

## Singularidades do empreendedorismo brasileiro: subsídios para políticas públicas de apoio aos novos negócios

Moema Miranda de Siqueira<sup>1</sup>  
Liliane de Oliveira Guimarães<sup>2</sup>

### Resumo

O presente estudo procura analisar algumas características do processo empreendedor no Brasil nos últimos anos, buscando identificar variáveis comuns às práticas internacionais e eventuais aspectos singulares de nossa experiência. Para tanto, foram utilizados resultados apontados nos relatórios da pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor, da qual o Brasil participa desde 2000. Além desses relatórios, publicados desde 1999, foram utilizados dados estatísticos de performance da conjuntura nacional no período e variáveis da cultura brasileira, consagradas em estudos acerca do tema. Sem colocar em dúvida qualquer das conclusões do GEM e louvar tanto a iniciativa quanto a qualidade acadêmica do estudo, pretendeu-se analisar algumas das conclusões apresentadas para o Brasil no período do estudo. O intuito foi aprofundar alguns achados e apontar outras perspectivas de análise, suscitando indagações para novas pesquisas.

### Palavras-chave:

### Key-words:

### 1 - Introdução

Um dos objetivos principais da pesquisa GEM, coordenada pela Business London School e Babson College, é averiguar como vem funcionando a relação entre empreendedorismo e renda nacional, tradicionalmente percebida como formadora de um círculo virtuoso. Foi possível, com os dados já obtidos, identificar grandes grupos dos mais de 40 países atualmente envolvidos no projeto, relacionando as variáveis Taxa de Atividade Empreendedora Total - TEA e Produto Interno Bruto - PIB. A TEA é definida como a porcentagem da força de trabalho que iniciou um novo empreendimento nos últimos 42 meses (três anos e meio), período considerado parâmetro de sobrevivência de um negócio. Os estudos sugeriram a existência de características condicionantes, de natureza econômica e sócio-cultural, que explicariam, em alguns casos, a relação de baixo PIB/Alta TEA e Alto PIB/Alta TEA, conforme demonstrado no quadro 1:

### Quadro 1 – Características de países relacionando PIB e TEA

CARACTERÍSTICAS	BAIXO PIB/ALTA TEA	ALTO PIB/ALTA TEA
Motivação para empreender	Alta proporção de empreendedores por necessidade	Empreendem principalmente por oportunidade
Educação	Alta concentração de empreendedores com baixo nível educacional	Elevado nível educacional dos empreendedores
Tecnologia e inovação	Pouca inovação e tecnologia antiga	Políticas de transferência de

<sup>1</sup> Doutora em Administração-USP; Professora Titular Aposentada da UFMG - Pesquisadora e Consultora da área de Organizações e Recursos Humanos, com interesse especial em Relações de Trabalho, Ensino e Pesquisa em Administração e Políticas Públicas.

<sup>2</sup> Doutora em Administração-EAESP/FGV- Professora da PUCMinas- Ex-Coordenadora do Mestrado Profissional em Administração da PUCMinas-Pesquisadora e Consultora da área de Organizações, com interesse especial em Empreendedorismo

		tecnologia
Capitalistas de risco	Pouca atração p/investir	Capitalistas de risco atraídos p/saúde da economia
Políticas de suporte ao empreendedorismo	Pouco interesse dos formuladores p/programas de baixo valor agregado	Características dos investimentos estimulam apoio ao empreendedorismo

Fonte: adaptado pelas autoras do Sumário Executivo-GEM 2004

No relatório de 2005, em vez de trabalhar com o PIB, como nos relatórios anteriores, a análise evoluiu, ao agrupar os países participantes por nível de *renda per capita média e alta*. A TEA foi dividida em *nascentes*, empreendimentos em implantação e que geraram remuneração por, no máximo, três meses; e *novos*, aqueles que geraram remuneração a partir de três meses. Outra inovação desse relatório foi abranger, nas análises, períodos mais longos da vida dos negócios, considerando também os *estabelecidos*, empreendimentos com mais de 42 meses. A posição dos participantes (o ranking dos países) em relação à TEA não variou significativamente no período.

