

Monografia

**“A importância do perfil do empreendedor no
desenvolvimento e sucesso de novos negócios.”**

Aluno: Frederico Faleiros Pinheiro – RA: 070936

Orientador: Prof. Dr. Miguel Juan Bacic

Campinas, 12 de dezembro de 2011

À minha família, por todo esforço e contribuição para minha formação, além do amor, carinho e atenção sempre presentes. Com certeza, vocês me deixaram a herança que sempre almejaram: o estudo. Tudo o que sou hoje, agradeço a vocês e a Deus.

À minha namorada, Carol, pela ajuda e momentos felizes vividos juntos.

Resumo

A intenção desse trabalho é dedicar-se ao estudo do empreendedorismo, destacando a sua importância como fator determinante na criação de novos negócios. Primeiramente, será realizada uma revisão bibliográfica, através da leitura de textos e pesquisas na Internet, a respeito do empreendedorismo, destacando definições de diversas disciplinas envolvidas nesse estudo. Após esse momento, os conceitos serão aproximados da realidade brasileira através da utilização dos dados do GEM, "Global Entrepreneurship Monitor", cuja proposta é avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis. Com a realidade do empreendedorismo brasileiro exposta, iremos abordar mais profundamente os principais problemas enfrentados pelos empreendedores na abertura de novos negócios, assim como alguns programas e incentivos que podem contribuir para amenizar essas dificuldades. Por fim, aliando as definições apresentadas e a abordagem sobre os aspectos reais enfrentados pelos empreendedores, temos como objetivo analisar e delimitar o perfil empreendedor necessário para o sucesso empresarial.

Palavras-chave: empreendedorismo, realidade do empreendedorismo brasileiro, perfil empreendedor, sucesso empresarial

Abstract

The goal of this paper is the study of entrepreneurship, focusing on its importance for the creation of new businesses. First of all, a literature review is conducted through the reading of texts and research on the Internet, concerning entrepreneurship and highlighting definitions of the various disciplines involved in this study. After that, the concepts are approximated Brazilian reality through the use of GEM data, "Global Entrepreneurship Monitor", which aims to evaluate the entrepreneurship in the world through comparable indicators. Having built the reality of entrepreneurship in Brazil, we will emphasize the study of the main problems faced by entrepreneurs in new businesses, as well as some programs and incentives that can help minimize these difficulties. Finally, combining the definitions presented and the approach on real issues faced by entrepreneurs, we aim to analyze and define the entrepreneurial profile required for business success.

Keywords: entrepreneurship, Brazilian entrepreneurship reality, entrepreneurial, business success

Sumário

Lista de Tabelas e Gráficos.....	- 2 -
Introdução	- 3 -
Capítulo 1 – Empreendedorismo	- 5 -
1.1.Revisão Bibliográfica	- 5 -
1.2. O “empreendedor” segundo diversas disciplinas.....	- 8 -
1.3. Empreendedorismo por Oportunidade X Necessidade	- 11 -
1.4. Definições de empreendedorismo	- 12 -
Capítulo 2 – Caracterização do Empreendedorismo no Brasil	- 15 -
Capítulo 3 – Problemas enfrentados e políticas de apoio disponibilizadas para auxílio no início da caminhada empresarial	- 29 -
Capítulo 4 – Perfil empreendedor necessário para o sucesso empresarial.....	- 37 -
Conclusão.....	- 45 -
Bibliografia	- 48 -

Lista de Tabelas e Gráficos

Tabelas:

Tabela 1 - Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor - 3 -

Tabela 2 - Características mais frequentemente atribuídas aos empreendedores pelos Comportamentalistas..... - 10 -

Tabela 3 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002:2010... - 17 -

Tabela 4 - Empreendedores iniciais segundo níveis de educação - Grupo de países - 2010 - Taxas (%)..... - 20 -

Tabela 5 - Empreendedores iniciais segundo motivação e escolaridade - Brasil - 2010 - Taxas (%)..... - 21 -

Gráficos:

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores segundo idade e fase de desenvolvimento econômico - Grupo de países - 2010 - Proporção (%) **Erro! Indicador não definido.**

Introdução

Na literatura sobre empreendedorismo parece haver um nível notável de confusão a respeito da definição do termo empreendedor. Pesquisadores tendem a perceber e definir os empreendedores usando premissas de suas próprias disciplinas, como por exemplo, os economistas associam o empreendedor com inovação, enquanto os comportamentalistas se concentram nos aspectos criativo e intuitivo dos mesmos. Desse modo, apesar do grande interesse nacional e internacional nos empreendedores, uma definição concisa e internacionalmente aceita ainda não surgiu para esse conceito. Portanto, o desenvolvimento das pesquisas sobre empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento desse processo social pois depende, simultaneamente, de um lado, da ação individual ou de um grupo de indivíduos (que envolvem características pessoais, perfis psicossociais), e de outro, das condições históricas, sociais e econômicas vigentes numa dada realidade geopolítica. Tal fato pode ser evidenciado na tabela a seguir:

Tabela 1 - Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor

Origina-se do francês: significa aquele que está entre ou estar entre

Idade Média	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVII	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
1725	Richard Cantillon - pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803	Jean Baptiste Say - lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
1876	Francis Walker - distinguiu entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtenham lucros com habilidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter - o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1961	David McClelland - o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1964	Peter Drucker - o empreendedor maximiza oportunidades.
1975	Albert Shapero - o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos de fracasso.
1980	Karl Vesper - o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot - o intra-empreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hisrich - o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: Hisrich; Peters, 2002

Visto esse desenvolvimento peculiar do empreendedorismo, é interessante notar que a evolução desse campo do conhecimento como disciplina não seguiu padrão semelhante ao das outras disciplinas. Na verdade, grande número de pesquisadores, cada um usando cultura, lógica e metodologia estabelecidas em graus variados em seus próprios campos de estudo, começou a interessar-se e a trabalhar no campo do empreendedorismo e de pequenos negócios.

A intenção desse trabalho é justamente caminhar nesse sentido, ou seja, dedicar-se ao estudo do empreendedorismo. Desse modo, queremos destacar a sua importância na criação de novos negócios e traçar o perfil do empreendedor necessário para o sucesso empresarial nos primeiros anos de vida de seu negócio.

Capítulo 1 – Empreendedorismo

1.1. Revisão Bibliográfica

Para início de análise do empreendedorismo, podemos começar pela palavra “entrepreneur”, de origem francesa, que literalmente traduzida significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. Nesse sentido, para exemplificarmos a primeira definição de empreendedor como “intermediário”, podemos citar Marco Polo¹ que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. Como intermediário, Marco Polo assinava um contrato com uma pessoa de recursos (precursor do atual capitalista de risco²) para vender suas mercadorias. Assim, enquanto o comerciante suportava os riscos físicos e emocionais do transporte da carga, o capitalista corria riscos passivamente (confiando seus bens ao comerciante envolvido). Ao fim do traslado mercantil, caso o comerciante fosse bem sucedido, os lucros eram divididos, cabendo ao capitalista a maior parte (até 75%), enquanto o comerciante aventureiro ficava com os 25% restantes.

Por sua vez, na Idade Média, o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante como um administrador de grandes projetos de produção. Em tais projetos, esse indivíduo não corria riscos: simplesmente administrava o projeto usando os recursos fornecidos, geralmente pelo governo do país. Um empreendedor típico da Idade Média era o clérigo, pessoa encarregada de obras arquitetônicas. Porém, a conexão de risco com empreendedorismo desenvolveu-se no século XVII, sendo o empreendedor a pessoa a ingressar em um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer

Notas

¹ Marco Polo (Veneza, 15 de setembro de 1254 – Veneza, 29 de janeiro de 1324) foi um mercador, embaixador e explorador. Nasceu na República de Veneza no fim da Idade Média. Juntamente com o seu pai, Nicolau Polo (Niccolò), e o seu tio, Matteo, foi um dos primeiros ocidentais a percorrer a Rota da Seda.

² Um capitalista de risco é um administrador profissional de dinheiro que faz investimentos de risco a partir de um montante de capital próprio para obter um taxa de retorno sobre os investimentos.

produtos estipulados. Como o valor do contrato era fixo, quaisquer lucros ou prejuízos eram do empreendedor.

Dois autores normalmente identificados como pioneiros no campo são: Cantillon e Say. Richard Cantillon, notável economista e escritor nos anos 1700, desenvolveu uma das primeiras teorias do empreendedor e é considerado por alguns o criador do termo. Ele considerava o empreendedor como alguém que corria riscos, observando que os comerciantes, fazendeiros, artesãos e outros proprietários individuais “compram a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam com risco”³. Podemos dizer que Cantillon era basicamente um banqueiro que hoje poderia ser descrito como um capitalista de risco e que seus escritos revelam um homem em busca de oportunidades de negócio, preocupados com o gerenciamento inteligente de negócios e a obtenção de rendimentos otimizados para o capital investido. Por sua vez, Jean-Baptiste Say foi outro pioneiro a se interessar pelo empreendedorismo. O autor considerava o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos empreendimentos e ansiava, ao mesmo tempo, pela expansão da revolução industrial inglesa até a França.

Cantillon e Say consideravam os empreendedores como pessoas que corriam riscos, basicamente porque investiam seu próprio dinheiro. Explorando o que já foi dito anteriormente, na visão de Cantillon, os empreendedores compravam matéria-prima por um certo preço, com o objetivo de processá-la e revende-la por um preço ainda não definido. Portanto, para ele, os empreendedores eram pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo riscos inerentes. Já Say fazia distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. Desse modo, associou os empreendedores à inovação e via-os como os agentes da mudança.

³ Robert F. Herbert and Albert H, Link, The Entrepreneur – Mainstream Views and Radical Critiques (New York: Praeger Publishers, 1982), p. 17.

Na época de Cantillon, quando o termo ganhou seu significado atual, *entrepreneur* era usado para descrever uma pessoa que comprava matéria-prima (insumo), processava-a e vendia-a para outra pessoa. O *entrepreneur* era, então, uma pessoa que havia identificado uma oportunidade de negócio e assumido o risco, decidia processar e revender matéria-prima. Dessa maneira, como salientamos, o elemento risco se desenvolveu mais fortemente nas descrições da atividade empreendedora no início do século XVIII.

Além disso, também no século XVIII, a pessoa com capital foi diferenciada daquela que precisava de capital. Em outras palavras, o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital (o investidor de risco da atualidade). Uma das causas para tal diferenciação foi a industrialização. Nessa época, muitas pessoas estavam desenvolvendo novas tecnologias e eram incapazes de financiar suas invenções. Ou seja, essas pessoas eram os usuários de capital (empreendedores), e não fornecedores (investidores de risco). Entretanto, no final do século XIX e início do século XX, ainda não se distinguia claramente empreendedores de gerentes, e aqueles eram vistos a partir de uma perspectiva econômica:

“Dito de modo breve, o empreendedor organiza e opera uma empresa para lucro pessoal. Paga os preços atuais pelos materiais consumidos no negócio, pelo uso da terra, pelos serviços de pessoas que emprega e pelo capital de que necessita. Contribui com sua própria iniciativa, habilidade e engenhosidade no planejamento, organização e administração da empresa. Também assume a possibilidade de prejuízo e de lucro em consequência de circunstâncias imprevistas e incontrolláveis. O resíduo líquido das receitas anuais do empreendimento, após o pagamento de todos os custos, são retidos pelo empreendedor.”⁴.

