

# Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências

*Magali Geovana Ramlow Campelli<sup>1</sup>*

*Nelson Casarotto Filho<sup>2</sup>*

*Myriam Eugênia Ramalho Prata Barbejat<sup>3</sup>*

*Gilberto de Oliveira Moritz<sup>4</sup>*

## Resumo

Este artigo apresenta as tendências do empreendedorismo no Brasil. Neste trabalho são destacadas as iniciativas adotadas no País com enfoque para a avaliação dos resultados produzidos pelo programa Empretec e o desempenho apontado pelos relatórios do Global Entrepreneurship Monitor – GEM. Temas recentes também são introduzidos no cenário atual, tais como, o empreendedorismo social e o educacional.

**Palavras-chave:** Empretec. Global Entrepreneurship Monitor – GEM. Empreendedorismo social. Empreendedorismo educacional.

## I. Introdução

O presente artigo tem por objetivo, em um primeiro momento, apresentar os conceitos e características comportamentais do empreendedor e os fatores que devem ser monitorados a sua volta para a conquista do sucesso no ambiente dos negócios.

---

<sup>1</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Auditora Interna do Poder Executivo do Estado de Santa Catarina. End.: Avenida Rubens de Arruda Ramos, 1082 – Centro, Florianópolis – SC. CEP: 88015-700 – Brasil. E-mail: magalicampelli@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Professor do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina End.: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Campus Universitário, CTC/EPS – Trindade, Florianópolis – SC. CEP: 88040-970 – Brasil. E-mail: casarotto@deps.ufsc.br.

<sup>3</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Professora do Departamento em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. End.: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Campus Universitário, CTC/EPS – Trindade, Florianópolis – SC. CEP: 88040-970 – Brasil. E-mail: mybarbejat@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professor Titular do Departamento de Ciências da Administração da UFSC. End.: Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico, Departamento de Ciências da Administração, Campus Universitário – Trindade, Florianópolis – SC. CEP: 88040-900 – Brasil. E-mail: gomoritz@cse.ufsc.br.

Artigo recebido em: 04/05/2010. Aceito em: 08/11/2010. Membro do Corpo Editorial Científico responsável pelo processo editorial: Emerson Antonio Maccari.



Esta obra está sob a Licença Creative Commons Atribuição-Uso.

Em um segundo momento serão abordadas as metodologias e critérios de avaliação para micro e pequenas empresas, tempo de vida dos empreendimentos e principais resultados apontados pelo programa Empretec e pelos relatórios do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, uma pesquisa que vem sendo realizada no Brasil desde 1999.

No terceiro momento este artigo aborda o empreendedorismo social, conceito este que se apresenta em desenvolvimento, apontando as diferenças entre uma gestão social tradicional e uma empreendedora.

E, por último, merece destaque o tema empreendedorismo educacional, uma disciplina que está sendo desenvolvida pelas universidades e escolas em parceria com algumas instituições, como por exemplo, com o Sebrae, para capacitar os futuros empreendedores para enfrentarem o competitivo mercado de trabalho.

## 2. Empreendedor: conceitos e características

Antes de abordar o conceito de empreendedor, mister se faz abordar o termo empreendedorismo assim definido como

[...] 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 (DORNELAS, 2001, p. 37).

Ao se abordar o tema empreendedorismo, a primeira referência deve ser feita a Jean-Baptiste Say (1767-1832), industrial e economista francês, autor da Lei dos Mercados ou Lei de Say – segundo a qual a produção criaria a sua própria demanda, impossibilitando uma crise geral da superprodução (SILVA; DUTRA, 2004).

O empreendedor é aquele que visualiza oportunidade em que poucos a enxergam, antecipando-se aos sinais de novas tendências (ROQUE, 2010). Para (1961), o empreendedor é o indivíduo que destrói a ordem econômica existente ao criar novas formas de organização, ao explorar novos recursos materiais ou ao introduzir novos produtos e serviços.

