



**EMPREENDEDORISMO: DISCUSSÃO CONCEITUAL, DEFINIÇÕES E UM
PANORAMA DO CASO BRASILEIRO**

**ENTREPRENEURSHIP: CONCEPTUAL DISCUSSION, DEFINITIONS AND AN
OVERVIEW OF THE BRAZILIAN CASE**

Ednilson Silva Felipe

Professor do Departamento de Economia – Universidade Federal do Espírito Santo

Vitória – ES

ednilsonfelipe.ufes@gmail.com

(27) 997920319

Allan Souza Santos

Graduado em Economia pela Universidade Federal do Espírito Santo

Vitória – ES

allansantos.sza@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar a importância da discussão conceitual sobre o tema empreendedorismo e fazer um panorama das ações empreendedoras no Brasil, além de mostrar alguns dados gerais que caracterizam a figura do empreendedor. Busca-se, para isso, tratar o empreendedorismo como campo de estudo acadêmico e referência para pesquisas, além de estender as ponderações desde o indivíduo empreendedor ao empreendedorismo em contexto nacional. Conclui-se que o empreendedorismo é um tema importante devido a diversidade de abordagens e contribuições sobre o tema e, também, por fazer claro que a ação empreendedora é fundamental para o desenvolvimento econômico das localidades onde ela ocorre.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Perfil Empreendedor; inovação; Política de Empreendedorismo.

ABSTRACT

This article aims to present the importance of conceptual discussion about entrepreneurship and make an overview of entrepreneurial activities in Brazil, besides showing some general data characterizing the figure of the entrepreneur in the Brazilian economy. Beyond it, it treats the entrepreneurship as an academic field of study and as reference for researches that consider individual entrepreneur and entrepreneurship in the national context. It makes clear that entrepreneurship is an important issue because of the diversity of approaches that it take and contributions on the subject and to make clear that the entrepreneurial action is critical to the economic development of the localities where it occurs.

INTRODUÇÃO

O tema empreendedorismo vem sendo, a cada dia mais, discutido em várias formas de debates e plataformas e, na esteira dessa ascensão em termos de importância, bases conceituais e científicas têm sido levantadas e uma busca aos clássicos e primeiros trabalhos tem sido constantemente revelados. De fato, a cada ano, uma enorme quantidade de livros e revistas são publicados fazendo surgir, também, ao longo do tempo, publicações, relatórios e pesquisas específicas e especializadas na ação empreendedora em diversos países.

Nesse sentido, há que se perceber que tal discussão ultrapassou as linhas do debate cotidiano e puramente empírico e passou a ser discutido também na academia e em várias áreas do conhecimento. Uma definição fechada e única do que seria o empreendedorismo e a atividade empreendedora ainda é, entretanto, algo em aberto. Quando se observa um histórico da evolução do conceito, nota-se, rápida e claramente uma profusão excepcional de visões e abordagens. Ainda nos anos de 1980, conforme Fillion (1999), ao analisar cerca de 1000 publicações, percebeu-se uma enorme diversidade de definições, embora numa análise mais profunda fosse possível encontrar alguma convergência entre elas.

O objetivo desse artigo é discutir alguns conceitos principais sobre empreendedorismo, discutir suas diferentes formas de materialização e como cada conceito reflete, na verdade, a especificidade do objeto a ser entendido pelo pesquisador. Além disso, busca-se caracterizar o empreendedorismo ao compreender o que leva o indivíduo empreendedor.

O artigo está dividido em duas partes, além dessa introdução. A primeira aborda uma questão conceitual que trata tanto da evolução das várias definições de empreendedorismo como também da sua aplicabilidade em várias áreas de estudos diferentes. A segunda parte explora alguns dados no Brasil conhecido com um dos países com maior número de pessoas dispostas à ação empreendedora. Depois segue-se os comentários finais e as respectivas referências.

1. FIGURA DO EMPREENDEDOR, SUAS DEFINIÇÕES E TEMÁTICA

O tema empreendedorismo, suas várias definições e os vários assuntos a ele interligados vem ganhando espaço e notoriedade em termos de elaborações de estudos, debates e políticas públicas. A literatura acerca do tema vem sendo gradativamente estimulada e produzida:

Deveria ser reconhecido, cada vez mais, que dada análise teórica pode ser de enorme significância para a política. Sob uma consciência do mundo em crescimento, sigo convencido que encorajar os empreendedores é a chave para o estímulo a esse crescimento [econômico] (BAUMOL, 1968: 71).

Contudo, o tema também apresenta várias dificuldades em termos de definições, origem e aplicabilidade. Há divergências, por exemplo, quanto ao início do uso do termo “empreendedorismo”. Mas o mérito é usualmente concedido a Richard Cantillon, ao tê-lo utilizado por volta de 1730 com uma abordagem do empreendedor como quem lida com riscos. A proeminência também é por vezes creditada a Jean Baptiste Say (CASSON, 2003).

Primeiramente, devemos qualificar a crença popular de que o empreendedorismo é originado na ciência econômica. Ao efetuar uma cuidadosa leitura dos dois autores normalmente identificados como os pioneiros no campo do empreendedorismo - R. Cantillon e J. B. Say -, identifica-se que eles estavam interessados não apenas na economia em si, mas também em aspectos de gerenciamento das empresas, desenvolvimento de negócios e gestão desses (FILION, 1998: 3).

Essa menção ressalta que desde a sua primeira caracterização, o empreendedorismo não é um campo que se concentra unicamente na administração ou na economia. Ocorre que essa abertura para diversos campos dificulta o estabelecimento de um domínio claro quanto à um campo de pesquisa, conforme interpretado por Gartner (1988) e descrito por Venkataraman (1997),

O problema principal está na falta de uma definição terminantemente aceita dos limites do campo de conhecimento do empreendedorismo. Estudiosos tem tradicionalmente tentado definir o campo em termos do empreendedor ou o que faz o empreendedor, mas por haver diferentes fundamentais nas conceituações, um consenso quanto a sua definição ainda não aparece possível (VENKATARAMAN, 1997: 120).

Essa indefinição do domínio de estudo pode levar a um tratamento diferenciado dos autores dependendo de qual é a sua disciplina em foco,

Pesquisadores tendem a perceber e definir os empreendedores utilizando premissas das suas próprias disciplinas. Mediante esse cenário, a confusão [em definir o empreendedorismo] é talvez não tão grande quanto às pessoas acreditam, isso por conta de que similaridades na percepção do empreendedor emergem de cada disciplina. Por exemplo, economistas costumam associar os empreendedores a inovação, enquanto que os adeptos da teoria

comportamentalista tem se concentrado nas características criativas e intuitivas dos empreendedores (FILION, 1998: 2).