Por sua vez, em meados do século XX, estabeleceu-se a noção de empreendedor como inovador:

“A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não-experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma fonte de

⁴ Richard T. Ely and Ralph H. Hess, *Outlines of Economics*, 6ª ed. (New York: MacMillan, 1937), p. 488

suprimento de materiais, ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor.”⁵.

Como podemos notar, o conceito de inovação e novidade é uma parte integrante do empreendedorismo nessa definição. De fato, a inovação parece ser uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor pois exige não só a capacidade de criar e conceitualizar, mas também a capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente.

Nesse âmbito, foi Schumpeter (1928) quem realmente lançou o campo do empreendedorismo associado claramente à inovação:

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

Além disso, Schumpeter também mostrou a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico, como agentes dinâmicos no crescimento da economia como um todo.

Portanto, ao longo do tempo, podemos observar que o campo do empreendedorismo foi ganhando novas atribuições, sendo um conceito em constante transformação. Entre os pontos levantados, é importante destacar a atribuição de risco e inovação ao empreendedor, pois essas características darão base ao longo desse estudo para traçarmos o perfil empreendedor necessário para o sucesso empresarial.

1.2. O “empreendedor” segundo diversas disciplinas

Como destacamos no início do capítulo, pesquisadores tendem a estudar e definir os empreendedores usando premissas de suas próprias disciplinas, ou seja, segundo o prisma ideológico ao qual pertencem. Nesse âmbito, pretendemos destacar diferenças na definição sobre empreendedorismo entre economistas e comportamentalistas, e também destacar o foco de profissionais de outras disciplinas acerca do empreendedor.

⁵ Joseph Schumpeter, *Can Capitalism Survive?* (New York: Harper & Row, 1952), p. 72

Assim como Schumpeter, os economistas também estão primordialmente interessados na compreensão do papel do empreendedor como motor do sistema econômico. A partir desse ponto de vista, os economistas vêem os empreendedores como detectores de oportunidade de negócio, criadores de empreendimentos e aqueles que correm risco. Em Fillion (1999), podemos observar a posição de diversos autores sobre esse tema. Hayek mostrou que os empreendedores tinham o papel de informar ao mercado a respeito de novos elementos. Knight, por sua vez, mostrou que os empreendedores assumiam riscos por causa do estado de incerteza no qual trabalhavam e que eles eram recompensados de acordo com os lucros obtidos com as atividades que iniciavam. Hoselitz falava de um nível mais alto de tolerância que capacitava os empreendedores para o trabalho em condições de ambiguidade e incerteza. Casson fez interessante tentativa de desenvolver uma teoria ligando empreendedores ao desenvolvimento econômico. Ele insistia nos aspectos de coordenação de recursos e tomada de decisões.

Entretanto, os comportamentalistas (psicólogos, psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano) se voltam para outros aspectos do empreendedorismo. Max Weber (1930), identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. Via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal. Entretanto, o autor que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo foi, sem dúvida, David. C. McClelland. Para o autor, “um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal. De acordo com a minha definição, um executivo em uma unidade produtora de aço na União Soviética é um empreendedor.” (McClelland, 1971). Depois de McClelland, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo por 20 anos, até o início dos anos 80. O seu objetivo era definir o que são empreendedores e as suas características.

Tabela 2 - Características mais frequentemente atribuídas aos empreendedores pelos Comportamentalistas

Características dos empreendedores		
Inovação	Otimismo	Tolerância à ambiguidade e à incerteza
Liderança	Orientação para resultados	Iniciativa
Riscos moderados	Flexibilidade	Capacidade de Aprendizagem
Independência	Habilidade para conduzir situações	Habilidade na utilização de recursos
Criatividade	Necessidade de realização	Sensibilidade a outros
Energia	Autoconsciência	Agressividade
Tenacidade	Autoconfiança	Tendência a confiar nas pessoas
Originalidade	Envolvimento a Longo Prazo	Dinheiro como medida de desempenho

Fonte: Hornaday (1982); Meredith, Nelson & Neck (1982), Timmons (1978)

Os economistas tendem a concordar que os empreendedores estão associados à inovação e são vistos como forças direcionadoras de desenvolvimento. Por sua vez, os comportamentalistas atribuem aos empreendedores as características de criatividade, persistência, internalidade e liderança.

Outros profissionais, de variadas disciplinas, também atribuem características aos empreendedores. Os engenheiros e especialistas em gerenciamento de operações, por exemplo, vêem os empreendedores como bons distribuidores e coordenadores de recursos. Já os especialistas em finanças definem os empreendedores como pessoas capazes de calcular e medir riscos. Para os especialistas em gerenciamento, os empreendedores são organizadores competentes e desembaraçados que desenvolvem linhas mestras ou visões em torno das quais organizam suas atividades, destacando-se em organizar e fazer uso de recursos. Por último, os especialistas na área de marketing definem os empreendedores como pessoas que identificam oportunidades, se diferenciam dos outros e têm o pensamento voltado para o consumidor.

Porém, ao tentarmos fazer uma conexão entre as diversas disciplinas a respeito da definição de empreendedorismo, há um aparente consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui a tomada de iniciativa, a organização e reorganização de mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, e a aceitação do

risco ou o fracasso proveniente dessa atividade.⁶. Nesse âmbito, vale destacar também a definição de Wennekers and Thurik (1999), na qual empreendedorismo é “perceber e criar novas oportunidades e introduzir suas ideias no mercado, em face da incerteza e outros obstáculos, utilizando recursos e instituições de maneira mais eficiente.”.

1.3. Empreendedorismo por Oportunidade X Necessidade

Como vimos ao longo do capítulo, o empreendedorismo é um processo dinâmico de criação de mais riqueza. Porém, a riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e comprometimento com a carreira.⁷.

A maioria das boas oportunidades de negócio não aparece de repente, mas sim é resultado da atenção de um empreendedor às possibilidades ou, em alguns casos, do empreendimento de mecanismos que identifiquem oportunidades em potencial. Além disso, a oportunidade deve adequar-se às habilidades e aos objetivos pessoais de cada empreendedor. É particularmente importante que o empreendedor possa dispensar o tempo e o esforço necessários para fazer o empreendimento avançar com sucesso. Embora muitos empreendedores achem que o desejo pode ser desenvolvido ao longo do empreendimento, comumente ele não se materializa, destinando, assim, o empreendimento ao fracasso. Um empreendedor deve acreditar na oportunidade a ponto de fazer os sacrifícios necessários para desenvolver e administrar a organização, além de desenvolver-se tecnicamente para enfrentar os desafios cotidianos da administração de um negócio.

Nesse âmbito, podemos destacar o GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que é um consórcio de pesquisadores que tem o objetivo de desenvolver pesquisas, de âmbito internacional, sobre a atividade empreendedora e de disponibilizar os

⁶ Albert Shapero, *Entrepreneurship and Economic Development* (Wisconsin: Project ISEED, LTD., The Center for Venture Management, Summer 1975), p. 187.

⁷ Robert C. Ronstadt, *Entrepreneurship* (Dover, MA: Lord Publishing Co., 1984), p. 28.

resultados ao maior número de interessados. O GEM classificou os empreendedores de acordo com a motivação para atividade empreendedora, definindo dois tipos de empreendedores: por oportunidade e por necessidade.

O empreendedor por oportunidade é aquele que se lança ao negócio próprio por perceber um nicho de mercado em potencial. A busca de uma oportunidade pode ser motivada pela busca de independência, de aumento de renda pessoal ou pela realização de um sonho. Esse tipo de empreendedorismo é o que realiza as transformações no sentido Schumpeteriano, da inovação e da ruptura com o existente. É o empreendedorismo por oportunidade que promove o desenvolvimento econômico.

Já o empreendedor por necessidade é a pessoa que se aventura à criação do negócio para sobreviver à escassez dos empregos formais em organizações. É o indivíduo que não encontra espaço no mercado de trabalho e encontra no empreendedorismo uma forma de fugir do desemprego. Nesse caso, o empreendedorismo não é idealizado previamente e se apresenta como mais uma alternativa de sobrevivência do que com uma escolha planejada. Assim, temos os empreendedores involuntários, classe composta, principalmente, por recém-formados e pessoas demitidas após o fechamento ou reestruturação das corporações, os quais não foram capazes de encontrar emprego e, por isso, foram forçados a criá-los. Os empreendedores involuntários tendem a optar pelo auto-emprego, mas não são empreendedores por escolha, vontade própria. Assim, criam uma atividade de negócios, mas não são movidos pelo aspecto da inovação e muitas vezes, são fadados ao fracasso.

1.4. Definições de empreendedorismo

Portanto, após esse breve levantamento bibliográfico sobre a evolução do conceito de empreendedorismo ao longo da história, da apresentação de diversos pontos de vista acerca do conceito, e da diferenciação entre empreendedorismo por oportunidade e necessidade, vamos destacar duas definições para basearmos nossas análises posteriores.

Primeiramente, temos a seguinte definição:

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.”⁸

Essa definição destaca quatro aspectos básicos de um empreendedor, não importando em que área. Primeiro, o empreendedorismo envolve o processo de criação, ou seja, criar algo novo, de valor. Segundo, o empreendedorismo exige a dedicação do tempo e do esforço necessários. Desse modo, o sucesso empresarial não é atingido de um dia para outro, mas é resultado da dedicação contínua em prol do desenvolvimento do negócio. Já, assumir os riscos necessários é o terceiro aspecto do empreendedorismo e é válido destacar que esses riscos englobam as áreas financeira, psicológica e sociais. A parte final da definição envolve as recompensas de ser um empreendedor sendo a mais importante dessas a independência, seguida da satisfação pessoal. Entretanto, para empreendedores que buscam o lucro, a recompensa econômica também entra em jogo sendo o dinheiro indicador do grau de sucesso.

A segunda definição a ser utilizada, de Fillion (1999), é a seguinte:

“O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócio. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.”