Coube a Drucker (2002, p. 45) qualificar os empreendedores como pessoas que inovam. Para ele,

[...] a mudança sempre proporciona a oportunidade para o novo e o diferente. A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social.

Seguindo a proposição de Drucker, autores como Motta e Trevisan (2004) sustentam que a inovação sistemática consiste basicamente no monitoramento de sete fontes para uma oportunidade inovadora. As primeiras quatro fontes são internas e visíveis: o inesperado (sucesso, fracasso ou evento externo); a incongruência (entre o real e o ideal); a inovação baseada na necessidade do processo e, por fim, as mudanças na estrutura do setor industrial ou do mercado. As outras três fontes são externas, a saber: as mudanças demográficas (populacionais); as mudanças de percepção, disposição e significado e, também, o conhecimento novo, científico ou não.

Todas as fontes requerem análises detalhadas, tendo em vista as particularidades de cada uma delas. As inovações importantes têm tanta probabilidade de surgir a partir de uma análise de sintomas de mudança, como de surgir da aplicação do conhecimento novo resultante de uma grande descoberta científica. Porém, a sequência em que as fontes serão discutidas não é arbitrária, e sim dispostas em uma ordem crescente de confiabilidade e previsibilidade, pois o conhecimento novo não é a fonte mais confiável e previsível de inovações bem-sucedidas (MOTTA; TREVISAN, 2004).

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente (DRUCKER, 1987). Por outro lado, Lezana e Tonelli (1998) afirmam que o “[...] conhecimento representa aquilo que as pessoas sabem a respeito de si mesmas e sobre o ambiente que as rodeia [...]”, sendo este um conceito-chave quando se trata de fomentar a inovação em ambientes competitivos, como os que se verificam na sociedade da informação.

Nesse sentido, os fatores estratégicos que proporcionam o sucesso de um empreendimento poderiam ser agrupados nos seguintes tópicos: capacidade de reunir uma equipe, capacidade de trabalhar em conjunto, obstina-

ção, volume de trabalho e, sobretudo, compreensão madura sobre o que vem a ser criatividade (URIARTE, 2000).

Por sua vez, De Ré (2000) sustenta que as características predominantes do empreendedor dependem dos fatores de negócios e do processo comportamental do empreendedor. Por outro lado, a autora identifica a existência de características presentes em personalidades empreendedoras independentemente do ramo de atuação, e que as atitudes dos empreendedores se modificam em momentos diferentes na administração da empresa. Para a autora é possível capturar a incerteza e a complexidade presentes nas características dos indivíduos empreendedores.

Lezana *et al.* (1996), nesse sentido, entendem que o processo comportamental abrange várias etapas, entre as quais destacam o evento, a percepção, o estímulo, a motivação, a geração de alternativas, a decisão e a resposta. Morales (2004), em seu estudo sobre a relação entre competências e tipos psicológicos junguianos mostra que enquanto a teoria dos tipos psicológicos junguianos trata de prever como as pessoas tendem a se comportar, o modelo de competências empreendedoras de Cooley aponta para comportamentos relacionados ao sucesso empresarial. Ao final ele concluiu que os empreendedores não podem ser diferenciados das demais pessoas por traços constitucionais, mas por traços moldados pelo ambiente.

Pensando no indivíduo que pretende ingressar no universo do empreendedorismo, Leite (1999) alinhava alguns procedimentos prévios, que buscam orientar o sujeito na nova atividade. O primeiro dos procedimentos é com relação ao manejo e ao conhecimento mínimo de equipamentos e programas computadorizados, sem o que dificilmente será possível obter dados e informações necessárias ao negócio almejado. É necessário, de igual forma, o domínio de alguns princípios básicos de administração, em especial quando o projeto é de pequeno porte, envolvendo o mínimo de funcionários. O conhecimento geral e contextualizado da área ou atividade em que pretende investir é um requisito fundamental, visto que as mudanças se processam com velocidade inimaginável e o empreendedor deve estar apto a enfrentar cenários de mudanças. Sem perder o senso crítico, ele deve assumir uma postura otimista em relação ao mercado e aos negócios, como demonstração de confiança em suas habilidades, que são, em suma, direcionadas para a realização de algo que, efetivamente, lhe é familiar e prazeroso.