Para desenvolverem suas análises, os pesquisadores do GEM classificam as TEAs, em função de suas motivações originais, em *por necessidade* e *por oportunidade*, definidas respectivamente como aquelas geradas pela ausência de alternativa razoável de ocupação e renda e aquelas geradas pela percepção de uma oportunidade ou um nicho de mercado pouco explorado. Baseados nessa classificação, os pesquisadores constataram que países com alta renda per capita apresentam as taxas mais baixas de empreendedorismo *por necessidade*.

Nas pesquisas GEM o Brasil tem se mantido entre os sete países que mais empreendem no mundo. Em 2005, a taxa de empreendedores iniciais foi de 11,3% (sétima posição entre os participantes). No entanto, o estudo considera que esta posição não sinaliza uma boa performance sócio-econômica, mas, ao contrário, é atribuída às “nossas mazelas históricas”. Entre elas, o elevado índice de **empreendedorismo por necessidade** (46%) e a baixa educação formal dos empreendedores, dos quais 30% sequer concluíram o ensino fundamental e apenas 14% têm formação superior, contra 23%, em média, dos países de renda per capita semelhante à nossa. Os analistas chamam a atenção para o ambiente perverso no qual os empreendedores brasileiros têm de atuar, caracterizado por falta de acesso ao crédito, ausência de políticas governamentais e normas sociais e culturais pouco favoráveis.

Neste artigo pretende-se analisar algumas das conclusões referentes ao Brasil pela GEM a partir de 1999. Entre essas conclusões interessam-nos especialmente **a motivação para empreender, a estrutura empresarial e políticas de suporte ao empreendedorismo**. O intuito exclusivo é aprofundar alguns achados e apontar outras perspectivas de análise, suscitando indagações para novas pesquisas. Como o GEM pretende ter “a capacidade de influenciar e orientar os formuladores de políticas voltadas para o desenvolvimento econômico e social dos países” (GEM, 2004:13), justifica-se a tentativa de ampliar a análise, propondo uma reflexão mais ampla e uma “*redução sociológica*” referenciada à nossa realidade. O esquema de análise proposto pode ser visualizado na figura abaixo:

**FIG.1 Esquema de Análise do Processo de Empreendedorismo à Brasileira**



Para atender ao objetivo proposto, o artigo busca discutir as seguintes questões:

1) Qual poderá ser o papel do empreendedor brasileiro na estrutura empresarial do novo mundo de trabalho globalizado? 2) Quais valores culturais prevalentes podem estar associados às motivações do brasileiro para empreender? 3) Quais as tendências de impacto das políticas de suporte na motivação e na criação de novos empreendimentos no Brasil? Nesse sentido, foram desenvolvidos os seguintes itens: 1) Tendências dos novos negócios no mundo e de modo especial no Brasil; 2) Variáveis culturais intervenientes no processo brasileiro de empreender; 3) Políticas brasileiras de suporte e financiamento ao empreendedorismo.

Os resultados dessas análises foram confrontados com alguns dados estatísticos de performance da conjuntura nacional no período, levantando alguns pontos para reflexão e suscitando novos aportes para estudos subsequentes, numa leitura mais ampla e crítica do fenômeno empreendedorismo.

## 2 - Tendências dos Novos Negócios no Mundo e de modo especial no Brasil.

Sabe-se que originariamente o vocábulo francês *entrepreneurs* significava assumir empreitada que exigia esforço e muito empenho e geralmente era utilizado quando a referência eram pessoas que organizavam e lideravam expedições militares. Nessa visão tradicional, desde Schumpeter (1947, 1982) os empreendedores são sempre identificados como pessoas pioneiras, determinadas, detentoras de habilidades que as distinguem da maioria e que as levam a realizar sonhos e planos *de* ou *em* uma empresa (DOLABELA, 2000; BIRLEY e MUZYKA, 2001).