Segundo essa definição, o empreendedor gosta de estabelecer objetivos que está certo de atingir. Assim, os empreendedores agem em função do atingimento dos objetivos e desenvolvem características de tenacidade, internalidade e criatividade. Além disso, os empreendedores são pessoas que precisam continuar a aprender, não somente sobre o que está acontecendo no seu ambiente, para

⁸ Essa definição foi modificada a partir da definição primeiramente desenvolvida para a mulher empreendedora. Ver Robert D. Hisrich and Candida G. Brush, *The Woman Entrepreneur: Starting Financing, and Managing a Successful New Business* (Lexington, MA: Lexington Books, 1985), p.18.

detectarem as oportunidades, mas também sobre o que fazem, para que possam agir e ajustar-se de acordo com a situação. Enquanto continuarem a aprender, continuarão a cumprir seu papel e a agir de maneira empreendedora. Assim, eles vivem um processo de evolução constante. Os empreendedores também tendem a assumir riscos moderados e a minimizar incertezas nos seus processos de tomada de decisão. Vale destacar também que os empreendedores são agentes de mudança, fazem coisas novas e diferentes, ou seja, seres associados a inovação. Resumindo essa definição aos elementos essenciais, chegamos a seguinte sentença:

“Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.” (Filion, 1991).

Após esse levantamento bibliográfico e exposição de definições acerca do empreendedorismo, podemos continuar nossa análise, com o objetivo de ressaltarmos a importância do empreendedorismo na criação de novos negócios, assim como delinear o perfil do empreendedor necessário para o sucesso empresarial nos primeiros anos de vida de sua empresa. Para isso, iremos aproximar nossa análise à realidade fazendo uma caracterização do empreendedorismo no Brasil, utilizando como base a GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

Capítulo 2 – Caracterização do Empreendedorismo no Brasil

Para caracterizarmos o empreendedorismo no Brasil, iremos utilizar como base a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), considerada um dos maiores estudos contínuos sobre a dinâmica empreendedora no mundo. Esse estudo começou como uma parceria entre a London Business School e o Babson College, sendo iniciado em 1999 com 10 países, e se expandiu para 59 economias a partir de 2010. O Brasil participou pela primeira vez no ano 2000 e pelo 11º ano consecutivo participa da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor. Basicamente, os principais objetivos do estudo são medir a diferença entre o nível empreendedor entre os países que participam do trabalho e descobrir os fatores favoráveis e limitantes à atividade empreendedora no mundo, identificando as políticas públicas que possam favorecer o empreendedorismo nos países envolvidos. Assim, com a abordagem dessa base em nosso estudo, poderemos evidenciar feições do empreendedorismo em nosso país, além de preparar a análise que será feita no próximo capítulo, acerca dos problemas enfrentados pelos empreendedores, assim como a disponibilidade de políticas de apoio no início da caminhada empresarial.

Na GEM, a atividade empreendedora tem o seguinte significado: número de pessoas dentro da população adulta (18 a 64 anos) de um determinado país envolvida na criação de novos negócios. Afim de materializar essa definição, na pesquisa GEM os dados são obtidos por meio de pesquisa quantitativa com uma população nessa faixa etária. Como consequência, observam-se diferentes características relativas ao empreendedorismo, conforme o estágio do empreendimento (nascente ou novo), motivação (oportunidade ou necessidade, conforme elucidado no capítulo anterior), ocorrendo variações de acordo com o setor de atividade econômica, bem como com o gênero, idade, escolaridade e renda familiar. Vale destacar que, além disso, para fins de comparações, o relatório internacional divide os países em três categorias, segundo a fase de desenvolvimento econômico: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais (países impulsionados por fatores); (ii)

economias norteadas para a eficiência e a produção industrial em escala, que se configuram como os principais motores de desenvolvimento (países impulsionados pela eficiência); (iii) economias fundamentadas na inovação ou simplesmente impulsionadas por ela (SCHWAB, 2009).

Um dos principais indicadores utilizados pela pesquisa e que nos ajudará na comparação entre os países, é a Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial, TEA. Esse índice é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, ou seja, com menos de 42 (quarenta e dois) meses de existência. Portanto, utilizando esse conceito, e fazendo primeiramente uma análise global do relatório internacional, os dados parecem elucidar que, das cinquenta economias que participaram da Pesquisa GEM, em 2009 e 2010, a metade manteve ou aumentou a TEA de um ano para o outro. Mais especificamente, no Brasil, a TEA de 2010 foi de 17,5%, a maior desde que a pesquisa GEM é realizada no país, o que demonstra a tendência de crescimento da atividade empreendedora. Considerando a população adulta brasileira de 120 milhões de pessoas, isto representa que 21,1 milhões de brasileiros estavam à frente de atividades empreendedoras no ano. Em números absolutos, apenas a China possui mais empreendedores que o Brasil (apesar da TEA chinesa ser de 14,4%, inferior a do Brasil, ela representa 131,7 milhões de adultos à frente de atividades empreendedoras no país pois a base da população adulta chinesa é maior do que a brasileira).

Tabela 3 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002:2010

Ano	TEA (%)
2002	13,5
2003	12,9
2004	13,5
2005	11,3
2006	11,7
2007	12,7
2008	12,0
2009	15,3
2010	17,5
2002:2010	13,3

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

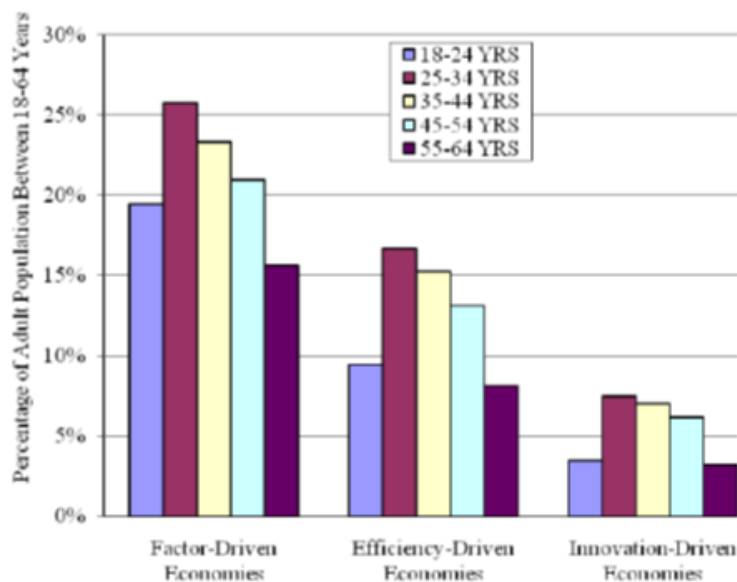
Como podemos observar na tabela, em relação a 2002, tivemos uma elevação da TEA no Brasil, apesar de flutuações ao longo do período. Além disso, com foco em 2010, entre os 17 países membros do G20 que participaram da pesquisa, o Brasil é o que possui a maior TEA seguido pela China, com 14,4% e a Argentina com 14,2%. O Brasil também mostra sua vitalidade no âmbito empreendedor entre os países do BRIC, tendo a população mais empreendedora percentualmente, com 17,5% de empreendedores em estágio inicial, enquanto a China tem 14,4% e a Rússia 3,9% (a Índia não participou da pesquisa nos últimos dois anos. Em 2008, TEA indiana foi de 11,5%).

Além do aspecto quantitativo ressaltado até agora, com a evolução da TEA, no Brasil, desde o ano de 2003, a motivação para a criação de novos empreendimentos vem mudando a sua feição. Os empreendedores por oportunidade são maioria, sendo que a relação oportunidade/necessidade tem sido superior a 1,4 desde o ano de 2007. Assim como em 2008, o Brasil novamente supera a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade em 2010 (para cada empreendedor por necessidade havia outros 2,1 que empreenderam por oportunidade). Somente para termos uma comparação breve, este valor é semelhante à média dos países que participaram do estudo este ano, que foi de 2,2 empreendedores por

oportunidade para cada um por necessidade. Entretanto, vale ressaltar que nos países com maior desenvolvimento econômico, a razão entre oportunidade e necessidade é superior a dos demais países. Por exemplo, na Islândia, para cada empreendedor motivado pela necessidade há outros 11,2 por oportunidade e, nos Estados Unidos essa razão está um pouco acima da brasileira, com 2,4.

No que tange a análise por gênero, em 2010, entre os empreendedores iniciais, 50,7% são homens e 49,3% mulheres, mantendo o equilíbrio entre gêneros no empreendedorismo nacional. Entre os 21,1 milhões de empreendedores brasileiros, 10,7 milhões pertencem ao sexo masculino e 10,4 milhões ao feminino, sendo importante destacar que a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo. Mesmo assim, no Brasil há um constante equilíbrio entre gêneros quanto ao empreendedorismo. Já, se analisarmos a distribuição dos empreendedores por idade, agrupados segundo os níveis de desenvolvimento econômico dos países, observa-se que nos três tipos de economias (países impulsionados por fatores, pela eficiência ou fundamentados na inovação) a faixa de 25-34 anos apresenta maiores taxas de empreendedorismo que as demais, seguida pela faixa dos 35-44 e de 45-54 anos. Desta forma as taxas mais baixas estão nas duas faixas extremas (18-24 e 55-64), conforme pode ser observado no gráfico a seguir:

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores segundo idade e fase de desenvolvimento econômico - Grupo de países - 2010 - Proporção (%)



Fonte: GEM Global Report 2010

Em 2010, mais especificamente no Brasil, todas as faixas etárias tiveram aumentos nas taxas de empreendedorismo. Assim, verificou-se a mais alta taxa de empreendedorismo está na faixa etária que vai dos 25 aos 34 anos com 22,2%. Isto quer dizer que entre os brasileiros com idades entre 25 e 34 anos, 22,2% estavam envolvidos em algum empreendimento em 2010. Neste ponto o Brasil segue a mesma tendência dos grupos de demais países analisados, nos quais esta é a faixa etária que prevalece. Porém, vale destacar que a partir de 2008, os jovens de 18 a 24 anos ampliaram sua participação no universo empreendedor brasileiro. Em 2010, sem considerar a faixa etária mais empreendedora, de 25 a 34 anos, os jovens de 18 a 24 anos tiveram taxas superiores a dos brasileiros com 35 anos ou mais, evidenciando a jovialidade dos empreendedores em estágio inicial. Desse modo, juntando as duas faixas etárias (18-24 e 25-34), mais da metade (ou seja, 56,9%) dos empreendedores ainda não estão na faixa etária de 35 anos de idade. Se considerarmos o G20, somente Brasil e a Rússia são os países nos quais a faixa de 18 a 24 anos é mais empreendedora que a de 35 a 44 anos, após a faixa etária mais empreendedora de ambos os países, que é dos 25

a 34 anos. Portanto, os dados parecem nos indicar que uma das características do empreendedor brasileiro é a sua jovialidade. Relacionado a esse perfil etário dos empreendedores, temos também a classificação da atividade empreendedora segundo o grau de escolaridade.