Trata-se de um problema de definição ainda não resolvido: embora consensos quanto ao estudo sejam importantes, o tema pode ganhar legitimidade a partir das diferenças abordagens nas disciplinas (BRUYAT; JULIEN, 2001). Dessa forma, mesmo com as divergências de determinação, entende-se que essas diferenças geram contribuições ao estudo, como ressaltado por Filion (1998), ao compreender que o empreendedorismo é um objeto de estudo que atrai especialistas de diversas disciplinas, levando-os a observar o que os outros estão fazendo em suas respectivas áreas para questionar como vem produzindo na sua própria disciplina (FILION, 1998). Ainda assim, é preciso então avançar com as definições:

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação (DOLABELA, 1999: 43).

Gartner (1990) apresenta os principais direcionamentos na conceituação do empreendedorismo:

O Empreendedor	Criação de Organizações	Lucro	Singularidade
Inovação	Criação de Valor	Crescimento	Dono de Negócio

Figura 1 – Temas de Estudo do Empreendedorismo
Fonte: Elaborada a partir de Gartner (1990).

Pode-se perceber que dentre os elementos acima, a base está no estudo do indivíduo empreendedor, em como ele obtém e incorpora algumas características, dentre as quais: ser um inovador, ser o criador e dono de um negócio, ter visão direcionada aos lucros e se permitir a tomada de riscos, ou mesmo ao efetuar a criação de valor a partir do trabalho que exerce.

Mediante as pesquisas realizadas, identifica-se o empreendedor como conectado diretamente à geração e desenvolvimento de *oportunidades*. Nesse contexto, as oportunidades se destacam como um ponto central por envolver a tomada de decisão do empreendedor ao atuar no ambiente em que se encontra. Para Casson (2003), o empreendedor é alguém que se especializa no julgamento e tomada de decisões sobre a coordenação de recursos escassos e as oportunidades:

Oportunidades são fenômenos ligados a leis invariáveis da natureza e é tarefa individual do empreendedor descobrir tais “leis”. Indivíduos sob esse ponto de vista já possuem informação e conhecimento provenientes de experiências anteriores em uma indústria ou mercado, ou podem coletá-la ao começar a procura por possíveis oportunidades em uma indústria ou mercado recém-modificado (CASSON, 2003, tradução livre nossa).

Casson (2003) ressalta que o empreendedor tem a tarefa de compreender as condições que envolvam oportunidades. Dolabela (1999) ressalta que a descoberta de oportunidades tem papel central na atividade empreendedora e o atributo fundamental de um empreendedor é a capacidade de identificar, agarrar e buscar os recursos para aproveitá-las. O estudo do empreendedorismo então se associa a essa variável de *oportunidades*,

O nosso campo é fundamentalmente preocupado em entender como, dada a falta atual de mercados para futuros produtos e serviços, esses produtos e serviços passam a existir. Com isso, o empreendedorismo como um campo de estudo busca entender como oportunidades levam a existência de futuros produtos e serviços descobertos, criados e explorados, além de sob quais consequências (VENKATARAMAN, 1997: 120, tradução livre nossa).

Ocorre que na análise do indivíduo empreendedor, é preciso estabelecer as suas características comportamentais, visto que a partir de sua atitude, se posicionará de maneira ativa mediante a possibilidade de angariar e aproveitar oportunidades. O destaque ao aspecto comportamental está presente na seguinte composição de Weenekers, Thurik (1999):

Inspirados por Hébert e Link (1989), Bull e Willard (1993) e Lumpkin e Dess (1996), nós propomos a seguinte definição de empreendedorismo: Empreendedorismo é a habilidade manifesta e vontade de indivíduos, seja por conta própria, em equipe, dentro ou fora de organizações existentes, de: (i) detectar e criar novas oportunidades econômicas (novos produtos, novos métodos de produção, novos esquemas organizações e novas combinações de produtos no mercado) e para (ii) introduzir suas ideias no mercado, mediante incertezas e outros obstáculos, ao tomar decisões quanto a local, forma e aproveitamento de recursos e instituições. Essencialmente, empreendedorismo é uma característica comportamental das pessoas (WEENEKERS; THURIK, 1999: 47, tradução livre nossa).

Essa visão pode ser complementada pela descrita por Drucker (1987),

O espírito empreendedor é, portanto, uma característica distinta, seja de um indivíduo, ou de uma instituição. [...] O empreendedorismo é um comportamento, e não um traço de personalidade (DRUCKER, 1987: 34).

Gartner (1990) apresenta por onde circulam autores em suas análises sobre o empreendedorismo. Com isso, estabelecem a relação de que o empreendedorismo pode ser desdobrado em sub temas, mas desde o ato de criar uma organização a ser singular em suas atitudes, o empreendedor é sempre envolvido por oportunidades.

O empreendedor atua perante a captação de novas oportunidades que podem influenciar na transformação local. Como agente do mercado, há a percepção da ação do empreendedor como focada no lucro, com a habilidade de abrir mercados e talvez até promover inovações, aqui ainda relacionada, por exemplo, às contribuições de Schumpeter:

[...] Como Schumpeter pontuou décadas atrás, o motor pessoal que impulsiona a empresa privada é o lucro. O empreendedorismo é particularmente produtivo sob uma perspectiva de bem estar social, mesmo em um processo de busca egoísta por objetivos, empreendedores também reforçam o lado social ao criar novos mercados, novas indústrias, novas tecnologias, novas formas institucionais, novos trabalhos. [...] Essa conexão entre a busca privada pelo lucro e a criação de riqueza social forma um domínio distinto e legítimo do campo do empreendedorismo (VENKATARAMAN, 1997: 120, tradução livre nossa).

Tais fatores são base para o entendimento da necessidade de cada vez maior acúmulo de conhecimento por parte do agente para ser bem sucedido,

Em uma sociedade empreendedora, os indivíduos enfrentam um enorme desafio, desafio este que precisam explorar como sendo uma oportunidade: a necessidade por aprendizado e reaprendizado continuados. [...] E quanto mais os indivíduos avançarem em seus estudos, mais empreendedoras serão suas carreiras e mais exigentes os seus desafios para o aprendizado (DRUCKER, 1987: 362).

Para Davidsson (2004), as definições de empreendedorismo estão concentradas em dois âmbitos. O primeiro trata das pessoas que decidem trabalhar por conta própria em um negócio independente, o que leva a uma diferença na percepção quanto as possibilidades de risco e recompensa em atuar no mercado. Com isso, ao ser tratado nesse âmbito, o empreendedorismo se relaciona com temas como o gerenciamento de pequenos negócios e o auto emprego.

Baumol (1993) ressalta a existência de duas definições essencialmente diferentes para caracterizar o empreendedor,

Uma utiliza o termo para se referir a alguém que cria e conseqüentemente organiza e opera uma nova empresa, haja ou não algo inovador em tais atos. A segunda leva o empreendedor como o inovador, como aquele que transforma invenções e ideias em finalidades economicamente viáveis, queiram ou não em prol da criação ou operação de uma empresa (BAUMOL, 1993: 198).