Os capítulos seguintes abordam o desempenho do programa Empretec no Brasil e os resultados produzidos pela pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor – GEM nestes últimos dez anos, com destaque es-

pecial, para o Brasil. Destaca-se que este estudo não pretende esgotar o assunto. Menciona-se o fato de que há outros programas e relatórios implantados neste país, como por exemplo, os programas de incubadoras da Associação Nacional Promotora de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – ANPROTEC, que ficam como recomendação para futuras abordagens. Na sequência serão abordadas a evolução do empreendedorismo social e a educacional no Brasil.

### 3. Empretec

De acordo com Sebrae (2010), o Empretec é um programa destinado a estimular o desenvolvimento de empresários, mediante o reforço de características comportamentais, no qual teve como inspiração os estudos realizados pelo psicólogo David McClelland da Universidade de Harvard (EUA), na década de 1960.

McClelland (1961) identificou nos empresários bem-sucedidos um elemento psicológico marcante denominado por ele próprio de “motivação da realização” ou “impulso para melhorar”. Diante dessa constatação, ele começou a desenvolver o treinamento da motivação para a realização com o objetivo de melhorar essa característica e torná-la aplicável no ambiente empresarial. Essa proposta foi aplicada até o final dos anos de 1970 em mais de 40 países, apresentando resultados positivos na criação e ampliação de empresas, no entanto, sofreu algumas críticas por estar demasiadamente centrada no pensamento ocidental.

Em contraponto às críticas, em 1982, a empresa de consultoria de McClelland, a McBeer & Company, a Agência para o Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos (USAID) e a Management Systems International (MSI) iniciaram um projeto para estudos mais abrangentes do comportamento, em 34 países, a fim de criar meios mais eficazes de seleção e desenvolvimento de empreendedores. O resultado do estudo identificou as dez características do comportamento empreendedor, comuns a empresários bem-sucedidos em diferentes contextos culturais (VIDAL; SANTOS, 2003). Em 1985, na Inglaterra, ocorreu a apresentação de um programa experimental de capacitação para instrutores.

A configuração definitiva do método absorveu mais três anos de estudos e o lançamento oficial do Empretec ocorreu em 1988, na Argentina.

Em seguida esse programa foi implantado no Chile, Uruguai, Venezuela, Gana, Nigéria, Zimbabwe e Brasil (SEBRAE, 2001).

No Brasil, a aplicação da metodologia do Empretec começou a partir da assinatura do Projeto Empretec (Projeto BRA/89/014), fruto da parceria entre o Sebrae, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e o Governo Brasileiro, por meio da Agência Brasileira de Cooperação do Ministério das Relações Exteriores. A implantação dessa metodologia foi assegurada pela execução posterior de mais dois novos projetos denominados Capacitação de Empresários – Programa Empretec II (BRA/92/013) e Desenvolvimento de Micro e Pequenas Empresas – Sebrae/Empretec (BRA/96/009), no qual vieram a ser complementados pela execução do Projeto Empretec – Nova Fase (BRA/00/032) (SEBRAE, 2003).

Essa metodologia tem como objetivo principal a familiarização das características comportamentais inerentes aos empreendedores, conforme sugerido nas teorias de McClelland e que são traduzidas em número de dez: 1) busca de oportunidades e iniciativa; 2) correr riscos calculados; 3) exigência de qualidade e eficiência; 4) persistência; 5) comprometimento; 6) estabelecimento de metas; 7) planejamento e monitoramento sistemáticos; 8) busca de informações; 9) persuasão e rede de contatos; 10) independência e autoconfiança.