Tabela 4 - Empreendedores iniciais segundo níveis de educação - Grupo de países - 2010 - Taxas (%)

Grupo de Países	Níveis de Educação			
	Alguma educação secundária	Secundário Completo	Pós-secundário	Pós-graduação
	Média	Média	Média	Média
Todos os países	9,6	11,2	12,8	12,5
Impulsionados por fatores	21,0	23,0	22,7	19,3
Impulsionados pela eficiência	8,8	11,1	13,4	13,3
América Latina (Impulsionados pela eficiência)	13,9	16,2	19,4	17,3
Impulsionados pela inovação	3,2	4,1	6,0	7,1
Brasil	15,9	18,0	19,2	22,2

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Por sua vez, o Brasil acompanha o grupo da América Latina na categoria “pós-secundário” (com formação universitária) porém se destaca pela taxa mais alta entre aqueles com nível de pós-graduação (22,2%). Nesse ponto, cabe uma breve avaliação do contexto educacional brasileiro. O que se observa é que, em termos quantitativos, a escolaridade da população tem melhorado nos últimos anos, dado que se observaram quedas no analfabetismo, aumento significativo na frequência escolar, menor êxodo de estudantes e mais tempo de estudo para a população. Assim, a porcentagem de empreendedores com maior escolaridade tem aumentado nos últimos anos, vindo ao encontro do crescimento na escolaridade da população do país. Neste sentido, juntando esse fato ao de que a TEA do Brasil vem aumentando ao longo dos últimos anos (como observamos no começo desse capítulo), os dados parecem revelar claramente que à medida que aumentam os anos de estudo da população, crescem as taxas de empreendedorismo (essa sinergia parece evidente pois, afinal, quanto maior a quantidade e qualidade do ensino, maior o desenvolvimento técnico proporcionado aos profissionais, que futuramente podem começar uma carreira empreendedora).

Esse fato é ainda mais expressivo quando o analisamos pela ótica da motivação. Quando avaliada a razão oportunidade/necessidade, observa-se a inexistência da influência da motivação no ato de empreender nas primeiras faixas de escolaridade, conforme podemos notar na tabela seguinte:

Tabela 5 - Empreendedores iniciais segundo motivação e escolaridade - Brasil - 2010 - Taxas (%)

Escolaridade (anos de estudo)	TEA	Motivação		Razão oportunidade/ necessidade
		Oportunidade	Necessidade	
Sem educação formal	9,3	4,7	4,7	1,0
1 a 4	15,7	7,9	7,9	1,0
5 a 11	17,1	11,7	5,3	2,2
Mais de 11	19,7	15,6	3,4	4,6
Todas as faixas	17,5	11,9	5,4	2,2

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Contudo, essa diferença torna-se significativa para as faixas de escolaridade mais altas, chegando a ter 4,6 empreendedores por oportunidade para cada 1 (um) por necessidade na faixa da população com mais de 11 (onze) anos de estudo.

Agora, olhando o perfil empreendedor segundo a ótima da renda, a TEA brasileira indica que entre os brasileiros de renda mais baixa (menos de 3 salários mínimos), 6,1% são empreendedores. Este índice vai a 15,1% entre os de renda média (3 a 6 salários mínimos) e 16% entre os de renda mais alta (mais de 6 salários mínimos). O Brasil segue a mesma tendência da maior parte dos países analisados na pesquisa em 2010, onde na medida em que a renda cresce a taxa de empreendedorismo também aumenta. A motivação para que o empreendedor brasileiro em estágio inicial inicie um negócio pode variar conforme a faixa de renda em que se encontra. Seguindo a mesma linha de comparação com a divisão utilizada pelo GEM, os empreendedores por oportunidade também crescem na medida em que a renda familiar aumenta. Assim, os empreendedores com rendas mais baixas são os que possuem maiores taxas de empreendedorismo motivado pela necessidade.

A pesquisa da GEM, além dessa classificação dos empreendimentos segundo gênero, escolaridade, faixa etária, nível de renda, também evidencia que no Brasil, o foco dos negócios criados está no atendimento ao consumidor final em empreendimentos orientados nessa direção. Temos um perfil de negócio com propensão à informalidade, pela baixa necessidade de recursos financeiros para a sua abertura e pela simplificação da complexidade organizacional. Os dados de 2010 apontam quatro tipos de atividades ocupando 63% dos empreendedores iniciais. O comércio varejista permanece com a maior prioridade pelos empreendedores, com 25%. Porém, alojamento e alimentação ocupam o 2º lugar no ranking, com 15%. As atividades imobiliárias e aluguéis com 13% vem em terceiro e por último, com 10%, a indústria de transformação.

Portanto, após observarmos algumas características estruturais do empreendedorismo no Brasil, podemos caracterizar a atitude empreendedora no país. Essa atitude empreendedora é avaliada pelo GEM por meio dos seguintes indicadores: percepção de oportunidades e capacidades (em que medida as pessoas acreditam que existem boas oportunidades para iniciar negócios e sua capacidade para realizá-los), medo do fracasso (que se traduz no nível do risco que as pessoas estão dispostas a assumir para iniciar um novo negócio), percepções sobre a atividade empreendedora e o empreendedor (como o empreendedor é visto em termos de status na sociedade, opção de carreira e como a mídia trata do assunto empreendedorismo) e intenções empreendedoras (as intenções dos indivíduos de optarem pela carreira empreendedora).

A constatação geral da pesquisa é de que as proporções de populações que percebem oportunidades de negócios na região em que vivem e que acreditam possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários, são mais altas em países de menor desenvolvimento econômico. No Brasil, ao se considerar a população como um todo, no indicador sobre percepção de oportunidades, a média de 48,1% é superior a do grupo impulsionado pela eficiência (42,9%), porém inferior ao grupo da América Latina e do Caribe (57,7%). Nesse âmbito, vale destacar que, enquanto a percepção sobre oportunidades e capacidades

percebidas pelos respondentes em todos os países estudados têm diferenças significativas entre eles, o medo do fracasso mantém índices semelhantes, com diferenças pequenas entre os grupos de países. No Brasil, os empreendedores em estágio inicial possuem taxas ainda menores de medo do fracasso, ou seja, de 26,2%. Já no quesito que aborda a atividade empreendedora como uma boa opção de carreira, podemos dizer que para mais de 70% da população dos países impulsionados por fatores e pela eficiência empreender é uma boa escolha, enquanto a média entre os países impulsionados pela inovação é de 59,5%. Já, entre a população brasileira, 78% consideram o empreendedorismo como uma boa opção de carreira, enquanto esse índice baixa para 76,2%, entre os empreendedores brasileiros em estágio inicial. Por fim, podemos ressaltar que a população dos países com menor grau de desenvolvimento expressa em maior frequência intenção de iniciar empreendimentos. No Brasil, em 2010, a TEA foi de 17,5%, enquanto 26,5% da população em idade adulta tem a intenção de empreender nos próximos anos (índice superior aos países impulsionados pela inovação e pela eficiência, mas inferior à mesma categoria dos impulsionados pela eficiência na América Latina e aos países impulsionados por fatores).

A pesquisa ainda trata da relação entre empreendedorismo e geração de empregos. Segundo a base de dados utilizada pela GEM, os empreendedores em estágio inicial no Brasil estão abaixo da média dos países do mesmo nível de desenvolvimento econômico com respeito à geração de empregos nos próximos cinco anos. O retrato da situação brasileira, nesse aspecto, é o seguinte: menos de 10% dos empreendedores em estágio inicial pretendem contratar pelo menos 10 dez pessoas para trabalharem em seus negócios nos próximos cinco anos. Assim, dos empreendedores brasileiros, 36% não possuem expectativas de criação e geração de qualquer emprego no prazo de cinco anos, e mais de 23% objetivam gerar seis ou mais postos de trabalho. Isto significa dizer que, dos 21,1 milhões de empreendedores brasileiros em 2010, 4,9 milhões estimam a geração de pelo menos 6 empregos através de seus empreendimentos no futuro próximo (em comparação com o ano anterior, houve um aumento nesta proporcionalidade, que era de 15,2%).

Com relação à novidade do produto ou serviço oferecido, os empreendedores brasileiros oferecem produtos ou serviços conhecidos dos seus consumidores, já que apenas 16,8% dos empreendedores iniciais consideram que o produto é novo para todos ou alguns consumidores, média inferior aos mínimos atingidos pelos países impulsionados por fatores e impulsionados pela inovação (para apenas 7,5% será novo para todos os consumidores). Juntando-se a essa avaliação, outro parâmetro utilizado pelo GEM para medir a inovação dos empreendimentos é o grau de concorrência a que os negócios enfrentam, ou seja, o número de empresas operando no mesmo ambiente do empreendimento, oferecendo produtos ou serviços similares. Nesse aspecto, os empreendedores brasileiros enfrentam maior concorrência que muitos dos países analisados na pesquisa, sendo que apenas 37,5% afirmaram que o seu produto ou serviço encontra pouca ou nenhuma concorrência (esta média é inferior à dos países dos diversos graus de desenvolvimento econômico analisados).

Outra característica levantada pela GEM é que o Brasil é o país com menor orientação internacional entre os países impulsionados pela eficiência na América Latina (apenas 6,8% de seus empreendedores afirmaram que possuem consumidores fora do país). Assim, a média brasileira é inferior às médias de todas as categorias de países analisados. Na mesma direção, segundo análise, o Brasil apresenta uma das menores intenções de inserção no mercado internacional, ponto este percebido e não alterado desde o ano de 2002. Segundo Machado et al (2010), este fator pode ser “explicado em parte, ou seja, pela extensão territorial brasileira, na qual o percentual da população situado em áreas fronteiriças é baixo e pelo forte apelo que a demanda de consumo interno exerce sobre os vetores da economia nacional”.

Por fim, após a exposição breve de algumas características do empreendedorismo no Brasil, quando se analisa a percepção dos especialistas quanto às condições para empreender no Brasil, nota-se predominância de condições desfavoráveis para o empreendedorismo. Tal análise da GEM foi

baseada em dezesseis condições para empreender, apresentadas na tabela abaixo:

Tabela 6 - Fatores limitantes ao empreendedorismo mais citadas pelas especialistas Brasil - 2010