Para Baumol, ambos os tipos de empreendedores são importantes para o desenvolvimento local, mas eles se diferenciam profundamente quanto aos seus papéis, a natureza da sua influência e o tipo de análise que o estudo referente a eles requiere, visto que um opera a empresa e o outro busca realizar o novo (BAUMOL, 1993). De qualquer forma, a partir de ações inovadoras, a economia pode ser dinâmica. Sendo assim, são dois os caminhos para definir o empreendedor,

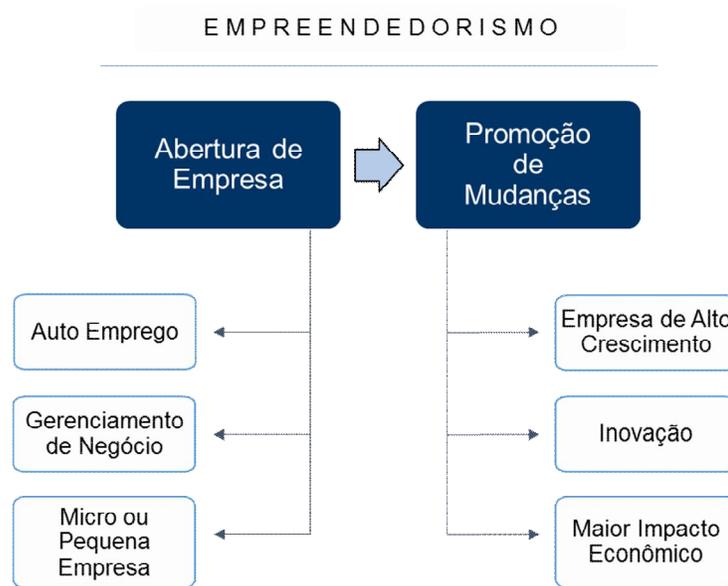


Figura 2 – Formas de Definição do Empreendedor

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Davidsson (2004).

A figura 2 representa que o empreendedor pode ser visto como aquele que promove a abertura de empresas, e assim conseqüentemente constitui uma micro ou pequena empresa, onde realiza o gerenciamento do seu negócio. Por outro lado, há o indivíduo que, além de realizar os mesmos itens, é capaz de promover mudanças pois consegue ser inovador, o que o torna competitivo e com chances de impactar na economia.

Resta então o questionamento sobre se apenas um desses caminhos ou se ambos podem ser delimitados como um perfil empreendedor. A questão pode ser interpretada pela diferenciação entre a pequena empresa e o empreendedorismo em si,

Uma questão a ser feita é se pequenas empresas e empreendedorismo podem ser sinônimos. Nós argumentamos que esse não é o caso. Pequenas empresas são um veículo no qual o empreendedorismo prospera, mas há mais de tais 'veículos', como unidades de negócios que podem estar inclusive dentro de maiores companhias. Claramente, essa maior interpretação do empreendedorismo implica em dificuldades de mensuração (WEENEKERS; THURIK, 1999: 33).

Conforme pontuado por Weenekers; Thurik (1999), claramente as diferentes formas de empreendedores não podem ser classificadas como sinônimos devido à existência de empreendedores internos às organizações, ou seja, ao estudar o empreendedorismo é preciso ter em mente e pontuar qual caminho está sendo utilizado como referência. De todo o modo, entende-se que ambos realmente representam o empreendedor,

[...] empreendedorismo não é restrito a pessoas iniciando ou operando uma pequena empresa inovadora. Funcionários em grandes empresas podem ser os chamados 'intra empreendedores' ou 'empreendedores corporativos', também realizam atividades empreendedoras. [...] Falando estritamente, empreendedorismo é uma características comportamental das pessoas, ao criar oportunidades para o comportamento empreendedor dos empregados, organizações também podem se tornar empreendedoras (WEENEKERS; THURIK, 1999: 47).

Aí está a chave para resolução do questionamento que foi colocado. Ocorre que não se trata de abrir ou não uma empresa, promover ou não inovações, pois o empreendedorismo é uma característica comportamental associada ao aproveitamento das oportunidades identificadas. Sendo assim, o ato de abrir uma empresa representa uma ação empreendedora, assim como o de criar valor e contribuir diretamente para os resultados a partir de um perfil ativo em uma organização. Por isso o fator comportamental é o cerne para tratar o empreendedor.

Por exemplo, Dolabela (1999) ressalta que o empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, sendo o aspecto comportamental do indivíduo de forte influência para permitir a sua caracterização como um empreendedor,

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis (DOLABELA, 1999: 44).

Na concepção apresentada por Drucker (1987), não basta a criação de organizações para ser caracterizado como uma atividade de empreendedorismo, visto que o ponto central estaria na inovação e crescimento pela geração de valor,

Reconhecidamente, todas as pequenas empresas novas têm muitos pontos em comum. Entretanto, para ser empreendedora, uma empresa tem que possuir características especiais, além de ser nova e pequena. Na verdade, os empreendedores constituem a minoria dentre as pequenas empresas. Eles criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores (DRUCKER, 1987: 29).

Ao efetuar comparações das atividades empreendedoras entre as nações, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) apresenta uma pesquisa que conceitua o empreendedorismo a partir da ideia de promoção de algo novo, que pode ser a própria abertura de uma empresa. A definição usual de empreendedorismo é a seguinte,

[...] qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas (GEM, 2015).

No caso da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), apesar de tomar como referência a abertura de empresas em indicadores do empreendedorismo, a definição usada é apresentada de maneira mais abrangente:

Empreendedorismo é definido como um fenômeno associado a atividade empreendedora, a qual é a ação humana empresarial na busca pela geração de valor, através da criação e expansão de atividades econômicas, pela identificação e exploração de novos produtos, processos e mercados. Nesse sentido, empreendedorismo é um fenômeno que se manifesta pela totalidade da economia (OCDE, 2013: 9).

Dessa forma, é um perfil similar empregado com finalidades diferentes, daí a abrangência do indivíduo empreendedor. Para a sequência desse trabalho e para possibilitar o uso e análises de publicações que tratam do empreendedorismo, a principal referência será do empreendedor como aquele que abre empresas no Brasil.

2.0 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: A ANÁLISE DE ALGUNS NÚMEROS

Apesar das diferentes visões até agora discutidas, cada vez mais avanços podem ser identificados para construir essa relação, mesmo que sob cunho mais teórico. Utiliza-se do diagrama apresentado por Weenekers e Thurik (1999) para formalizar os diferentes níveis de análises do empreendedorismo e traçar elementos envolvidos por eles.