No início do capitalismo, o empreendedor, diferenciado até mesmo do capitalista, dono do dinheiro, era o responsável pela criação e difusão de um produto ou de uma idéia produtiva. Na fase de expansão da economia industrial, o empreendedor garantiu o crescimento e a concentração do poder econômico das grandes empresas e dos países centrais. No entanto, no quadro de crise da economia globalizada, o aumento do desemprego e do trabalho temporário recolocaram a questão do investimento e do papel do empreendedor. Os pequenos negócios, individuais ou mediante parcerias inusitadas - terceirização, subcontratação, franchising, cooperativas, empresas comunitárias e incubadoras de empresas - proliferaram nos Estados Unidos e em quase todo o mundo na década de 80. O impacto da informática contribuiu para consolidar a posição dos pequenos empreendedores como agentes do crescimento econômico. Hoje, em todo o mundo, eles representam em torno de 90% do total de empreendimentos e

contribuem com percentuais expressivos da geração de empregos. São ainda considerados relevantes como fator de estabilidade política e social, ao propiciar a desconcentração do poder econômico e o fortalecimento da classe média, além de gerar empregos -inclusive para mão-de-obra pouco especializada - e contribuir para uma melhor distribuição da renda, propiciando a mobilidade social. Das 4 milhões de organizações empresariais brasileiras, cerca de 3 milhões e 800 mil são micro e pequenas empresas, empregando 35 milhões de pessoas. Em cerca de 85% dos 4.600 municípios do País só existem pequenos e micro empreendimentos. Como nesses empreendimentos o nível eficiente de produção é pequeno, normalmente eles optam por setores de trabalho intensivos, ou os chamados setores tradicionais - mobiliário, vestuário, calçados, editorial, gráfico, etc., cuja exigência de qualificação da mão-de-obra também é bem menor que nas maiores empresas. O setor de serviços é o que apresenta melhores oportunidades para as pequenas empresas, sendo que, no comércio, os pequenos negócios respondem por 98% dos estabelecimentos (PUGA, 2000; NAJBERG et al, 2000; IBGE, 2003). Já em 1970, pesquisas revelavam que os inventores independentes e as empresas de pequeno porte eram responsáveis por 40% das inovações, gastando menos tempo (2 anos em média) que as grandes corporações para colocar um novo produto no mercado. É neste ambiente que se deve analisar a questão do empreendedorismo, para que não se corra o risco de apontar conclusões alienadas e simplistas.

Por outro lado, já existe consenso, fundamentado pela experiência histórica, de que as receitas do pensamento econômico convencional não foram capazes de gerar um progresso econômico estável e diminuir a pobreza e a iniquidade no mundo (KLISBERG, 1999). Dessa forma, o empreendedorismo não pode ser analisado apenas do ponto de vista da economia clássica, centrada no individualismo metodológico e na racionalidade econômica da maximização dos benefícios. A teoria néo-institucionalista de Joseph North preconiza uma visão multidimensional tanto para conceber e orientar a criação de empresas quanto para atuar na formação do empresário. Essa visão atribui **uma função social à capacidade de empreender**, definindo sua participação no contexto sócio-econômico. Essa capacidade é própria da sociedade e supera a capacidade individual (LAMOLLA, 1999). Para a difusão desse novo papel, a cultura e a ideologia locais, formadas pelas regras formais e pelas informais (idéias, mitos, ritos), tanto podem ajudar quanto dificultar. Entre os valores facilitadores citados pelos estudiosos estão a confiança interpessoal e nas autoridades/governo, o associativismo e a consciência cívica, ética e de desenvolvimento auto-sustentado, o que no caso dos países em desenvolvimento significa a luta contra a pobreza e a exclusão social (GATICA, ARRIAGADA, RUSQUE, 2005).

A alta TEA brasileira é vista pelos especialistas do GEM como um grande *ativo* para o crescimento econômico, refletindo a vontade que os brasileiros têm de empreender, apesar das dificuldades existentes. Se o relatório de 2005 registrou uma pequena tendência de redução, em relação a 2001, na taxa de *empreendedores iniciais*; as taxas de *empreendedores novos* estão estabilizadas e as de *empreendedores estabelecidos* vêm crescendo desde 2002.

### **3 - Variáveis Culturais Intervenientes no Processo Brasileiro de Empreender**

De acordo com a perspectiva psico-sociológica, o homem processa informações, tanto no plano perceptivo quanto no plano intelectual, a partir de analogias com suas experiências, lembranças e imagens subjetivas. É a partir delas que elabora significados e valores para suas ações e relacionamentos. Portanto, o imaginário coletivo é socialmente construído pelos atores sociais e a adesão a ele garante o sentimento de pertencimento a esse grupo. Os ritos, as estórias, os símbolos, os mitos, os medos, as fantasias são todos elementos de fundamentação do imaginário coletivo, reforçados pelas manifestações culturais e pela interferência da mídia (GERGEN,1985; SCHEIN,1992). A discordância ou *dissonância cognitiva* com esse imaginário tende a provocar angústia e ansiedade nos atores, o que os leva, na medida do possível, a incorporá-lo (FESTINGER,1957). Isto explica porque os valores culturais mudam com maior lentidão que a velocidade das mudanças em outros níveis da realidade.