Condições para Empreender	2010	Ponto de Destaque
Políticas Governamentais	-1,3	Em meu país, as novas empresas conseguem obter a maioria das permissões, licenças e concessões em cerca de uma semana.
Educação e Capacitação	-1,1	Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas.
Capacidade Empreendedora: Potencial	-0,9	Em meu país, muitas pessoas sabem como iniciar e administrar um negócio de alto crescimento.
Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)	-0,7	Em meu país, as empresas novas e em crescimento têm condições econômicas para obter tecnologias mais avançadas.
Programas Governamentais	-0,7	Em meu país, uma ampla variedade de assistência do governo para empresas novas e em crescimento pode ser obtida através do contato com uma única agência.
Proteção aos Direitos Intelectuais	-0,6	Em meu país, a venda ilegal de programas pirateados, CDs, vídeos e qualquer outro produto com direitos autorais ou marca registrada não acontece em larga escala.
Apoio Financeiro	-0,5	Em meu país, há disponibilidade de financiamento proveniente de lançamento público de ações e títulos ao público suficiente para empresas novas ou em crescimento (mercado de ações, debêntures, <i>commercial papers</i> , lançamento de títulos ao público).
Infraestrutura Comercial e Profissional	-0,4	Em meu país, as empresas novas e em crescimento podem arcar com os custos da utilização de terceiros, fornecedores e consultores.
Normas Culturais e Sociais	-0,4	Em meu país, a cultura nacional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio.
Empreendimentos de Alto Crescimento ¹	-0,4	Em meu país, existem muitas iniciativas especialmente desenhadas para apoiar o empreendedorismo em negócios de alto crescimento.
Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada	-0,3	Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas.
Participação da Mulher	0,1	Em meu país, iniciar um novo negócio é uma opção de carreira socialmente aceitável para mulheres.
Acesso à Infraestrutura Física	0,4	Em meu país, uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês.
Valorização da Inovação	0,4	Em meu país, consumidores gostam de experimentar novos produtos e serviços.
Capacidade Empreendedora: Motivação	0,8	Empresários bem sucedidos têm status e respeito elevados.
Oportunidade Empreendedora	0,9	Em meu país, as boas oportunidades para novas empresas cresceram consideravelmente nos últimos cinco anos.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Em resumo, das dezesseis condições para empreender tão somente cinco (as que possuíram pontuação positiva na tabela anterior) são favoráveis em 2010, sendo a maioria desfavorável. Assim, percebe-se que o Brasil é um país que oferece oportunidades para o empreendedorismo, mas que não consegue dar condições para tanto. Tal fato prende-se em parte ao processo de crescimento econômico que caracteriza a sociedade brasileira nos últimos anos, inclusive os fatores “Oportunidade Empreendedora” e “Capacidade Empreendedora: Motivação” que teve aumento da percepção positiva em 2010 quando comparado com 2002. Além destes fatores, destaca-se também com a “Valorização da Inovação” como positivo bem como “Infraestrutura Física” (deve-se destacar o fato de que este fator é influenciado pela questão de infraestrutura ligada a serviços básicos como energia, gás, água e esgoto. Quando se separa o fator tem-se, por exemplo, uma percepção desfavorável (negativa) para o custo de acesso a serviços de comunicação (telefone, internet, etc.) corroborando pesquisas realizadas que apontam o Brasil como tendo dos custos mais altos na ligação de um aparelho celular. Portanto, deve-se relativizar o fator infraestrutura física como favorável ao empreendedorismo) e “Participação da Mulher” como empreendedora, neste último caso, inclusive, já percebido em edições anteriores da pesquisa.

Apesar das condições macroeconômicas terem favorecido o empreendedorismo no Brasil em 2010 (notadamente ambiente mais estável, com inflação controlada e crescimento econômico), ainda precisamos evoluir significativamente nas condições mais ligadas às políticas de apoio ao empreendedor. A pesquisa identifica que os aspectos mais desfavoráveis ao empreendedorismo estão ligados a políticas e programas de governo, bem como serviços educacionais, financeiros, de ciência e tecnologia e de regulação da competição no País. Nota-se que “Políticas Governamentais” e “Programas Governamentais” são desfavoráveis e na percepção dos especialistas tiveram uma baixa de 2002 a 2010. Apesar de citarem como avanço a Lei Geral da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte aprovada em 2006, ainda assim há um gap entre a necessidade e a oferta de programas do governo, bem como uma

distância entre as políticas e programas implementados e o empreendedor, que muitas vezes não tem acesso aos mecanismos criados.

No caso dos “Programas Governamentais” tem-se como ponto de destaque a inexistência de uma única agência para o empreendedor obter informações sobre os programas. Ou seja, nada mais é que a percepção da dificuldade que o empreendedor tem em obter as informações necessárias para acessar os mecanismos de apoio criados por programas de governo. Além disso, quando se analisa as “Políticas Governamentais” aparece a demora em conseguir licenças para empreender no Brasil, algo já debatido há tempos e que corrobora os dados da pesquisa “Doing Business 2011” feita pelo Banco Mundial e que classifica o país na 128ª posição dentre 183 economias do mundo.

Além disso, é importante destacar também todo um conjunto de condições desfavoráveis ligadas às áreas da educação, ciência e tecnologia. As condições “Educação e Capacitação” e “Capacidade Empreendedora: Potencial” denota a dificuldade que se tem de garantir recursos humanos capazes de perceber oportunidades e aproveitá-las. Como se pode destacar, segundo a pesquisa, os especialistas consideram que não há ainda no país a introdução de conceitos de empreendedorismo desde a escola básica até níveis mais avançados, e tal situação apenas reforça a percepção de que nosso empreendedor possui condições precárias para iniciar e administrar um negócio.

As condições “Oportunidade Empreendedora”, “Motivação Empreendedora”, “Mercado: interno e dinamismo/oportunidade” e Valorização da Inovação: Consumidor” são percebidas pelos especialistas do país como mais favoráveis que aquelas percebidas pelos especialistas dos demais países. Ao contrário, e conforme também tratado anteriormente, as condições oferecidas pelas “Políticas e Programas Governamentais”, “Educação”, “Capacidade Empreendedora”, “Legislação”, e “Proteção aos Direitos Intelectuais” são percebidas como mais favoráveis nos outros países quando comparadas com as condições oferecidas no Brasil.

Numericamente falando, entre as citações dos entrevistados, em 2010, 69% dos especialistas acreditam que as “Políticas Governamentais” é um fator limitante ao empreendedorismo. Já 56% acreditam que o “Apoio Financeiro” dificulta os empreendedores, enquanto 50% citam a “Educação e Capacitação” como fator limitante. Por outro lado, 61% acreditam que as “Normas culturais e sociais” representam um fator favorável ao empreendedorismo no país. Além disso, 58% depositam no “Clima econômico” como importante fator favorável aos empreendedores. Desse cenário, algumas recomendações como investimento em “Educação e Capacitação” e o desenvolvimento de “Políticas Governamentais” ajudariam no desenvolvimento do empreendedorismo em nosso país.

Portanto, o Brasil não apenas apresenta condições desfavoráveis sobre vários aspectos, mas notadamente no que tange a serviços governamentais e institucionais, como também está em desvantagem quando comparado com as condições oferecidas pelos demais países. Assim, reforça-se a necessidade de se pensar em ações que de fato permitam que o potencial empreendedor dado pela conjuntura favorável do país seja plenamente aproveitado.

Capítulo 3 – Problemas enfrentados e políticas de apoio disponibilizadas para auxílio no início da caminhada empresarial

No capítulo anterior observamos que, segundo a GEM de 2010, os principais problemas enfrentados pelos empreendedores, em seus primeiros anos de vivência empresarial, são classificados em três categorias: políticas governamentais, apoio financeiro e educação e capacitação. Pretendemos nesse capítulo analisar de maneira mais profunda esses problemas assim como elucidar políticas de apoio disponibilizadas, como o estabelecimento de programa EMPRETEC, assim como a estruturação do site e treinamentos do SEBRAE, que mudaram de certa forma o início da caminhada empresarial.

Primeiro, podemos destacar as políticas governamentais, destacando o gap existente entre a necessidade e a oferta de programas do governo, bem como a distância entre as políticas e programas implementados e o empreendedor, que muitas vezes não tem acesso aos mecanismos criados. No caso dos “Programas Governamentais” tem-se como ponto de destaque a inexistência de uma única agência para o empreendedor obter informações sobre os programas. Ou seja, nada mais é que a percepção da dificuldade que o empreendedor tem em obter as informações necessárias para acessar os mecanismos de apoio criados por programas de governo.

Já, quando se analisa as “Políticas Governamentais” aparece a demora em conseguir licenças para empreender no Brasil (“Doing Business 2011”). Além disso, muito se critica a respeito das políticas gerais, burocracia e carga tributária, de responsabilidade das três esferas governamentais: federal, estadual e municipal. Desse modo, falta uma política nacional voltada para o empreendedorismo, contemplando focos estratégicos nacionais e regionais, fontes de financiamento, linhas de crédito específica para novos e já existentes empreendedores e formas de apoio.

Desse modo, a ausência de políticas que desenvolvam atitudes empreendedoras também se evidencia na carência de incentivos governamentais para os novos empreendimentos, dando condições mínimas para um

empreendimento. Seria indicado que o Governo Federal desse condições para que os estados e municípios pudessem conceder incentivos e desenvolver atividades empreendedoras (Pereira, Iasmim. 2005).

Como dissemos anteriormente, vale destacar também a burocracia e o peso da carga tributária exercida sobre as atividades empreendedoras, especialmente sobre a folha de pagamento. Embora se observe certo avanço com relação às micro e pequenas empresas em função da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, do Simples, depois que a empresa se desenquadra da condição de micro e pequena empresa, a possibilidade de crescimento é bastante dificultada em razão da carga tributária elevada. Além disso, deve-se levar em conta o Custo Brasil elevado (exemplo: ineficiências estruturais, telecomunicação, encargos trabalhistas, inflação), que também é um fator complicador no desenvolvimento de um empreendimento.

A legislação trabalhista é confusa e antiquada e com o sistema jurídico emperrado, que não resolve os processos, abre-se margens à inúmeras postergações e recursos, sobretudo de quem tem mais recursos financeiros e melhores advogados. Assim, ao mencionar as políticas governamentais, a avaliação torna-se mais negativa quando se trata da dificuldade em lidar com a burocracia governamental, regulamentações e permissões; sobre a morosidade na obtenção das permissões, licenças e concessões e sobre a carga tributária.

Desse modo, o empreendedor não sabe em que porta bater para submeter um projeto inovador, para que tenha uma análise contínua do seu projeto, saber se ele está tramitando ou não. Há carência de um ponto único onde o empresariado possa ter interlocução mais efetiva, confiável, de que ele está caminhando para um lugar certo. O resultado é que, na dúvida, as pessoas preferem se retrair, o que acaba inibindo o espírito empreendedor nas pessoas.

Portanto, nota-se pelas opiniões dos especialistas que, de fato, há muito que avançar e reformas microeconômicas, que tratem da modernização do judiciário, revisão e simplificação de regras e procedimentos para a abertura e continuidade de um empreendimento no País (Carapeto, Carlos. 2010).

Por sua vez, o problema do apoio financeiro envolve, entre outras coisas, a exigência de garantia real para concessão de financiamentos. Ou seja, há dificuldade de acesso ao crédito seu custo é elevado (juros, impostos, taxas bancárias), e há insuficiência de microcrédito e de produtos e serviços bancários especialmente desenhados para MPEs e empresas nascentes (Varela Donato, José. 2011).

Outros também destacam que há muito burocracia no acesso aos recursos financeiros desestimulando o empreendedorismo. Além disso, muito dos programas de apoio financeiro não tem uma grande divulgação dificultando o acesso do empreendedor a essas linhas de financiamento.

A oferta de crédito e financiamento existe, mas a demanda não é atendida porque há níveis de garantias que são solicitadas, que eventualmente uma pessoa que está iniciando a atividade empreendedora não tem como oferecer. Assim, nota-se um problema na qualidade das linhas de crédito que são oferecidas. Cabe aos próprios órgãos oficiais, sobretudo, tentar mapear esse novo empreendedor brasileiro, observar quais são as condições que ele tem para oferecer. A solução poderia estar no microcrédito, mas com valores um pouco maiores, porque o microcrédito ainda oferece pouco dinheiro.