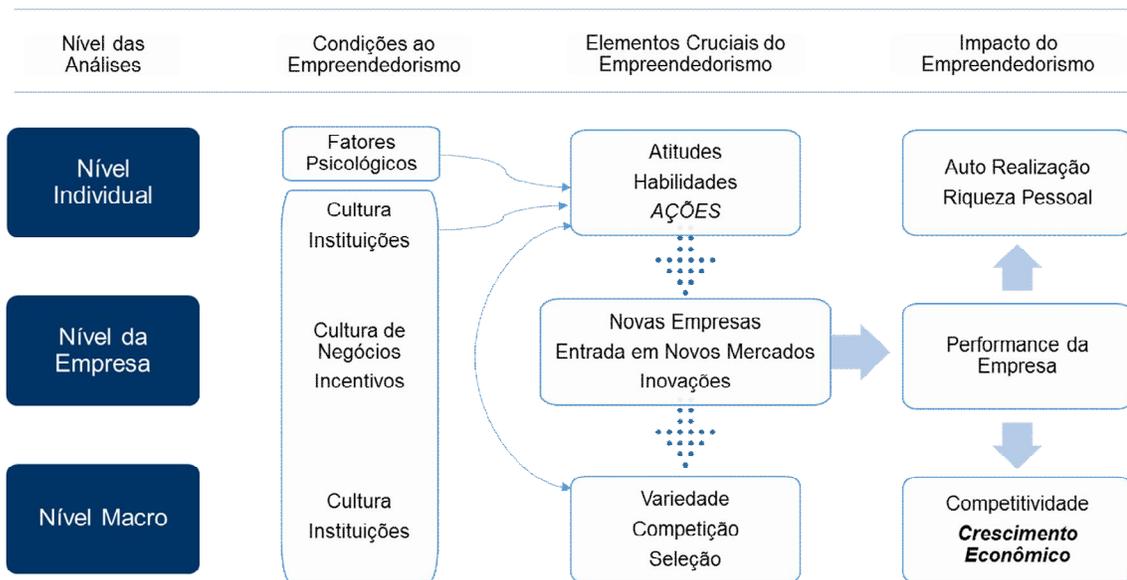


Figura 5 – Níveis de Estudo do Empreendedorismo com relação ao Crescimento Econômico
Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Weenekers; Thurik (1999).

Ocorre que promover análises acerca do empreendedorismo no nível individual é um grande desafio. Elevar essas ao nível macro se apresentaria como um desafio ainda maior devido à dificuldade de se mensurar seus impactos diretos e indiretos, o que é um tema relativamente novo que representa um vácuo na literatura (ACS; SZERB, 2009: 2). Portanto, nosso foco recai sobre sua caracterização, dando foco em como se pode notar o empreendedor no Brasil.

Para apresentar as ações empreendedoras nacionais, caracterizadas pelos empreendedores, toma-se como referência dados produzidos por instituições tais quais a Endeavor Brasil, quanto por séries históricas disponibilizadas pelo Sebrae. Além desses, tem-se também como referência o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) da London Business School e Babson College, que é conduzido no Brasil pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Desafio Online, Campo Grande, v.5, n. 1, art.3, Jan./Abr. 2017. www.desafioonline.ufms.br

Produtividade (IBQP) e é uma pesquisa realizada por meio de entrevistas com 10.000 indivíduos adultos (18 a 64 anos) distribuídos igualmente entre as cinco regiões do país e de forma representativa a população nacional. A pesquisa é sempre lançada no ano seguinte ao ano em que as entrevistas tenham sido realizadas (ENDEAVOR BRASIL, 2013 e IBQP, 2012, 2013, 2014, 2015).

É necessário notar que no Relatório 'Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil', é feita uma segmentação entre dois tipos de empreendedores: *empreendedores iniciais (nascentes e novos)* e *empreendedores estabelecidos*:

- (i) **Empreendedores nascentes** são aqueles envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.
- (ii) **Empreendedores novos** administram e são proprietários de um novo negócio que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três e menos de 42 meses.
- (iii) **Empreendedores estabelecidos** administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses.

Sendo assim, os empreendedores iniciais abrangem os nascentes e novos e representam aqueles proprietários de negócios que ainda não geraram remuneração por mais de 42 meses.

ANÁLISE DOS DADOS

A cultura empreendedora, medida através do questionamento se o indivíduo possui intenção ou não de empreender: é taxada como um ponto forte no Brasil, ou seja, identifica-se uma propensão às atividades empreendedoras, com o Brasil contendo a segunda maior taxa de afeição pelo empreendedorismo dentre os países apresentados na pesquisa.

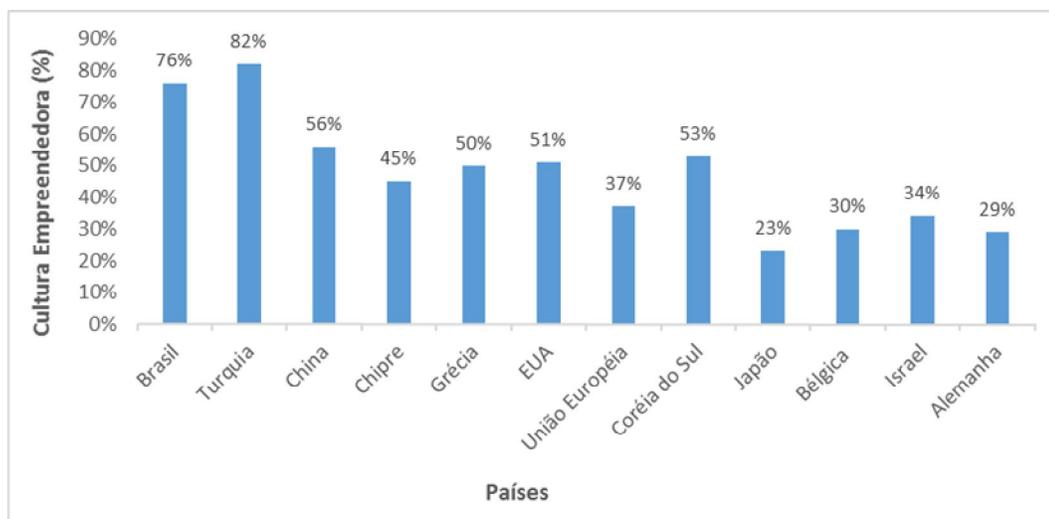


Gráfico 1 – CULTURA EMPREENDEDORA

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de ENDEAVOR BRASIL (2013).

O relatório GEM também contém análises quanto à mentalidade da população adulta brasileira em relação ao empreendedorismo e o grau de disposição para empreender. Em 2014, 55,5% da população respondeu positivamente quanto a perceber boas oportunidades para se iniciar um novo negócio, contra 50,2% em 2012 e 50% em 2013. Além disso, 50% das pessoas afirmaram possuir conhecimento, habilidade e experiência para empreender. Esses dados representam importante direcionamento para caracterização do empreendedorismo no país, mas apenas no âmbito de se ter pessoas interessadas em empreender, logo, não necessariamente convertendo em novas empresas (IBQP; SEBRAE, 2015).

O gráfico 2, abaixo, apresenta a taxa total de empreendedores (o somatório dos empreendedores iniciais e empreendedores estabelecidos) em relação a população total. Observa-se um importante aumento do número de empreendedores no país.