A tarefa de identificação do perfil cultural de uma sociedade é reconhecidamente complexa. No caso brasileiro, a maioria dos autores enfatizam a nossa “perene convivência de contrários” (DaMATTA,1983), nesta “terra de contrastes” (BASTIDE,1980), com uma economia basicamente dual (PRADO JR.,1965). Nossas origens étnicas e históricas são lembradas como repertório importante que conformaram algumas de nossas principais características culturais. A desigualdade racial e social, bem simbolizada em Gilberto Freire pela “casa-grande e a senzala” (FREIRE, 1981), convive com uma sociedade personalista e afetiva. Se nossa história foi marcada pelo autoritarismo, herdado do modelo patrimonialista português, a descentralização e o ideal democrático foram sempre bandeiras de luta política. Da mesma forma, o controle “racional-burocrático” esbarra em valores de autonomia e liberdade, responsáveis inclusive pela construção dos heróis nacionais. Mesmo com a modernização crescente dos últimos tempos e a inserção cada vez maior no mundo globalizado, persistem práticas de clientelismo ao lado da profissionalização da tecnoburocracia, comprovando a oposição identificada por DaMatta (1983) da ética burocrática e da ética pessoal, ou da “casa” e da “rua”. Estas dizem respeito a uma das dimensões básicas estabelecidas no modelo de Hofstede (1984) e que interessa mais de perto ao presente estudo: individualismo X coletivismo. Para sua pesquisa com 160 mil executivos de uma grande corporação multinacional, Hofstede (1984) considerou culturas individualistas aquelas em que as pessoas se definem como indivíduo e se interligam difusamente, tomando conta apenas de si próprias e daqueles que lhes são mais próximos. Já no coletivismo, as redes sociais fortes incluem parentes, clãs e outros grupos, esperando-se de seus membros segurança em troca de lealdade. O modelo da “grande família” encontrado em muitas das organizações brasileiras ultrapassa o tempo e mesmo a adoção de perspectivas “modernas” de gerenciar, mantendo o “cumpadrismo” e as relações de pessoalidade. Outra característica cultural bastante ressaltada pelos pesquisadores é a religiosidade do brasileiro, expressa em um sincretismo singular e altamente emocional.

Essas observações sugerem cuidado redobrado ao se tentar estudar o processo de empreender no Brasil, considerando que valores culturais necessariamente estarão aí envolvidos e que esses podem ser confusos e contraditórios.

As referências pioneiras dos economistas sobre o papel e as funções econômicas do empreendedor serviram de base a estudos posteriores com o objetivo de identificar as características do comportamento que diferenciava esse ator do conjunto da população. Nessa abordagem, traços de liderança e habilidades gerenciais seriam determinantes do perfil do empreendedor, propondo-se o seu desenvolvimento através de treinamento específico.

Isso não significa que se possa classificar os empreendedores como um grupo de características de personalidade e de comportamento homogêneas, detentores de atributos, habilidades e traços visivelmente similares. Pelo contrário, o que parece prevalecer é a diversidade, a heterogeneidade interna no grupo, dificultando o estabelecimento de relações causais entre comportamento e desempenho empresarial. No entanto, a capacidade de assumir riscos e trabalhar em ambientes pautados pela incerteza tem sido identificada por vários autores como uma característica relevante (KIRZNER, 1983).

A concessão do Prêmio Nobel de Economia de 2002 a Daniel Kahneman (1982) consagrou a *Prospect Theory*, que fundamenta a teoria de *finanças comportamentais* e confronta o paradigma da teoria financeira convencional, reforçando a perspectiva psicossociológica e a influência de processos não racionais nas decisões financeiras.