Vale destacar também que os gestores de crédito no Brasil ainda têm muita dificuldade em analisar um plano de negócios de uma empresa que virá e qual é sua possibilidade de sucesso no mercado. Isso traz limitações de linhas de crédito para implantação, ou seja, dificuldades na obtenção de linhas de créditos em bancos federais.

Desse modo, faltam instrumentos de apoio à empresa, como financiamento e suporte, sobretudo à área de risco tecnológico na qual o Brasil começou a avançar agora, mas que em países com maior tradição de empreendedorismo tecnológico, isso já existe há muito tempo: programas que apoiem e subsidiem atividades das empresas iniciantes e que vão incorrer em um risco tecnológico maior. Diferentemente de criar empresas pouco inovadoras é empreender já com o espírito inovador. Esse fato vai de encontro com a natureza do empreendimento, ou seja, se o negócio já nasce com boas perspectivas de desenvolvimento

tecnológico, certamente ele se classifica no âmbito dos empreendimentos por oportunidade. Além disso, vale destacar também o custo do capital (os juros no Brasil são um dos mais abusivos e mais altos do mundo).

O que é importante notar também que o apoio financeiro destinado a potenciais empreendimentos, ou seja, para empresas em fase de pré-incubação, são muito raros e, quando existem, são mal divulgados. Algum tipo de apoio para esta fase é fundamental, pois, potenciais empreendedores tendem a desistir de suas idéias, normalmente surgidas no âmbito das universidades, por não possuírem recursos objetivos para torná-las viáveis.

Portanto, no geral, percebe-se que a maior crítica não é a existência de fundos de financiamento, mas sim o acesso ao crédito, envolvendo exigências que não são atendidas pelo empreendedor, em especial aqueles que estão iniciando o negócio. O apoio financeiro é um fator limitante não em função da disponibilidade de modalidades tradicionais de créditos (bancários), mas sim devido a carência de investimentos em empreendimentos nascentes e que necessitem de modalidades diferenciadas de crédito (em especial mercado acionário), sejam eles de fonte pública ou privada. Há disponibilidade de recursos financeiros, mas as condições são ruins (garantias excessivas, juros elevados).

Por fim, podemos tratar do problema de educação e capacitação voltada ao desenvolvimento empreendedor (Monteiro, Sara. 2007). Muitos acreditam que estudar empreendedorismo na escola e oferecer a disciplina “Empreendedorismo” na educação regular ajudaria bastante na formação de empreendedores. Para isso, incluir o empreendedorismo no âmbito escolar é papel das três esferas governamentais federal, estadual e municipal. O que se observa é que falta capacitação da população economicamente ativa e que procura empreender. Instituições como SEBRAE, SENAI, SESI, procuram minimizar esse gap educacional, mas a abrangência é pequena e a maioria dos empreendedores não possui conhecimento das oportunidades que são oferecidas.

Portanto, como já tratado anteriormente, de fato há uma percepção de que a educação no Brasil não favorece o empreendedorismo, seja durante a formação básica ou em níveis mais avançados. Tal percepção é extremamente

preocupante, pois se sabe que a educação é a base de um processo continuado de crescimento e desenvolvimento de uma sociedade. Nota-se que o ensino fundamental e médio não dá atenção adequada ao tema empreendedorismo e aspectos a ele relacionados como informações sobre os princípios econômicos de mercado e, no que tange a aspectos comportamentais, tais como encorajamento à criatividade, à auto-suficiência e à iniciativa pessoal. Desse modo, muitos empreendedores começam sua atividade sem o devido conhecimento para mantê-la ao longo do tempo, o que acaba provocando a morte da empresa (Benjamim Cruz Junior, João et al. 2006). Assim, torna-se necessário investir em educação para elevar a quantidade de sucessos empresariais.

Entretanto, como destacamos no início do capítulo, existem políticas de apoio disponibilizadas que de certa forma contribuem para o estímulo do empreendedorismo. Entre elas, podemos destacar o EMPRETEC, criado em 1988 para promover o empreendedorismo em países em desenvolvimento (EMPRETEC 2004). O EMPRETEC é um seminário de capacitação integrada da UNCTAD que ajuda a estimular a capacidade empresarial e o crescimento da competitividade das micro e pequenas empresas. Assim, é uma das mais destacadas ferramentas de capacitação empresarial disponíveis no País e visa a formação e o desenvolvimento de capacidades empreendedoras. O seminário foi desenvolvido em resposta à pesquisa de campo que destacou a importância do comportamento e performance individual dos empreendedores. Essa evidência mostrou que era necessário um programa que não focava apenas aspectos técnicos e de gestão de pequenas empresas, mas que investisse também nos mecanismos de fortalecimento dos empreendedores. Desse modo, na prática tornou-se eficiente instrumento para aperfeiçoar profissionais na gestão de empresas e de negócios.

Em termos gerais, os seminários identificam empresários promissores, fornecem-lhes uma formação que visa reforçar o seu comportamento empresarial e habilidades empreendedoras, ajudando-os no acesso aos serviços e financiamentos necessários aos seus negócios. O seminário capacita o empresário ou futuro profissional a enfrentar metas desafiadoras, além de aumentar o seu potencial para obter lucro em situações complexas e garantir a

satisfação dos clientes, entre outros benefícios. Além disso, há a ajuda no estabelecimento de ligações entre as empresas, e na criação de sistemas de longo prazo para facilitar o crescimento e internacionalização dos empreendimentos. O seminário enfatiza a construção de uma rede ativa entre instituições públicas, associações empresariais privadas e organizações multilaterais, bem como programas EMPRETEC nacionais e outros programas que tem o intuito de promover o empreendedorismo a nível regional. Portanto, o Empretec permite ao participante descobrir e explorar seu potencial para a livre-iniciativa por meio do domínio ferramentas de gestão de pessoas, além de desenvolver a liderança e o comportamento empreendedor.

Destinado a empreendedores com ou sem empresa constituída, de qualquer segmento empresarial, o EMPRETEC aborda os fatores determinantes para o sucesso no mundo dos negócios. Como dissemos anteriormente, o EMPRETEC é uma metodologia desenvolvida pela ONU e implantada no Brasil pelo Sistema Sebrae. Atinge empresários, futuros empresários e profissionais liberais interessados em desenvolver comportamento empreendedor e potencial competitivo. O participante desenvolve segurança nas decisões, maior desempenho no planejamento empresarial e reduz chances de fracasso.

Funcionalmente, o EMPRETEC oferece um workshop assinado pelo Sebrae, pela Agência Brasileira de Cooperação de Ministério das Relações Exteriores e pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD – ONU), seminários intensivos de 6 dias, métodos e técnicas de ensino mundialmente testados, instrutores altamente capacitados, credenciados junto à Organização das Nações Unidas e material didático de excelente qualidade. Assim, o EMPRETEC possui a reputação de ter formado mais de 50.000 alunos que hoje conduzem, com sucesso, suas empresas;

Portanto, O EMPRETEC é um seminário que tem por objetivo desenvolver, nos participantes, características de comportamentos empreendedores. O participante, identificando primeiro seu potencial empreendedor e verificando quais são seus pontos fortes e fracos, pode, através dessa oportunidade, se desenvolver e conduzir de maneira correta seu empreendimento (EDECU 2002).

Assim como o EMPRETEC, podemos destacar também o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), responsável por implementar o próprio programa anteriormente citado, como uma forma de estímulo ao empreendedorismo. O SEBRAE foi criado para estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas do Brasil. O SEBRAE é uma entidade privada sem fins lucrativos, criado em 1972 e tem como objetivo promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Também atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, feiras e rodadas de negócios. Essas ações reforçam o papel do Sebrae como incentivador do empreendedorismo e revelam a importância da formalização para a economia brasileira. Além disso, o Sebrae enfatiza aos milhões de micro e pequenos empresários deste País as vantagens de se ter um negócio formal, apontando caminhos e soluções, com o objetivo de facilitar o acesso aos serviços financeiros, à tecnologia e ao mercado, sempre com foco na competitividade empresarial (SEBRAE Bahia, 2009).

Para garantir um bom atendimento às micro e pequenas empresas, o Sebrae aposta na atuação em todo o território nacional. Além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com escritórios nas 27 unidades da Federação, com um total de 788 pontos de atendimento, 336 próprios e 452 via parceiros. Essa capilaridade permite que a instituição atue com foco nas peculiaridades, necessidades e diferenças regionais, e contribua para a melhoria de vida de comunidades localizadas em todo território brasileiro. Enquanto o Sebrae Nacional é responsável pelo direcionamento estratégico do sistema, definindo diretrizes e prioridades de atuação, as unidades estaduais desenvolvem suas ações e projetos de acordo com a realidade regional e as diretrizes nacionais. Essa sinergia permite uma gestão eficiente e comprometida com resultados, o que faz do Sebrae uma instituição com considerável raio de atuação no território brasileiro.

Portanto, apesar dos problemas enfrentados pelos empreendedores, em seus primeiros anos de vivência empresarial, como a falta de políticas governamentais, o apoio financeiro escasso e a falta de incentivo à educação e capacitação, há políticas de apoio disponibilizadas, como o estabelecimento de programa EMPRETEC e a solidificação do SEBRAE, que amenizam de certa forma o início da caminhada empresarial, embora em menor proporção do que as dificuldades. Desse modo, retratado o ambiente no qual o empreendedor convive, torna-se possível delimitar algumas características essenciais do perfil empreendedor necessárias para o sucesso empresarial nos primeiros anos de vida de uma corporação.

Capítulo 4 – Perfil empreendedor necessário para o sucesso empresarial.

Após uma análise bibliográfica sobre empreendedorismo, na qual nos aproximamos desse conceito, procuramos observar a situação do empreendedorismo no Brasil, ou seja, um universo mais próximo da nossa realidade. Com isso, destacamos os principais problemas enfrentados pelos empreendedores, assim como alguns programas e políticas que incitam o desenvolvimento dos mesmos. Desse modo, torna-se possível elucidarmos as principais características necessárias para um empreendedor obter sucesso na sua caminhada empresarial.

Com esse objetivo, podemos recorrer a um autor já citado em nossa revisão bibliográfica, David. C. McClelland, que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo. McClelland é um dos estudiosos mais conhecidos na análise de empreendedorismo através de um ponto de vista psicológico. O autor enfatiza a importância do aspecto motivacional no empreendedorismo, além de mostrar que, em muitas vezes, o comportamento empreendedor é impulsionado pela necessidade de realização pessoal. Desse modo, podemos utilizar o autor para levantar algumas características necessárias para o sucesso de um empreendedor.