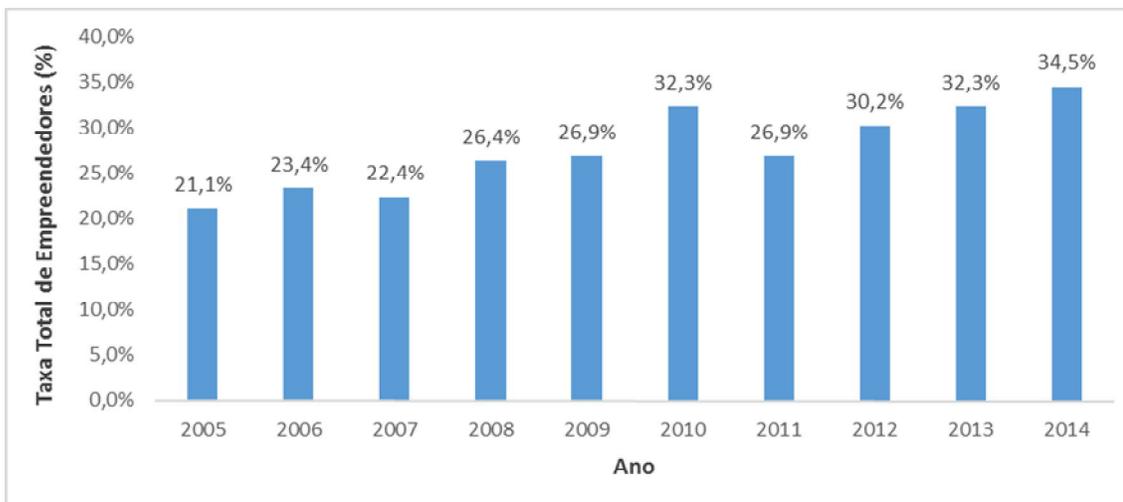


GRÁFICO 2 – TAXA TOTAL DE EMPREENDEDORES (%)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de GEM (2015).

Percebe-se que desde o ano de 2011, há uma tendência de crescimento da taxa, fator que representa o empreendedorismo como fundamental ao país. O percentual atual de 34,5% é o maior registrado dos últimos dez anos e enfatiza o aumento da opção da população por empreender. Essa taxa sugere que existam cerca de 45 milhões de empreendedores no país (IBQP; SEBRAE, 2015).

Para melhor desdobrar esse dado, é válido então verificar a composição de acordo as taxas de empreendedores iniciais – que considera tanto os empreendedores novos quanto os nascentes – e estabelecidos, os quais se referem aqueles com mais de 42 meses de negócio e que já promovem a remuneração dos funcionários. O gráfico 3 apresenta essa composição.

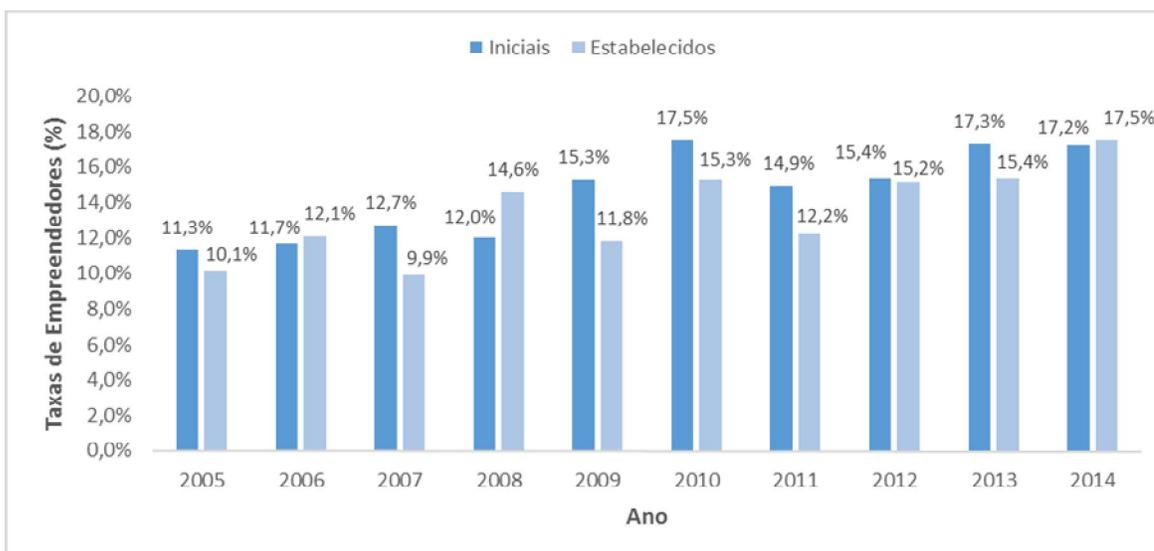


GRÁFICO 3 – TAXAS DE EMPREENDEDORES INICIAIS E ESTABELECIDOS (%)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de GEM (2015).

Pela maioria dos anos, a taxa de empreendedores iniciais possuía maior representatividade na composição do total, mas em 2014, apesar do número similar de ambas as taxas, percebe-se um aumento da taxa de empreendedores estabelecidos – de 2,1 pontos percentuais entre 2013 e 2014 -, sendo ela então a maior responsável pela tendência de crescimento na taxa de empreendedores total, além de, devido a representar negócios de mais de 42 meses, ser um bom indicativo para a sobrevivência das organizações que vem sendo constituídas pelos brasileiros.

Ao analisar a base de dados acerca dos 69 países pesquisados (GEM, 2015), pode-se dizer que os países com maior taxa de empreendedores iniciais são respectivamente: Camarões, Uganda, Botswana, Equador e Peru. O Brasil está na 17ª posição dessa lista, a frente de países como a China (22ª) e, outros como os EUA (27ª), Reino Unido (37ª), Dinamarca (61ª), França (64ª), Alemanha (65ª) e Japão (68ª). Dessa forma, verifica-se que países menos desenvolvidos socioeconomicamente, lideram o ranking referente a taxas de empreendedores iniciais, enquanto outros mais desenvolvidos lideram os empreendimentos estabelecidos.

Voltando ao caso brasileiro, é interessante notar as variações quanto as taxas de empreendedores novos e nascentes, conforme apresentado no gráfico 4.