A pesquisa realizada por Kimura, Basso e Krauter (2005) com docentes e estudantes de uma escola de negócios brasileira replicou a metodologia proposta por Kahneman e Tversky (1979), levantando as escolhas individuais frente a alternativas em condições hipotéticas de certeza ou de incerteza. Os resultados da amostra brasileira mostraram os mesmos vieses encontrados no estudo original, “fortalecendo as evidências de que os aspectos comportamentais podem influenciar as escolhas dos indivíduos” (KIMURA, BASSO &

Formatado: Português (Brasil)

Formatado: Português (Brasil)

Formatado: Português (Brasil)

Formatado: Português (Brasil)

KRAUTER, 2005, p.57).

Recentemente, em um artigo da Folha On Line, o economista José Carlos Flesch, autor dos livros "O Lucro, a Empresa e Você" e "Inspiração para o Lucro", afirmou que a culpa, ligada à religião católica, e o medo, herança familiar que se associa à baixa auto-estima, impedem o brasileiro de ganhar dinheiro. Segundo ele, o maior problema de brasileiros não é a falta de dinheiro, mas o medo de ganhá-lo, sugerindo que frases como "dinheiro não traz felicidade", "quanto mais alto maior a queda" e "você tem que se contentar com o que tem" deveriam ser riscadas de qualquer pára-choque de caminhão e banidas definitivamente do imaginário popular.

No entanto, na percepção dos analistas do GEM, o Brasil tem como facilitadores "a vontade de investir, de crescer, de empreender, apesar das constantes dificuldades econômicas e estruturais" (GEM, 2004:14). Os especialistas entrevistados consideram pontos favoráveis a diversidade étnica, cultural e religiosa e apontam essas características como responsáveis pela capacidade de adaptação do brasileiro a mudanças e pela facilidade de convivência entre diferentes tipos humanos (GEM, 2004).

Retomando as características mais marcantes citadas nos estudos acerca da cultura brasileira, não se encontram muitas identidades entre o modelo clássico do "empreendedor" e os valores prevalentes em nossa cultura. O mito do "self-made-man", típico das culturas individualistas, descritas no modelo de Hofstede (1984) e muito valorizado pela sociedade norte-americana, não parece tão representativo à sociedade brasileira. Lá, muitos dos "heróis nacionais" são empreendedores, muitas vezes, de origem humilde, que são reconhecidos pelo sucesso econômico e sua contribuição para a economia do país e suas vidas e obras tornam-se objeto de livros e filmes ( Ford, Rockefeller, ...). É muito pouco provável que a maioria da população brasileira saiba identificar algum empreendedor que considere "herói nacional". Estes estão mais ligados, no imaginário coletivo, a ações heróicas – Tiradentes, Caxias... –; no campo político a líderes "populistas", representativos do modelo patriarcal – Getúlio, "pai dos pobres"; e a craques esportivos que fazem a alegria do povo – Pelé, Garrincha, Ayrton Sena... No entanto, constata-se com grande frequência o uso em cursos de gestão no Brasil de histórias e obras de sucesso empresarial de outros países, tanto em disciplinas de empreendedorismo como de outras correlatas, gerando certa "dissonância cognitiva" com nossos valores prevalentes.

Isso pode ter influenciado a resposta dos entrevistados nas pesquisas GEM sobre sua motivação para empreender - por oportunidade X por necessidade - numa perspectiva subjetiva, levando a acentuar a influência do empreendedorismo por necessidade na posição do Brasil em relação aos demais países (GEM, 2005). Acostumado a "driblar" as dificuldades econômicas, no passado, como taxas de inflação de mais de 1000% a.a., o brasileiro sedimentou uma capacidade de desenvolver estratégias de sobrevivência que merecem aplausos. Um estudo realizado com microempresários de duas cidades mineiras, em 2002, constatou a veracidade dessa força motora nas iniciativas empreendedoras estudadas (SIQUEIRA & GUIMARÃES, 2002). De acordo com a classificação do GEM, essas iniciativas corresponderiam a "empreendedorismo por necessidade", o que, no entanto, não diminui sua importância no contexto sócio-econômico referente.

#### **4 -Políticas Brasileiras de Suporte e Financiamento ao Empreendedorismo**

A tabela 1, abaixo, deixa claras as dificuldades enfrentadas nos últimos anos pela economia brasileira para apoiar investimentos privados.