O autor identifica as dez seguintes competências empreendedoras para detectar e reforçar o perfil empreendedor, que são notavelmente consistentes de país para país: 1) busca por oportunidade e iniciativa, 2) assumir riscos, 3) demanda por eficiência e qualidade, 4) persistência, 5) compromisso para o contrato de trabalho, 6) busca por informação, 7) estabelecimento de metas, 8) planejamento sistemático e monitoramento, 9) persuasão e rede de relacionamento, 10) independência e autoconfiança. Pretendemos, ao analisar mais cuidadosamente cada uma dessas características, elencar ao menos três competências que sejam claramente necessárias para um bom desempenho empresarial do empreendedor.

A primeira competência elencada por McClelland é a busca por oportunidade e iniciativa. Nesse ponto, a interlocução com o conceito apresentado no capítulo 2,

de empreendedorismo por oportunidade ou necessidade, torna-se evidente. O sucesso empresarial configura-se muito mais provável quando a motivação de abrir um novo negócio está baseada na oportunidade, e não na necessidade. Embora existam muitos empreendimentos que tomam forma a partir de uma necessidade (falta de vagas no mercado de trabalho), o indicado seria que um novo negócio surgisse a partir de uma oportunidade pois, desse modo, o empreendedor já estaria deslumbrando um horizonte no qual as chances de sobrevivência no mercado seriam maiores. Além disso, ao se considerar a busca por oportunidade e iniciativa, já se pressupõe que o empreendedor esteja estudando o mercado no qual vai atuar, os seus concorrentes, as possíveis alianças que podem ser feitas, o custo de entrada em determinado setor e a viabilidade econômica do novo empreendimento. Assim, com um conhecimento prévio do ambiente a ser enfrentado, torna-se mais fácil e simples o gerenciamento do negócio.

Outra característica importante é a tomada de riscos por parte do empreendedor. Já vimos que, por definição, um empreendedor é um tomador de risco. Quando se inicia um negócio, não é possível ter certeza absoluta dos rendimentos que o mesmo trará, assim mesmo como dos percalços que cada um sofrerá ao longo da caminhada empresarial. Existem empreendedores que investem capital próprio na criação de um novo negócio, enquanto outros acabam alavancando recursos para viabilizarem uma nova oportunidade. Apesar da segunda opção ser mais arriscada (pois além do capital, os novos rendimentos também deveriam cobrir os custos de obtenção do capital, ou seja, os juros), tanto em uma como na outra observa-se claramente a natureza de risco que aparece na concepção de um empreendedor. Entretanto, além do risco financeiro, também há o risco relacionado com a inovação pois grande parte das vezes, um empreendedor cria algo novo, tomando para si o risco dessa invenção se disseminar no mercado ou não. Portanto, para o empreendedor, tomar risco é necessário, seja para criar algo novo ou não, e consequentemente, usufruir dos ganhos de uma nova oportunidade observada no mercado ou arcar com os danos que possivelmente um empreendimento mal sucedido o trará.

A terceira característica é a demanda por eficiência e qualidade. Primeiro, deve-se buscar por eficiência pois quanto maior a eficiência, maior a produtividade e conseqüentemente, mais competitivo o produto será no mercado pois seus custos fixos serão mais diluídos entre a produção. Maior competitividade, maiores as chances de sobrevivência de um empreendimento. Segundo, deve-se almejar qualidade pois de nada adianta uma produtividade elevada se a qualidade do produto ou serviço não é boa, ou seja, a percepção dos clientes acerca do negócio não é positiva. É preciso que a oferta seja de qualidade para que a confiança dos clientes no novo negócio aumente e assim, o market share da empresa no mercado aumente. Enfim, é preciso que o empreendedor sempre busque por eficiência e qualidade para manter uma imagem saudável de seu negócio no mercado e desse modo, consiga maior longevidade de seu empreendimento.

A quarta competência é a persistência. Como qualquer outra atividade, é preciso persistência para que um novo empreendimento se solidifique e dê bons frutos. Entretanto, no caso do empreendedor, essa característica é muito mais marcante e necessária pois as dificuldades enfrentadas ao longo do início da caminhada empresarial são muitas, como salientamos no capítulo anterior (problemas com financiamento, políticas governamentais, educação e capacitação). É preciso persistência para passar por esses problemas e sempre buscar soluções, objetivando a continuidade do negócio e futuramente, a estabilização e a fase de retorno dos esforços despendidos.

Muito relacionado com a competência anterior, temos também a característica de compromisso para o contrato de trabalho. O comprometimento por parte do empreendedor com o novo negócio, assim como a atenção dedicada a essa nova atividade, são de extrema importância para o sucesso empresarial. O foco no novo projeto torna-se essencial pois a exigência que é feita ao empreendedor, no início do negócio, é muito elevada: muitas vezes, o empreendedor é responsável por gerenciar os recursos humanos da empresa, negociar com fornecedores, estabelecer políticas de preços, cativar novos clientes e estabilizar o novo negócio no mercado. Assim, é necessário uma pessoa comprometida, com uma visão

ampla do negócio, e com bastante tempo disponível para alocar nas atividades de gerenciamento do empreendimento como um todo.

A sexta característica de um perfil empreendedor de sucesso é a busca pela informação. No mundo em que estamos vivendo, com a quantidade de informação disponível e a rapidez de disseminação, cabe ao empreendedor buscar cada vez mais informações e não apenas isso, mas também buscá-las com qualidade. Torna-se necessário conhecer amplamente as fontes de informações, para consulta-las e filtrá-las, de acordo com a necessidade de cada momento.

Outra característica importante é o estabelecimento de metas. Um empreendedor, ao iniciar seu negócio, tem que possuir em mente os objetivos a serem alcançados no curto e médio prazo, além de vislumbrar um ambiente de longo prazo para sua atividade. Como exemplos de metas a curto prazo, podemos citar o início da fabricação do produto, as primeiras vendas, o estabelecimento do primeiro ponto comercial. Já como objetivos de médio prazo, podemos citar o crescimento das vendas, a contratação de novos funcionários, a expansão do negócio. E por fim, no longo prazo, uma das principais metas é a estabilidade e a realização pessoal e profissional. Além disso, vale destacar a importância de traçar metas factíveis de serem alcançadas e realizadas. É necessário foco nas ações a serem tomadas para que, passo a passo, o negócio se desenvolva e se solidifique.

A oitava competência, planejamento sistemático e monitoramento, está bastante relacionada com a anterior. Após traçar metas e objetivos para o empreendimento, é necessário planejar de forma sistemática e monitorar para que pontos traçados sejam alcançados. A princípio, deve-se elaborar um planejamento para o ano que percorra todas as posições de um resultado. Assim, é preciso planejar quantidades e preços (que formarão as vendas), os custos (de matéria-prima, de estrutura de produção, salários da produção), as despesas (frete, embalagem, armazenagem, promoção, salários administrativos), e determinadas provisões (como variações cambiais, provisão para devedores duvidosos). Entretanto, ao longo do período, também é de extrema importância o

monitoramento dessas posições, assim como a revisão do planejamento, aproximando cada vez mais o planejado do que está acontecendo na realidade.

A penúltima característica citada por McClelland é a persuasão e a construção de uma rede de relacionamento. Como já citamos, a busca por informação e o próprio desenvolvimento técnico do empreendedor é importantíssimo para o sucesso empresarial. Entretanto, é válido destacar que a capacidade de convencer os demais e o desenvolvimento de uma rede de relacionamento também contribui no início da caminhada da empresa. O principal motivo para isso é que um bom relacionamento com os outros do mercado contribui para que suas idéias se disseminem de forma mais rápida e fácil. Além disso, um bom relacionamento lhe confere uma maior margem de negociação (considerando a união de mais agentes em torno de um objetivo, como por exemplo, a associação de diversas empresas em uma negociação com um possível fornecedor, sendo a demanda das empresas unidas maior do que a de uma sozinha), proporcionando muitas vezes vantagens financeiras para a empresa. Desse modo, construir redes de relacionamento no mercado e saber situar-se dentro delas é imprescindível para empreendedores emergentes, que enfrentam muitas dificuldades e que encontram nessas redes possíveis soluções para os percalços enfrentados.

Por fim, a última característica destacada pelo autor é a independência e autoconfiança. Essa é uma competência que permeia todas as anteriormente citadas pois é uma característica comportamental que impulsiona a tomada de decisão para a construção de um novo empreendimento. A independência é necessária tanto em relação ao novo negócio a ser criado, ou seja, a nova empresa dever ser independente e motivo de atenção e foco por parte de seu criador, como também em relação ao empreendedor, através da tomada de decisões que tragam o melhor para o negócio, não deixando-se influenciar por ocasiões momentâneas que aparentemente podem ser boas, mas trazem complicações a médio e longo prazo. Além disso, considerando que o empreendedor é um agente tomador de risco por definição, a autoconfiança torna-se característica importante para esse agente pois só se assume um risco, se houver a confiança de que os benefícios futuros (estabilização financeira,

realização pessoal e profissional) serão possíveis de serem realizados e concretizados.

Portanto, após levantar as principais características ressaltadas por David. C. McClelland necessárias para o sucesso empresarial, e considerando todo o trabalho anteriormente feito, de pesquisa bibliográfica e observação da realidade empreendedora através da GEM (perfil do empreendedor brasileiro, dificuldades enfrentadas, políticas que incentivam o empreendedorismo), podemos ressaltar três características indispensáveis a um empreendedor de sucesso, motivado principalmente pela oportunidade de um novo negócio: capacidade de tomar e administrar riscos, inovar e buscar de oportunidades.

Vamos no aprofundar na primeira característica: capacidade de tomar e administrar riscos. Como dissemos anteriormente, todo e qualquer empreendedor é um agente tomador de risco por definição (Cantillon), pois no intuito de abrir um novo negócio, é investido capital próprio ou de terceiros sem uma certeza absoluta se o retorno virá como o planejado ou não. Entretanto, um empreendedor de sucesso é aquele que sabe minimizar os riscos, através da escolha das melhores opções e a elaboração e a monitoramento de um planejamento detalhado das ações a serem tomadas para que o sucesso aconteça. Primeiro, temos a escolha do tipo de capital a ser investido. Quando o capital investido é do próprio agente, existe o risco de o negócio não dar certo e esse capital ser perdido. Entretanto, quando o capital investido é de terceiros (ou seja, fontes de financiamento como banco e agências), o risco torna-se ainda maior pois além do risco do capital a ser tomado como empréstimo, também há o risco do pagamento dos juros do capital (que geralmente são altos para empreendimentos emergentes, que ainda não possuem muitos bens para alocar como garantia na negociação por taxas mais atrativas). Assim, cabe ao empreendedor administrar esse risco, procurando utilizar-se de capital próprio e de fontes sadias de financiamento. Entretanto, ao longo da atividade empresarial, também surgem outros riscos (negociação com fornecedores, atraso no contas a receber, surgimento de concorrentes) que devem ser administrados da melhor maneira possível pelo empreendedor. Por isso, um planejamento detalhado da receita, custos e despesas é de fundamental

importância para a minimização dos riscos, assim como, o desenvolvimento saudável do negócio.