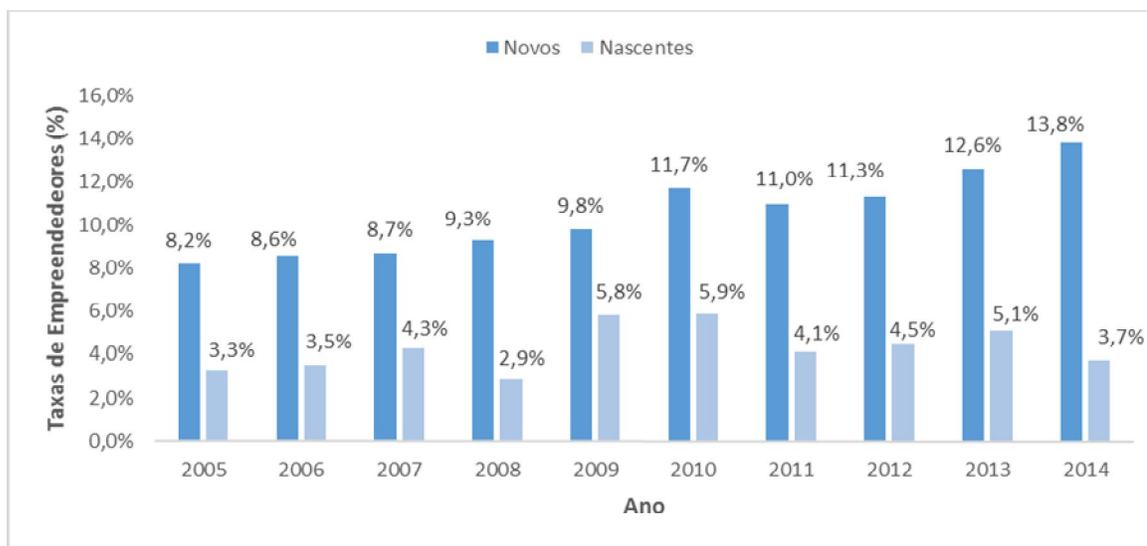


GRÁFICO 4 – TAXAS DE EMPREENDEDORES NOVOS E NASCENTES (%)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de GEM (2015).

Identifica-se que a taxa de empreendedores novos é a qual predominantemente representa os empreendedores iniciais, vide ao fato de serem mais de 70% do total da taxa de

empreendedores iniciais. Como os nascentes são os próximos a se tornarem empreendedores estabelecidos caso consigam manter seus negócios em operação, esse dado reforça a perspectiva de crescimento associada ao apresentado no gráfico 3 e, conseqüentemente, ao total de empreendedores.

Sobre a constituição de mais empreendedores em estágio inicial no Brasil, vale ressaltar também a figura do Microempreendedor Individual (MEI), que representa um importante avanço em gerar novas oportunidades para que os indivíduos possam se legalizar como empresários, desde que tenham um faturamento de no máximo R\$ 60.000,00 por ano e não participe de outra empresa como sócio ou titular (PORTAR DO EMPREENDEDOR, 2015).

Criada a partir da Lei Complementar no 128, de 19 de dezembro de 2008, a figura do “microempreendedor individual” (MEI) foi concebida no cerne de uma política pública de inclusão à formalidade de milhares de autônomos e microempreendedores informais, que habitam principalmente o espaço urbano brasileiro (IPEA, 2013: 33).

Pelos dados coletados no Portal do Empreendedor, ferramenta na qual os microempreendedores podem ser inscritos e obter diversas informações sobre a categoria, pode-se compreender a magnitude da constituição do MEI, com dados a partir do início dos cadastros em julho de 2009.

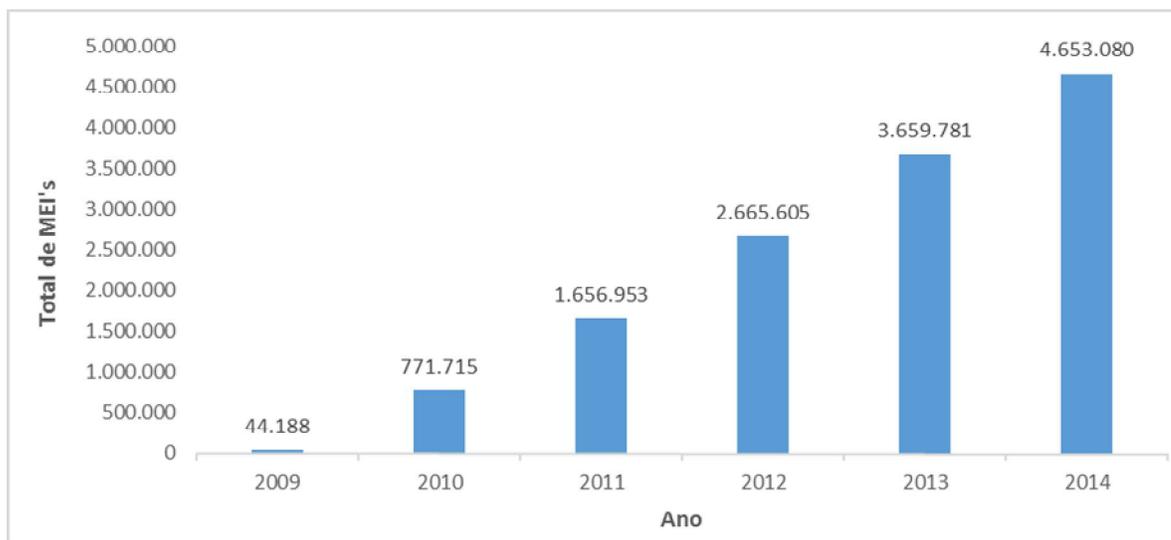


GRÁFICO 5 – EVOLUÇÃO DA QUANTIDADE DE MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do Portal do Empreendedor (2015).

Percebe-se então um crescimento gradativo na quantidade de MEI's a partir do aumento da aceitação das pessoas pela opção de se legalizar e os direcionamentos das administrações públicas, sendo que ao se tomar como referência do ano de 2010 até 2014, o aumento verificado é de quase 603%, ressaltando a eficiência da política,

Segundo Corseuil, Neri e Ulyssea (2013) há dois efeitos positivos da política de criação dos microempreendedores individuais. O primeiro diz respeito ao aumento da formalização dos trabalhadores por conta própria. O segundo efeito – também positivo – refere-se à reinserção dos desempregados no mundo formal. Trabalhadores desempregados e inativos vêm recorrendo ao programa para viabilizarem uma ocupação. Por testes econométricos realizados, os autores parecem confirmar os movimentos citados. A introdução da figura do MEI aumentou a probabilidade de os empreendedores informais se formalizarem, aumentou as chances de empregados informais se tornarem empreendedores formais e, talvez num efeito não tão desejável, aumentou a probabilidade de empregados formais se tornarem empreendedores formais (IPEA, 2013: 35).

Dessa forma, os microempreendedores são recém empreendedores que podem ter seu número cada vez mais aumentado ao ter como foco os objetivos tais quais a formalização dos trabalhadores por conta própria e formalização de atividades.

Continuando com os pontos identificados pela pesquisa do GEM, um segundo assunto que é de suma importância para o entendimento do perfil do empreendedor nacional está na motivação sob a qual eles empreendem. Essa motivação é avaliada quanto ao indivíduo empreender *por necessidade*, como constituir um negócio por precisar de remuneração, ou *por oportunidade*, ao ter identificado uma oportunidade no mercado e resolvido aproveitá-la para abrir uma empresa, sendo essa uma perspectiva relacionada ao empreendedor ser aquele que procura detectar e criar novas oportunidades econômicas (WEENEKERS; THURIK, 1999), além de buscar continuamente aprender quanto a novas oportunidades de negócios (FILION, 1999).

