE - PNAD

Em seu conjunto, estes dados evidenciam as carências e dificuldades dos trabalhadores por conta própria, contrastando com o discurso fantasioso do *empreendedorismo*. Ao contrário de ser o espaço que viabilize e estimule o

desenvolvimento de prósperos empreendedores como alternativa ao emprego regular, a economia informal, tal como existe hoje, é o lugar onde, mal e precariamente, vai ocorrendo a reprodução da vida de parcelas crescentes da população, num quadro marcado pela destruição e escassez dos postos formais de trabalho. Esse é o lado preocupante do crescimento do fator “necessidade” no empreendedorismo brasileiro.

A pesquisa do IBGE evidencia que as atividades informais estão presentes em todos os ramos de atividade, embora o setor de serviços absorva quase metade dos empreendimentos, seguido pelo comércio (26%) e indústria de construção (15,5%)

Empreendimentos Informais por grupo de atividade Brasil - 1997	
Total	100,0%
Indústria de Transformação	11,9%
Indústria de Construção	15,5%
Comércio	26,2%
Serviços de Alojamento e Alimentação	8,3%
Serviços de Transporte	6,7%
Serviço de Reparação e Diversões	19,8%
Serviços Técnicos e Auxiliares	11,3%

Fonte: IBGE

Embora mais de 90% dos empreendimentos informais constituam-se em atividades permanentes, que funcionam durante todos os meses do ano, e seja responsável pela reprodução da vida de uma parcela significativa da população, a grande maioria (97%) não recebeu qualquer tipo de assistência técnica, jurídica ou financeira nos últimos cinco anos que antecederam a pesquisa, e apenas 5% recorreram ao crédito nos últimos três meses que antecederam a pesquisa. Entre os 3% que receberam alguma assistência, a maior parte foi prestada por órgãos não ligados ao governo.

Acesso ao Crédito e Recebimento de Assistência Técnica Brasil - 1997	
Utilizou crédito nos três meses anteriores a pesquisa	5%
Recebeu assistência técnica, jurídica, ou financeira nos últimos cinco anos	3%
de órgão do governo	34%
de outras instituições	66%

Fonte: IBGE

Quanto às motivações para o trabalho que realizam, 25% iniciaram o negócio por estarem desempregados e 18% pela necessidade de complementação de renda. Ou seja, 43% dos empreendimentos informais decorreram de dificuldades procedentes do mercado regular de trabalho. Deve-se observar, entretanto, que cerca de um terço dos empreendimentos informais estruturaram-se a partir de expectativas positivas, envolvendo o desejo de não possuir patrão (20%), horário flexível (2%) e negócio promissor (8%).

Motivação para iniciar o negócio	
Brasil - 1997	
Total	100%
Não encontrou emprego	25%
Desejo de não possuir patrão	20%
Oportunidade de fazer sociedade	2%
Horário flexível	2%
Tradição familiar	8%
Complementação de renda	18%
Experiência na área	9%
Negócio promissor	8%
Trabalho secundário	2%
Outro motivo	5%

Fonte: IBGE

No que se refere às dificuldades, quase 34% indicaram a falta de clientes e 18,8% apontaram a concorrência como o principal problema, revelando a retração do mercado consumidor - provocado pelo desemprego e pela diminuição do poder aquisitivo da população -, e a saturação de atividades no âmbito do informal.

O baixo lucro e a ausência de capital de giro representam um problema típico dos empreendimentos informais. Deve-se observar, entretanto, que apenas 1% apresentaram a falta de crédito como uma dificuldade. Estes dados refletem a inexistência de um sistema de crédito adequado às atividades econômicas populares, inibindo a contratação de empréstimos como uma forma de contornar as dificuldades.

Principais Dificuldades Brasil - 1997

Total	100,0%
Falta de clientes	33,6%
Falta de crédito	1,0%
Baixo lucro	7,1%
Problemas com fiscalização	0,7%
Falta de mão-de-obra qualificada	0,3%
Concorrência muito grande	18,8%
Faltes de instalações adequadas	1,8%
Faltes de capital próprio	12,4%
Outras dificuldades	5,5%
Não teve dificuldade	18,8%

Fonte: IBGE

Por outro lado, a busca de crédito nas condições vigentes no mercado financeiro comercial introduz uma importante mudança no modo de operar destes empreendimentos populares, que passariam a responder não apenas às exigências do trabalho e de sustento da família, como às do capital financeiro, aumentando as condições de insegurança e risco das atividades que realizam.

Diminuir a extensão do mercado informal é urgente num país que precisa direcionar todo o seu potencial para o crescimento. Para isso, no entanto, são necessárias reformas estruturais profundas. O país perde com a economia informal porque deixa de recolher impostos, mas talvez perdesse mais se não tivesse essa válvula. A solução, talvez esteja na facilidade de formalização para quem está na informalidade, trazer os trabalhadores para a formalidade mas não no sistema atual. Estabelecer reformas estruturais (tributária, trabalhista, etc.) que favoreça esta classe que, atualmente, é a maior geradora de empregos na economia capitalista. Mas, será que estas são as únicas reformas necessárias para que o empreendedorismo brasileiro tenha condições de se desenvolver de forma concreta e sustentada e a economia brasileira possa experimentar o tão sonhado desenvolvimento econômico?