A eficácia do Empretec, segundo o Sebrae (2003) pode ser demonstrada por alguns indicadores de impacto, a saber: a) mortalidade das empresas – no 1º ano de operação, caiu de 46% (média brasileira medida pelo IBGE) para 7%; b) empreendedores – dos que fazem o Empretec, 83% empreendem por detectar uma oportunidade de mercado, 17% o fazem por necessidade, já que na média brasileira, 43% empreendem por perceber uma oportunidade e 57% o fazem por necessidade; c) geração de postos de trabalho – aumenta, em média, 31% em 71% das empresas; d) crescimento médio entre os empresários que fazem o Empretec – 63% em 75% dos pesquisados; e) lucro líquido – entre as empresas pesquisadas cujos empreendedores fizeram o Empretec, houve um aumento de 51% no lucro líquido; f) plano de negócios – antes de fazer o Empretec, apenas 7% dos empreendedores tinham plano de negócios. Após o seminário essa média sobe para 31%.

## 4. Global Entrepreneurship Monitor – GEM

O Global Entrepreneurship Monitor – GEM é uma pesquisa internacional liderada pela London Business School e o Babson College (EUA) com o objetivo de avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis que permitem a identificação de fatores críticos que contribuem ou inibem a atividade empreendedora. O estudo teve início em 1999 e envolveu, até hoje, mais de 60 países de todos os continentes de diversos graus de desenvolvimento econômico e social. Atualmente é a investigação de maior escopo nesta área. Seus relatórios, sumários e estudos derivados contribuem para o estabelecimento de uma nova linguagem do empreendedorismo. Terminologias antes desconhecidas, tais como, “empreendedor por necessidade”, aqueles motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda ou “empreendedores por oportunidade”, aqueles motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial, passam a fazer parte de uma espécie de senso comum do tema. Este estudo atesta a consolidação da pesquisa no Brasil e o alargamento da frequência com que formuladores de políticas e tomadores de decisão, públicos e privados, colocam demandas à equipe no momento de agir em prol do desenvolvimento dos negócios. Tal aumento de interesse também se verifica entre estudiosos do empreendedorismo.

De acordo com a última publicação registrada no GEM 2009, a atividade empreendedora no Brasil, no período de 2001 a 2008, caracterizou-se por período de estabilidade. A taxa de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) é uma das principais medidas que representa a proporção de pessoas, entre 18 e 64 anos de idade, envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, com menos de 42 meses de existência. Nesse período, a TEA média, ficou em torno de 13%. Em 2009, deu um salto para 15,3%. No que tange aos empreendedores estabelecidos (aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses de vida), o Brasil apresentou uma taxa de 11,8%. Contudo, há que se verificar continuamente essa taxa nos próximos anos, a fim de verificar seu comportamento. No *ranking* mundial em 2009, apesar do crescimento da TEA, o Brasil caiu da 13ª posição, em 2008, para a 14ª, em 2009 (IBQP, 2010).

Conforme os resultados do GEM 2005, a mentalidade empreendedora é um aspecto francamente favorável no Brasil. Os empreendedores iniciais são mais otimistas: praticamente 55% deles afirmam perceber boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem nos próximos seis meses. Independentemente de os brasileiros estarem ou não envolvidos com negócios e, apesar das crises, eles são confiantes e enxergam boas oportunidades para empreender. Entre as várias razões que podem explicar esse comportamento, está o fato de o Brasil ser um País jovem cuja sociedade está sendo construída com muitas necessidades por satisfazer. Isso significa dizer que mesmo com crise há brechas para empreender. Sob a ótica dos empreendedores iniciais e estabelecidos, a pesquisa revelou algumas condições que afetam a atividade do empreendedorismo no Brasil: a principal dificuldade apontada por esses empreendedores refere-se ao clima econômico do País, com respectivamente 14% e 15% das menções. A quase totalidade delas refere-se à falta de dinheiro. O segundo fator refere-se às políticas governamentais, com 11% das citações para as duas categorias de empreendedores. O terceiro fator difere entre as duas categorias: para os iniciais é o acesso à infraestrutura física, com cerca de 9% das menções, para os estabelecidos, com cerca de 7% das menções, é a abertura de mercado, sobretudo no que diz respeito à dificuldade de conquistar clientes para seus produtos. Na outra ponta, sob a ótica dos especialistas brasileiros em empreendedorismo, no período de 2000 a 2004, as principais dificuldades relatadas acerca das barreiras ao desenvolvimento dos negócios referem-se à falta de apoio financeiro e às políticas governamentais, com empate técnico em 20% das menções, seguida dos fatores de educação e treinamento, com 16% das menções (IBQP, 2006)