Dessa forma, o gráfico 6 a seguir apresenta a motivação em relação aos empreendedores que compõem a taxa de empreendedores iniciais do país, logo, os percentuais são em proporção ao respondido pela quantidade de empreendedores iniciais. A seguir serão apresentados os dados referentes a ter as oportunidades como motivação, pois atualmente no Brasil há a razão de que a cada empreendedor que tem a necessidade como motivação, há

cerca de 2,4 que tem a oportunidade (IBQP; SEBRAE, 2015). Assim, é mais relevante para ser analisada.

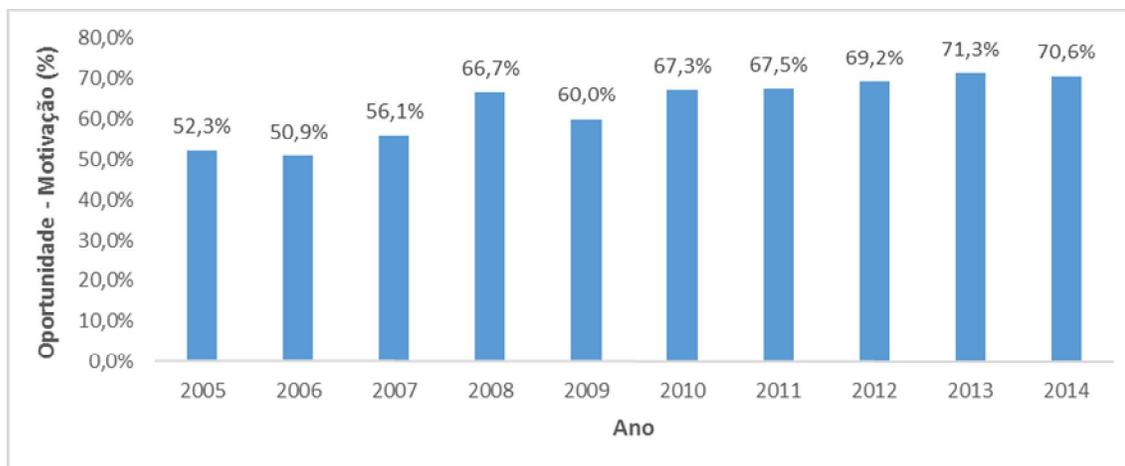


GRÁFICO 6–TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS: OPORTUNIDADE COMO MOTIVAÇÃO (%)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de IBQP; SEBRAE (2015).

Percebe-se que mais de 70% dos empreendedores decidem pela abertura de um negócio devido à identificação das oportunidades. Apesar de ser um percentual que vem variando pouco nos últimos cinco anos entre 67% e 72%, em 2006, tinha-se 50,9% como o percentual. Trata-se de um indicativo quanto ao brasileiro estar percebendo melhor as oportunidades para conseqüentemente empreender, o que caracteriza um bom sinal para melhores avanços futuros quanto à participação e atuação econômica do empreendedor.

Quanto ao gênero, percebe-se que a segmentação entre homens e mulheres que estão iniciando seus empreendimentos é bem balanceada, sendo que a quantidade de mulheres supera a de homens tanto em 2013 quanto em 2014.

TABELA 1 – % EMPREENDEDORES INICIAIS POR GÊNERO (2012 – 2014)

Gênero	2012	2013	2014
Masculino	50,4%	47,8%	48,8%
Feminino	49,6%	52,2%	51,2%

Fonte: IBQP; SEBRAE (2012, 2013, 2014, 2015).

Ocorre que ao considerar os empreendedores já estabelecidos, percebe-se que há ainda uma predominância de homens, como se pode ver na tabela 2, o que sugere que apenas mais recentemente as mulheres tem entrado no mercado como empreendedoras.

TABELA 2 – % EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS POR GÊNERO (2012 – 2014)

Gênero	2012	2013	2014
Masculino	56%	57,8%	54,9%
Feminino	44%	42,2%	45,1%

Fonte: IBQP; SEBRAE (2012, 2013, 2014, 2015).

Assim, mesmo com o aumento identificado na presença de empreendedores estabelecidos homens, a partir da tendência verificada quanto ao gênero nos empreendedores iniciais, pode-se esperar uma menor diferença em pontos percentuais entre homens e mulheres com o passar dos próximos anos.

Outros aspectos importantes de serem notados são quanto a faixa etária, nível de escolaridade e faixa de renda dos empreendedores iniciais. As tabelas a seguir apresentam dados de acordo com essas classificações:

TABELA 3 – % EMPREENDEDORES INICIAIS POR FAIXA ETÁRIA (2012 – 2014)

Faixa Etária	2012	2013	2014
18 – 24 anos	18,3%	17,1%	18,4%
25 – 34 anos	33,8%	33,1%	34,3%
35 – 44 anos	26,6%	25,8%	23,6%
45 – 54 anos	14,4%	17,1%	16,2%
55 – 64 anos	7,0%	7,0%	7,5%
TOTAL	100%	100%	100%

Fonte: IBQP; SEBRAE (2012, 2013, 2014, 2015).

De acordo com o que fica explicitado, em 2012, do total de empreendedores iniciais, a maioria (33,8%) tinham entre 25 e 34 anos, seguidos pelos empreendedores na faixa entre 34 e 44 anos (26,6%). Como é natural, acima de 45 anos diminui a decisão dos empreendedores de iniciarem seus próprios negócios, já que, a partir daí, a participação das pessoas nessa faixa

etária cai consideravelmente. Nota-se também que a participação relativa década faixa etária não muda significativamente no ano de 2-14.

TABELA 4 – % EMPREENDEDORES INICIAIS POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE (2012 – 2014)

Nível de Escolaridade	2012	2013	2014
Menor que segundo grau completo	28,9%	50,9%	49,7%
Segundo grau completo	36,9%	35,1%	42,2%
Maior que segundo grau completo	34,2%	14,0%	8,1%

Fonte: IBQP; SEBRAE (2012, 2013, 2014, 2015).

Com isso, pode-se, então, traçar o perfil do empreendedor brasileiro: é na maioria jovem, que tem nível de escolaridade anda sem curso superior, sendo que 49,7% não possui nem mesmo o segundo grau completo. Trata-se de um indivíduo que está participando de maneira ativa no mercado por meio de um empreendimento e, devido à estar na menor classificação quanto ao nível de escolaridade, deixa claro a necessária ação de políticas públicas (não necessariamente por parte do Estado), para o desenvolvimento e capacitação dessas pessoas, através de iniciativas diretas em prol do empreendedor e para o seu desenvolvimento, conseqüentemente, adquirindo melhores habilidades.

A pesquisa do GEM endossa o argumento de que o empreendedorismo faz a diferença para a prosperidade econômica e um país sem altas taxas de criação de novas empresas corre o risco da estagnação econômica. Nações que são capazes de renovar o estoque de empresas e têm a capacidade de acomodar a volatilidade e a turbulência no setor empresarial, estão em melhores condições de competir efetivamente (DOLABELA, 1999: 41).

3. COMENTÁRIOS FINAIS

O modelo de estudo do empreendedorismo passa pela compreensão do que o tema significa, além de qual o perfil do empreendedor e as conseqüências da organização de um empreendimento na diversidade do ambiente econômico.