**Tabela 1 – Principais agregados econômicos – Período 1999 a 2003**

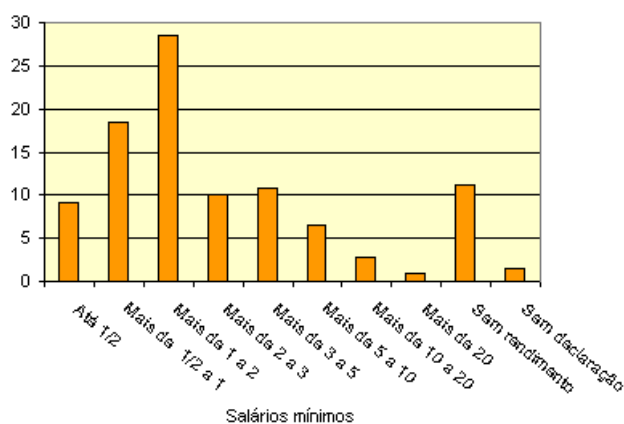
CONTAS NACIONAIS				
------------------	--	--	--	--

Principais agregados macroeconômicos	1999	2000	2001	2002	2003
Produto interno bruto valor (1.000.000 R\$)	963 846	1 101 255	1 198 736	1 346 028	1 556 182
Per capita (R\$)	5 771	6 430	6 896	7 631	8 694
Renda nacional bruta (1.000.000R\$)	939 739	1 068 658	1 153 452	1 294 084	1 501 032
Renda disponível bruta (1.000.000 R\$)	942 766	1 071 448	1 157 318	1 301 351	1 509 785
Poupança bruta (1.000.000 R\$)	150 238	190 793	200 817	249 212	317 172
Capacidade (+) ou necessidade (-) de financiamento (1.000.000 R\$)	- 46 051	-45 963	(-)53 409	(-)15 434	11 193

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisa, Coordenação de Contas Nacionais - Sistema de Contas Nacionais 1999-2003.  
Nota: Os dados do PIB per capita foram revisados para incorporar as novas projeções da população do Brasil compatíveis com os resultados do Censo Demográfico 2000.

Paralelamente, o relatório GEM revela que “o número de empresas criadas a partir do Capital de Risco Clássico é minúsculo quando comparado com outras fontes de recursos, em especial dos próprios fundadores e dos investidores informais” (GEM, 2005:23). Também constata que 80% dos empreendedores do Brasil têm renda familiar menor do que seis salários mínimos. Outro dado interessante é que 70% dos empreendedores estavam empregados quando iniciaram seu empreendimento, número que, embora menor que os percentuais dos países de renda per capita mais alta (GEM, 2004), sinaliza para uma “opção estratégica” de abrir um novo negócio e não somente uma alternativa de sobrevivência, no sentido restrito da questão. Prova disso é que a taxa de desocupação apresentou queda entre 2003 e 2004 (12,3 para 11,5), enquanto a TAE, que se manteve em torno de 13% desde o início da pesquisa, cresceu ligeiramente em 2004 (13,5%). A figura 2 apresenta a distribuição das pessoas ocupadas há 10 anos ou mais, por classes de rendimento no trabalho principal.

**Figura 2 - Distribuição das pessoas ocupadas há 10 anos ou mais, por classes de rendimento no trabalho principal - 2004**



Fonte: Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisa, Coordenação de Contas Nacionais - Sistema de Contas Nacionais - 2004

Por outro lado, estudos vêm comprovando que não existe nenhuma correlação entre o tamanho da empresa e o coeficiente:  $i = p \times k$  (capital emprego = produtividade X capital produto). Pequenas indústrias altamente especializadas podem gerar pouquíssimo emprego por utilizarem equipamentos de avançado nível tecnológico. Essas indústrias se caracterizam, portanto, por  $i$  e  $p$  altos, e por um coeficiente  $k$  moderado (SACHS, p. 112). Do mesmo modo, o setor de serviços especializados comporta um grande contingente de empresas. Em 1999, os trabalhadores por conta própria, profissionais e técnicos, representavam 2,1% da População Economicamente Ativa nas zonas urbanas do Brasil (CEPAL, 2001). No relatório GEM constatou-se que 61% dos empreendedores tinham intenção de gerar apenas dois novos empregos nos próximos cinco anos e 39% demonstraram considerável otimismo, esperando criar três novos empregos no mesmo período.