## 5. Empreendedorismo Social

No entendimento de Abramovay *et al.* (2003), o empreendedorismo somente se reforça na medida em que os indivíduos, as famílias, as organizações associativas e o setor empresarial tornam-se sujeitos da construção de um novo ambiente, em que as iniciativas das pessoas sejam valorizadas, assim como seus laços de confiança sejam reforçados, provocando a redução dos custos dos negócios que, em última análise, são os responsáveis pela exclusão das camadas mais pobres da população aos mercados.

No relatório produzido para a CEPAL, Abramovay *et al.* (2003) defendem que o empreendedorismo é uma virtude social que pode ser valorizada por políticas públicas, visando à inserção dos pobres em diferentes mercados. Para tanto, conforme apontado pelo IBGE, alguns obstáculos são enfrentados pelos empreendedores, dentre eles, as dificuldades pela falta de clientes, a concorrência acirrada e a falta de capital e de crédito.

Conforme Oliveira (2004), o empreendedorismo social surge da constatação do crescimento das organizações do terceiro setor, da diminuição do investimento público na questão social e da participação crescente das empresas no campo social. Para ele, é necessário distinguir a prática do empreendedorismo empresarial da prática do empreendedorismo social, na medida em que o primeiro é individual e o segundo coletivo; um produz bens e serviços e o outro produz bens e serviços à comunidade. O empresarial tem o foco no mercado e o social tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais. Enquanto o primeiro utiliza o lucro como medida de desempenho, a medida de desempenho do social é o impacto provocado na sociedade. Por fim, enquanto o empreendedorismo empresarial visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio, o empreendedorismo social visa a respeitar pessoas da situação de risco social e a promovê-las.

Existem diferenças entre o empreendedorismo social e a responsabilidade social empresarial, na medida em que o empreendedorismo social atua mais na geração de ações que causem o impacto local – não restrito a causas específicas e focadas, como é o caso da responsabilidade social empresarial – e tem como objetivo o resultado coletivo, diferentemente do empreendedorismo privado. Também apresenta um novo paradigma metodológico, na busca da auto-organização social. Tais fatores e constatações apontam para um novo momento em que os problemas sociais passam a ser uma causa comum a todos, o que requer novas formas de agir, pensar e abraçar as alternativas postas neste presente tempo (OLIVEIRA, 2004).

As características próprias do empreendedorismo social, segundo Silva e Dutra (2004) seriam: a) adoção de uma orientação (ou missão) voltada para a criação e manutenção do valor social (diferentemente do valor econômico); b) identificação e o firme diligenciamento na procura de novas oportunidades de empreendimentos que viabilizem a consecução da missão da organização; c) engajamento no processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo; d) ação corajosa em face da limitação de recursos com que se

defrontam geralmente as organizações do Terceiro Setor; e) demonstração de um elevado senso de responsabilidade cívica para com os segmentos de público com os quais a organização está envolvida e a consequente sustentabilidade dos resultados obtidos.

Os empreendimentos orientados para o social e sem fins lucrativos foram alvo de investigação, pela primeira vez, em 2004, pelo GEM Brasil. Por meio dessa investigação, foi obtida a taxa de Atividade do Empreendedorismo Social (*Social Entrepreneurship Activity – SEA*), colocando o Brasil, juntamente com o Reino Unido, como um dos primeiros países participantes do *GEM Consortium* a realizar estudos nesta vertente do empreendedorismo. Da pesquisa constatou-se que os empreendimentos sociais são conduzidos por indivíduos com pelo menos o Ensino Médio completo. Isso representa 75% contra 45%, se comparado com os indivíduos que conduzem o empreendedorismo convencional. O incremento do empreendedorismo social, no Brasil, depende da redução do empreendedorismo por necessidade, bem como da melhoria das condições da educação formal. Isso implica na implementação de eficientes políticas e programas governamentais (IBQ, 2005).