O empreendedor é entendido como o indivíduo que pelos seus comportamentos e atitudes, é capaz de promover iniciativas que podem ser caracterizadas seja pela abertura de uma empresa, pró atividade no trabalho em uma organização ou, dentre outras, a promoção de uma inovação. Em todo caso, há um elemento comum que está no comportamento

diferenciado em identificar, buscar e aproveitar oportunidades econômicas, sendo, conseqüentemente, o que caracteriza a ação empreendedora.

Ocorre que pelas interpretações realizadas, entende-se que é preciso não apenas entender as diferentes formas de compreender o indivíduo empreendedor, como descrito no primeiro capítulo, nem só a importância da análise da performance e participação das empresas para avaliar resultados do empreendedorismo, como apresentado no segundo capítulo. Para determinar o que representa o empreendedorismo, é necessário estender a um nível mais abrangente no contexto econômico, destacando os grupos determinantes ou domínios do ecossistema empreendedor, os quais podem afetar diretamente a atividade empreendedora.

Essa transição em diferentes níveis ressalta a complexidade do empreendedorismo e talvez seja um dos motivos que explicam a dificuldade de definição dos domínios do campo acadêmico do empreendedorismo e até mesmo de uma aceitação plena sobre o que o tema pode significar, facilitando as diferentes interpretações por disciplina.

O brasileiro possui intenção em empreender, logo, os esforços precisam ser concentrados para elevar as oportunidades empreendedoras e capacitar as pessoas para aproveitá-las, daí a importância do suporte às micro e pequenas empresas e da melhoria do ambiente regulatório, sob o objetivo de promover mais indivíduos em status, por exemplo, de trabalhador informal para o de empreendedor.

Nesse contexto, o entendimento do empreendedorismo se apresenta como fator necessário e presente nas perspectivas relacionadas às políticas de desenvolvimento no Brasil, em busca de incentivar mais pessoas a exercem livremente suas habilidades e conhecimentos para empreender.

REFERÊNCIAS

ACS, Zoltan J; SZERB, László. The Global Entrepreneurship Index (Geindex): **Foundations and Trends In Entrepreneurship**, v. 5, n. 5, p. 341-435, 2009. Disponível em: <http://www.wiwi.uni-jena.de/Papers/jerp2009/wp_2009_028.pdf>. Acesso em: 02 de nov. 2015.

BAUMOL, William J. Entrepreneurship in economic theory. **The American Economic Review**, v. 58, p. 64-71, mai. 1968. Disponível em: <<http://www-jstor-org.ez43.periodicos.capes.gov.br/stable/1831798>>. Acesso em: 10 de nov. 2015.

_____. Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds. **Journal of Business Venturing**, v. 8, p. 197-210, mai. 1993. Disponível em: <<http://www-sciencedirect-com/science/article/pii/0883902693900273>>. Acesso em 25 de out. 2015.

BRUYAT, Christian; JULIEN, Pierre A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, p. 165-180, mar. 2001. Disponível em: <<http://www-sciencedirect-com/science/article/pii/S0883902699000439>>. Acesso em 04 de nov. 2015.

BULL, Ivan; WILLARD, Gary E. Towards a theory of entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 8, p. 183-195, mai. 1993. Disponível em: <<http://www-sciencedirect-com/science/article/pii/0883902693900262>>. Acesso em 04 de dez. 2015.

CASSON, Mark. **The entrepreneur an economic theory**. 2nd ed. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2003. Disponível em: <<http://www.vietnamica.net/op/wp-content/uploads/2010/09/The-Entrepreneur-An-Economic-Theory.pdf>>. Acesso em: 9 de dez. 2015.

DAVIDSON, Per. **Research entrepreneurship**. Nova Iorque: Springer, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor prática e princípios**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

ENDEAVOR BRASIL. **Relatório – Observatório do Empreendedorismo**. São Paulo, 2013. Disponível em <http://arquivos.endeavor.org.br/Observatorio_do_Empreendedorismo_relatorio_2013.pdf>. Acesso em 28 de dez. 2015.

FILION, Louis Jacques. From Entrepreneurship to Entreprenology. **Journal of Enterprising Culture**, vol. 6, n. 1, p. 1-23, mar. 1998. Disponível em: <http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/97-05_entreprenology.pdf>. Acesso em: 3 de nov. 2015.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 14, n. 2, p. 5-28, abr. 1999. Disponível em: <www.rausp.br/download.asp?file=3402005.pdf>. Acesso em: 3 de set. 2015.

GARTNER, William B. ‘What are we talking about when we talk about entrepreneurship?’. **Journal of Business Venturing**, v. 5, p. 15-28, jan. 1990. Disponível em: <<http://www-sciencedirect-com/science/article/pii/088390269090023M>>. Acesso em 03 de nov. 2015.

_____. “Who is the entrepreneur?” Is the wrong question. **Entrepreneurship: theory and practice**, v. 12, p. 47-68, 1988. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.371.5038&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em 25 de dez. 2015.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **GEM Key Indicators**. London Business School, 2015. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/data/key-indicators>>. Acesso em 23 de set. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E COMPETITIVIDADE; SEBRAE. **GEM, Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**.

Desafio Online, Campo Grande, v.5, n. 1, art.3, Jan./Abr. 2017. www.desafioonline.ufms.br

Vários anos. Curitiba: IBQP; Sebrae, 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relato301rio%20Executivo%20GEM%20Brasil%202011.pdf>>. Acesso em 20 de nov. 2015.

IPEA. Radar tecnologia, produção e comércio exterior / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Diretoria de Estudos e Políticas Setoriais, de Inovação, Regulação e Infra-estrutura. **IPEA, n. 25.** Brasília: Ipea, out. 2013.

OECD. **Entrepreneurship at a glance 2013.** Paris, 2013. Disponível em: <<http://www.seecel.hr/UserDocsImages/Entrepreneurship%20at%20a%20Glance%202013.pdf>>. Acesso em 20 de out. 2015.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Portal do Empreendedor - MEI.** Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em 20 de out. 2015.

SARFATI, Gilberto. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 47, p. 25-48, jan/fev. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003476122013000100002&script=sci_arttext>. Acesso em 02 de dez. 2015.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** (M. S. Possas, Trad.). São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, v. 25, p. 217-226, jan. 2000. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/259271>>. Acesso em 12 de out. 2015.

VENKATARAMAN, Sankaran. The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. In: KATZ, Jerome; BROCKHAUS (Org.). **Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth**, v. 3, p. 119-138. Greenwich, CT: JAI Press Inc, 1997. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/228316384_The_Distinctive_Domain_of_Entrepreneurship_Research>. Acesso em 12 de dez. 2015.

WENNEKERS, Sander; THURIK, Roy. Linking entrepreneurship and economic growth. **Small Business Economics**, v. 13(1), p. 27-55, ago. 1999. Disponível em: <https://noppa.lut.fi/noppa/opintojakso/a365a0400/harjoitukset/wennekers__thurik1999.pdf>. Acesso em 20 de nov. de 2015.