Esses exemplos mostram a diversidade de empreendimentos de pequeno porte e impõem a necessidade de critérios para sua avaliação que sejam capazes de transcender uma análise dos três parâmetros mencionados acima, enfatizando sua pertinência social. No relatório GEM, a expectativa de exportação como um fator relevante na determinação do círculo virtuoso dos empreendimentos é discutível. Os dados parecem claramente desfavoráveis ao Brasil, já que 90% dos empreendedores não têm a intenção de exportar. No entanto, um país com a extensão territorial e populacional do nosso apresenta vantagens competitivas internas muitas vezes melhores que as externas. O resultado econômico de 2005 aponta um crescimento de apenas 2,4% do PIB brasileiro, o segundo menor da América Latina, mas aponta, também, um crescimento de 3,5% do consumo, especialmente de bens duráveis. Esses números refutam o argumento de que a exportação é um fator indispensável ao sucesso dos novos empreendimentos.

Outra variável que deve fazer parte da análise é a facilidade para iniciar o negócio. No período coberto pelos relatórios GEM (2002 - 2005), aproximadamente dois terços dos empreendedores brasileiros afirmaram que seus negócios demandam valores inferiores a R\$ 10.000,00 e 22% deles iniciam seus negócios com menos de R\$ 2.000,00. Este baixo volume do capital inicial requerido sugere a predominância da mobilização da poupança familiar pelos empreendedores, já que o GEM constatou também uma baixa taxa de investidores informais (0,6% no período) e são bem conhecidas as dificuldades de acesso a modalidades formais: elevadas taxas de juros, exigências de garantias reais e excesso de burocracia.

Essas contingências e a pouca qualificação empresarial específica, bastante enfatizada pelos analistas (AMARO; PAIVA, 2002), são argumentos freqüentemente utilizados para explicar a dificuldade dos empreendedores brasileiros para atuar em empresas de porte maior. No entanto, a distinção entre indústrias artesanais e indústrias modernas de pequeno porte, aportada ao debate econômico na Índia há mais de meio século (SACHS, 2003), pode ser pertinente ao caso brasileiro.

Em resposta a um dos pontos críticos mais citados nos estudos acerca de empreendedorismo – a falta de financiamento – o Brasil vem aumentando, desde o governo Fernando Henrique Cardoso, os empréstimos para esse fim. O volume de recursos aplicados nos programas de microcréditos vem crescendo, de 46 milhões em 1998, para 84 milhões em 2000, o que significa uma taxa de expansão de 82,6%. No governo Lula, foi criado o Programa Nacional de Microcrédito, cujo objetivo é incentivar a geração de emprego e renda, repassando a pequenos empreendedores os recursos do Fundo de Amparo do Trabalhador (FAT).

## 5 - À Guisa de Conclusão



Retomando o esquema proposto para analisar o processo de empreendedorismo no Brasil, pode-se argumentar que, considerando a trajetória peculiar de desenvolvimento do país e os valores culturais prevalentes na sociedade brasileira, é válido questionar-se a categorização dos relatórios do GEM entre empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade. Para subsidiar esse questionamento, os dados de desemprego no período 2003-2004 e a redução de sua taxa no Brasil, acompanhada de ligeiro crescimento na taxa de atividade empreendedora, podem indicar que a alta taxa de empreendedorismo por necessidade apresentada nos relatórios GEM para o Brasil significaria uma opção de geração de renda adicional e não uma exigência em função da ausência de vagas no mercado de trabalho.

Por fim, embora constatando as dificuldades e restrições das políticas brasileiras de apoio e financiamento aos novos negócios, dados divulgados por órgãos especializados indicam que, desde o governo Fernando Henrique Cardoso, o volume de recursos aplicados no microcrédito vem crescendo, sem, contudo, ocasionar impacto na taxa de atividade empreendedora (TAE) identificada na pesquisa GEM ou na mudança na posição do Brasil em relação aos demais países pesquisados. Acreditando-se que é imperioso buscar-se maior coerência entre o papel social do Estado e os resultados de suas iniciativas, sugere-se que as políticas públicas de apoio aos novos negócios considerem, com maior ênfase, variáveis culturais que possam interferir na efetividade dessas políticas, que não dependem apenas das estruturas, mas também do desempenho dos agentes.