A segunda característica de um empreendedor de sucesso é a capacidade de inovar. Embora citado implicitamente por McClelland juntamente com a abordagem de tomada de risco, a capacidade de inovar é extremamente importante para a criação de um novo empreendimento. Na concepção de um novo produto ou serviço, a inovação se torna um diferencial pois o mercado, cada vez mais competitivo valoriza as novidades, o que pode abrir um nicho de atuação que até então não era explorado pelos empresários atuais. Competir em um mercado já existente está cada vez mais difícil, e assim, inovar facilita a sobrevivência da empresa no mercado. Empreendedorismo é fonte de inovação e mudança, provocando melhoras na produtividade e na competitividade econômica. O principal autor a focar a inovação, em relação ao empreendedorismo, foi Schumpeter. Para Schumpeter (1982), a inovação é um conjunto de novas funções evolutivas que alteram os métodos de produção, criando novas formas de organização do trabalho e, ao produzir novas mercadorias, possibilita a abertura de novos mercados mediante a criação de novos usos e consumos. Nesse sentido, as inovações constituem um dos impulsos fundamentais para a criação de novos empreendimentos. Desse modo, a principal ligação entre inovação e sucesso empresarial está baseada na possibilidade de abrir novos mercados que a novidade nos proporciona, ou seja, é possível explorar novos mercados e ser pioneiro no desenvolvimento do novo projeto, o que reduz bastante o nível de concorrência e nos proporciona certa vantagem competitiva sobre os novos empresários que por ventura poderão também explorar esse novo nicho.

Por fim, a terceira competência é a busca por oportunidade. Segundo definição de Wennekers and Thurik, já elucidada em nossa revisão bibliográfica, empreendedorismo envolve a percepção e criação de novas oportunidades e introdução das ideias no mercado, em face da incerteza e outros obstáculos. Desse modo, o ato de perceber e criar novas oportunidades está intimamente ligado ao empreendedorismo, assim como muitas vezes determina seu sucesso ou fracasso. Porém, a tarefa de perceber oportunidades não é fácil e natural, é

preciso esforço e preparo para que as atitudes sejam tomadas no devido momento, ou seja, para que as oportunidades sejam aproveitadas e transformadas em realidade. Dentro desse esforço e preparo, torna-se importante destacar o desenvolvimento técnico e profissional do empreendedor. É preciso saber administrar um negócio, desvendar suas sazonalidades e estar preparado para flutuações. Além disso, é importante também construir uma boa rede de relacionamentos, que auxiliará o empreendedor em momentos de dúvidas (através da comparação com outros negócios e troca de experiências) e proporcionará, possivelmente, maior poder de negociação a empresa (por exemplo, podemos citar cooperações entre micro e pequenas empresas, que conseguem negociar melhores preços entre seus fornecedores, contribuindo para a situação financeira das empresas). Portanto, na sua grande maioria, os empreendimentos motivados pela busca por oportunidades tem melhores chances de sobrevivência, se comparado com os negócios estimulados por necessidade, pois o empreendedor em busca de oportunidade possui uma capacitação técnica mais bem estruturada, além de uma capacidade de observação mais aguçada que lhe confere maior poder de identificação de bons negócios.

Desse modo, ser capaz de tomar riscos e administrá-los da melhor maneira possível, inovar e buscar novas oportunidades são características essenciais para um empreendedor de sucesso. E para que haja o desenvolvimento dessas características, torna-se necessário cada vez mais um aprofundamento técnico e desenvolvimento das habilidades comportamentais por parte dos empreendedores, desenvolvendo suas habilidades de gestão financeira, assim como a maneira de se relacionar com os outros agentes do mercado (fornecedores, clientes, concorrentes).

Conclusão

Após desenhar as principais características de um empreendedor de sucesso, a intenção da conclusão desse trabalho é evidenciar algumas ações para a promoção do espírito empreendedor na sociedade, assim como estimular o interesse pelo estudo e aprofundamento no assunto.

Uma abordagem abrangente para a promoção do empreendedorismo parece se basear em dois pilares, considerando o que já foi exposto anteriormente: fortalecimento das competências empresariais pessoais de cada empreendedor e a melhoria das condições para se iniciar um empreendimento. Esses dois pilares devem ser considerados em conjunto pois se, por um lado, os empreendedores não agem em um vácuo (visto que o ambiente empresarial afeta suas atitudes), por outro o ambiente empresarial pode ser desenhado pelas atitudes individuais dos empreendedores, suas habilidades e motivações.

No universo do fortalecimento das competências empresariais, a criação de matérias específicas voltadas para o empreendedorismo, a partir do ensino básico, parece ser uma ação positiva no sentido de promover o espírito empreendedor na sociedade. É evidente que a complexidade dos conteúdos empregados não seria tão alta, pois afinal estaríamos lidando com crianças e jovens. Porém, alguns conceitos de gestão de recursos e estímulo a inovação poderiam ser desenvolvidos desde essa idade em questão. Como exemplos podemos citar algumas escolas que criam jogos, nos quais os alunos ganham uma certa quantia de dinheiro fictício, e devem “administrá-lo” da melhor maneira possível. Nesse âmbito, além de estimular a capacidade matemática das crianças e jovens, a percepção do manuseio de recursos escassos, diante de diversas oportunidades de utilização, também começa a ser desenvolvida. Assim, um trabalho simples, como esse mencionado, contribui para que o princípio básico da gestão econômica de um negócio (racionalização de recursos escassos, diante infinitas oportunidades de aplicação) seja disseminado entre os futuros empreendedores.

Já pelo lado da melhoria das condições para se iniciar um empreendimento, podemos ressaltar dois âmbitos de ação: melhoria de acesso ao financiamento e o suporte de programas governamentais. Em relação ao financiamento, melhores condições de crédito e acesso a “venture capital” (capital semente, ou seja, financiamento para empresas que estão no começo da atividade, com alto potencial, risco elevado, e que não conseguem capital em bancos e agências convencionais) estão entre as ações que mais estimulariam os novos empreendimentos. Afim de melhorar as condições de crédito, as taxas de juros cobradas poderiam ser diferenciadas para novos negócios e as garantias exigidas para a concessão do crédito poderiam ser flexibilizadas, contribuindo assim para um acesso mais fácil dos novos empreendedores aos recursos necessários. Por outro lado, para aumentar o acesso ao “venture capital”, o governo poderia disponibilizar maior estoque de recursos para essa finalidade, visto que as condições de financiamento são diferenciadas. Entretanto, além da ação do governo na questão do “venture capital”, outras políticas governamentais também podem contribuir positivamente para a expansão do empreendedorismo na sociedade. A simples criação de uma única agência para o empreendedor obter informações sobre os programas já ajudaria muito no processo de criação de um novo empreendimento. Além disso, a demora para conseguir licenças e concessões poderia ser resolvido através da diminuição da burocracia necessária para se abrir um novo negócio em nosso país. É válido destacar também que uma diminuição, ou até mesmo isenção, de impostos, taxas e tributos nos primeiros anos de uma empresa seria de grande relevância para as micro e pequenas empresas pois isso daria uma maior folga financeira no início do negócio, que normalmente é mais conturbado pois o empreendedor ainda está aprendendo a respeito de sua empresa e do mercado em que ela está atuando.

Portanto, como resultado de todo esse trabalho, temos uma conclusão evidente: muito tem-se a trabalhar no campo do empreendedorismo, desde a sua conceituação, até mesmo no desenvolvimento de medidas para seu fomento. Assumir riscos, inovar e buscar oportunidades são características essenciais de um empreendedor de sucesso. Entretanto, estimular essas competências e

disseminar o empreendedorismo na sociedade dependem de ações concretas, que foram brevemente elucidadas no fim deste trabalho, mas que devem ser estudadas mais profundamente. Afinal de contas, segundo Schumpeter, o empreendedorismo é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico, e desse modo, estimulá-lo parece interessante para desenvolver o país.

Bibliografia

Caron, Antoninho. Inovação Tecnológica em Pequenas e Médias Empresas. Revista FAE Business (número 8, maio/2004).

Banco Mundial. “Doing Business 2011”

Benjamim Cruz Junior, João et al. Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação entre Teoria e Prática. Revista de Ciências da Administração – v.8, n.15, jan/jun 2006

Carapeto, Carlos. Políticas Públicas para o empreendedorismo: Activadores de Competências Sociais. 2010

Educational and Development of na Entrepreneurial Culture Unit (EDECU). Research on the Impact of EMPRETEC in Brazil. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2002.

EMPRETEC (2004). “What is EMPRETEC?”, www.empretec.net

Filion, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios, Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n 2, p. 05-28, Abr./Jun., 1999.

Fillion, L. J. Visione t relations: clefs du succès de l’entrepreneur. Montreal, Qc., Éditions de l’Etrepreneur, 1991 (em Fillion 1999).

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Empreendedorismo no Brasil 2010.

Hisrich, R. D.; Peters, M. P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Hornaday, J. A. Research about living entrepreneurs. In: Kent, C. A.; Sexton, D.L.; Vesper, K. H. (eds.). Encyclopedia of entrepreneurship. Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1982, p. 20-34.

Machado, J. P. et al. Empreendedorismo no Brasil: 2009. Curitiba: IBPQ, 2010.

McClelland, D. C. Entrepreneurship and achievement motivation: approaches to the science of socio-economic development. In: Lengyel, P. (ed.). Paris, UNESCO, 1971.

Meredith, G. G.; Nelson, R. E.; Neck, P. A. The practice of entrepreneurship. Geneva, International Labour Office, 1982.

Monteiro, Sara. Políticas Públicas, inovação e empreendedorismo. 2007

Pereira, Iasmim. Empreendedorismo e política: uma sociedade inseparável. 2005.

Say, J. B. Treatise on political economy: on the production, distribution and consumption of wealth. New York, Kelley, 1964 (1st ed. 1827).

SEBRAE Bahia. Cartilha do Empreendedor, 2009.

Schumpeter, J. A. Capitalismo, socialismo e democracia, 1942.

Schumpeter, J. A. Der unternehmer (1928) em Fillion, L. J. (1999).

Schumpeter, J. A. History of economic analysis. Edited by Elizabeth Boody Schumpeter, New York, Oxford University Press, 1954.

Schumpeter, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Os economistas).

Schwab, K. Global Competitiveness Report 2009-2010. Genebra: World Economic Forum, 2009.

Timmons, J. A. Characteristics and role demands of entrepreneurship. American Journal of Small Business, v. 3, n. 1, p. 5-17, 1978.

UNCTAD. Entrepreneurship and Economic Development: The EMPRETEC Showcase (Geneva, May 2004).

Varela Donato, José. Fatores de sobrevivência de Novas Empresas. 2011

Weber, M. The protestant ethic and the spirit of capitalism. Translated by Talcott Parsons, London, Allen & Unwin, 1930.

Wennekers, Sander, and Roy Thurik (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. Small Business Economics 13: 27–55.