Bibliografia

- AQUINO, C.** “*O Empreendedor e o Empresário*”. São Paulo: Oliveira & Bernhoeft Assoc./IMC Internacional, Mimeo. Texto preparado para apresentação no Evento Brasil 87, 1987
- BACIC, M. (coord) (2001)** Entrepreneurship Comparative Study in Latin America and Asia. Brazilian Report – Relatório Final do País, BID, Coordenação de Miguel Juan Bacic, Junho de 2001, versão preliminar.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (2002)** *A indústria e a questão tecnológica*, CNI/FINEP/Ministério da Ciência e Tecnologia, Brasília.
- CUNHA, C.J.C. de A.; FERLA, L.A.** “Iniciando seu Próprio Negócio” Instituto de Estudos Avançados, Florianópolis, 1997.
- DOLABELA, F. C.** “*O ensino de empreendedorismo no Brasil: uma metodologia Revolucionária*”. Endereço eletrônico:
<http://www.projeto.org.br/tv/prog10/html/prog10.html>. Captado em 05/06/2001.
- DOLABELA, F.**, “*O Segredo de Luísa*”, São Paulo: Cultura Editores, 1999.
- DORNELAS, J. C. A.** “*Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios*”. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- DRUCKER, P.F.** “*Desafios gerenciais para o século XXI*”. São Paulo: Pioneira. 1998
- DRUCKER, P.F.** “*Administrando para o futuro: Os anos 90 e a virada do século*”, 2ª edição, São Paulo: Pioneira, 1992.
- DRUCKER, P.F.** “*Inovação e Espírito Empreendedor*”. 2ª edição. São Paulo: Pioneira. 1998
- FILION, L.J.**, “*Do Empreendedorismo à Empreendedologia*”. HEC, The University of Montreal Business School 1999. Traduzido e adaptado por: Jovino Moreira da Silva, M. Sc.
- FILION, L.J.**, “*O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações.*” Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, jul/set. 1991, pp.31(3):63-71

FURTADO, C., O Subdesenvolvimento Revisitado, in Revista Economia e Sociedade, nº1. Campinas, Instituto de Economia – UNICAMP, Ago/92.

-----, A Superação do Subdesenvolvimento, in Revista Economia e Sociedade, nº3. Campinas, Instituto de Economia – UNICAMP, Dez/94.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2002 (GEM). Executive Report.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2001) Empreendedorismo no Brasil, edição em português, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná (IBQP-PR), 2001.

GREATTI, L.; SENHORINI, V.M.; “Empreendedorismo – Uma Visão Comportamentalista”. Anais do I EGEPE, p. 22-34, out/2000

LEITE, E.F. “O Fenômeno do Empreendedorismo – criando riquezas”. Recife: Edições Bagaço, 2000.

LEITE, E. F. “ Formação de empreendedores e o Papel das Incubadoras ” Universidade Católica de Pernambuco – Anais do I Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis: UFSC 1999.

PAMPLONA, J. B., “Erguendo-se pelos próprios cabelos: auto-emprego e reestruturação produtiva no Brasil”. São Paulo:Germinal, 2002. 370p

PORTER, M. E. “Vantagem competitiva”, Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989.

SCHUMPETER, J.A., “A Teoria do Desenvolvimento Econômico”, São Paulo: Abril Cultural. 1982. Série “Os Economistas”.

SEBRAE (2002). “Como melhorar o acesso das micro e pequenas empresas ao crédito e expandir o microcrédito”, Relatório do Grupo de Trabalho de Crédito do SEBRAE, Brasília, junho.

TAVARES, M.C. E FIORI, J. L. (Org.) “Poder e Dinheiro: uma economia política da globalização”. Vozes, Petrópolis, 1997, 2ª ed.

TIMMONS, J.A. “New Venture Creation, entrepreneurship for the 21st century”, 4th ed. Irwin, 1994

WENNEKERS, A.R.M., A.R. THURIK, “Linking entrepreneurship and economic growth”, Small Business Economics 13, 1999, 27-55

Links

Babson College:

<http://www.babson.edu>

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social:

<http://www.bndes.gov.br>

Catálogo de Publicações do Sistema Sebrae:

<http://www.sebrae.org.br>

Empresários do Futuro:

<http://www.empresario.com.br>

Exame:

<http://www.exame.com.br>

FEA- USP:

<http://www.fea.usp.br>

FGV – Fundação Getúlio Vargas

<http://www.fgvsp.br>

Harvard Business School:

<http://wasat.hbs.edu/sbe>

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

<http://www.ibge.gov.br>

Pequenas Empresas Grandes Negócios

<http://www.pegn.com.br>

Revista Empreendedor On-line:

<http://www.empreendedor.com.br>