Assim, o que se pretendeu com este artigo foi assinalar que muitas das observações críticas que podem ser feitas aos achados e conclusões da pesquisa GEM referem-se às fragilidades dos estudos internacionais comparando graus e tipos de empreendedorismo entre países, quase sempre vulneráveis na escolha de suas variáveis e nas conclusões genéricas e nem sempre adotando uma abordagem multidimensional que contemple a complexidade do tema.

### Referências Bibliográficas

AMARO, M. N.; PAIVA, S. M. C. *Situação das micro e pequenas empresas*. Departamento de Micro, Pequenas e Médias Empresas – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Brasília, 2002.

BASTIDE, Roger. *Brasil, terra de contrastes*. São Paulo: Difel, 1980.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. *Dominando os desafios do empreendedor*. São Paulo: MakronBooks, 2001.

DaMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro, Zahar, 1983

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor – a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. São Paulo: Cultura Editora Associados, 1999.

FESTINGER, L. *A theory of Cognitive Dissonance*. Evanston, IL. Row Pertenson, 1957

FREYRE, Gilberto. *Casa Grande e Senzala*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1981

GARTICA, Cristina C; ARRIAGADA, Ramón, A. R; RUSQUE, Ana Maria. Capacidad empreendedora y capital social. In: SOUZA, Eda et. Al. *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo, Atlas, 2005

GERGEN, K.J. The social constructionist movement in modern psychology. *American Psychologist*, 1985.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: relatório nacional – 2002*

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: relatório nacional – 2003*

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: relatório nacional – 2004*.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: relatório nacional – 2005*.

HOFSTED, G. H. *Cultural and organization: software of the mind*. Londres: McGraw-Hill,

Formatado: Português (Brasil)

Formatado: Inglês (EUA)

Formatado: Português (Brasil)

Formatado: Português (Brasil)

1984.

HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1989.

IBGE. *As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil*. IBGE/Coordenação de Serviços e Comércio. Rio de Janeiro: 2003.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, v. 47, n.2, p.263-291, 1979

Formatado: Português (Brasil)

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. The psychology of preferences. *Scientific American*, v. 146, p.160-173, 1982.

Formatado: Português (Brasil)

KIMURA, Herbert; BASSO, Leonardo, F.C.; KRAUTER Elizabeth. Paradoxos em finanças: Teoria Moderna versus Finanças Comportamentais. *ERA*, jan/mar, 2006 p.41-58

KIRZNER, Israel M. Entrepreneurs and the entrepreneurial function: a commentary. In: RONEN, Joshua (ed.). *Entrepreneurship*. Boston: LexingtonBooks, 1983.

Formatado: Português (Brasil)

KLISBERG, Bernardo. Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 69, p.85-102,1999.

LAMOLLA, Laura. La capacidad de emprender, el rol de los emprendedores en el desarrollo.

A propósito de la lectura de *Disclosing New Worlds*. *Instituciones y Desarrollo*, n.3, abr.1999.

NAJBERG, S.; PUGA, F. P.; OLIVEIRA, P.A.S. *Criação e fechamento de firmas no Brasil*: dez. 1995/dez. 1997. Rio de Janeiro: BNDES, 2000.

PRADO JR. Caio. *Formação do Brasil Contemporâneo*. São Paulo, Brasiliense, 1965.

PUGA, F. Pimentel. *Experiências de apoio às micro, pequenas e médias empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan*. Rio de Janeiro: BNDES, 2000.

SACHS, Ignacy. *Inclusão social pelo trabalho – desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003

Formatado: Inglês (EUA)

SCHEIN, E. What is culture? In: FROST, Peter J. Et al. *Reframing organizacional cultura*. Newbure, Sage, 1991.

Formatado: Inglês (EUA)

SCHUMPETER, Joseph Alois. The creative response in economic history. *The Journal of Economic History*, v.7, n.2, p. 149-59, 1947.

Formatado: Português (Brasil)

\_\_\_\_\_. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural e Industrial, 1982.

SIQUEIRA, Moema M.; GUIMARÃES, Liliâne O. Estratégias empreendedoras de negócios tupiniquins. XXVI Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração. *ANAIS*. Salvador, 2002.

SOUZA, Eda. C.L; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo, Atlas, 2005.