## 6. Empreendedorismo Educacional

A educação empreendedora é uma metodologia que, embora em construção, vem sendo utilizada com sucesso no Brasil e no exterior, pois se apresenta como uma metodologia alternativa para o ensino de Administração. Tal metodologia tem por objetivo expor os estudantes a experiências empreendedoras, em situações e ambientes propícios e desenvolver no ser humano um conjunto equilibrado de competências econômicas (forma material de sobrevivência) e competências sociais (forma qualitativa de vida), aumentando, conseqüentemente, as possibilidades de integração do país no mundo do conhecimento e do trabalho (OTTOBONI, 2003).

Uma instituição de ensino empreendedora não é somente aquela que incluiu em seu projeto pedagógico disciplinas ou cursos de empreendedorismo, mas, sobretudo, aquela que adota como instituição, um novo paradigma educacional, tornando-se, ela mesma, uma instituição empreendedora.

De acordo com o relatório GEM 2008, a primeira iniciativa de ensino relacionada ao empreendedorismo, no Brasil, surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo com um curso de Especialização em Administração. Em 1984, o conteúdo do referido curso foi estendido para a graduação, por meio da disciplina Criação de Negócios – Formação de Empreendedores. Naquele ano, outras disciplinas relacionadas ao tema, foram oferecidas na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – USP e no Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Essas ações convalidaram a educação empreendedora, em um primeiro momento, no ensino de nível superior, nas escolas de administração (IBQ, 2009b).

As instituições de ensino desempenham papel fundamental em uma sociedade cuja principal base material de produção é a informação e o conhecimento. O novo paradigma educacional, portanto, situa as instituições de ensino superior como um local privilegiado do saber, da liberdade acadêmica e da inteligência, em que o conviver com a pesquisa na fronteira do conhecimento traz uma considerável contribuição para se desenvolver o raciocínio independente, criativo e inovador. É no contexto dessa nova sociedade que as instituições de ensino superior deverão propiciar a ampliação democrática do acesso ao conhecimento, como também à sua geração e difusão, de forma que as necessidades educacionais da população sejam devidamente ampliadas, e que haja um maior equilíbrio entre a vocação tecnológica e a vocação humanística (VASCONCELOS; FELÍCIO Jr., 2003).

Para esses autores, na medida em que as Instituições de Ensino Superior – IES adotem o novo paradigma, poderão proporcionar qualificação de alto nível para as pessoas interessadas em atuar em atividades que envolvam a cultura empreendedora. Uma IES empreendedora possui a capacidade de sempre estar inserida na dinâmica de mudança, estruturando conhecimento e transformando competência em capacidades empreendedoras. Assim é que a universidade empreendedora assume seu papel fundamental em uma sociedade globalizada em constante transformação.

De acordo com o relatório GEM 2000 (IBQP, 2001), o sistema de ensino, no Brasil, ainda é insuficiente em relação ao conteúdo e metodologia adotados nas questões do empreendedorismo. Os programas curriculares estão distantes da realidade do mercado de trabalho induzindo as empresas a desenvolverem soluções próprias e não estabelecendo o diálogo necessá-

rio para o avanço do ensino e da pesquisa acadêmicos. Há um hiato na escola na formação do aluno. O estudante tem o papel de agente passivo e não de empreendedor no processo de acumulação do conhecimento.

E, ainda, o relatório GEM 2001 (IBQP, 2002) reforça que os conteúdos dos programas de ensino e as abordagens pedagógicas adotadas pelas escolas e universidades necessitam de uma revisão profunda na formação de uma cultura empreendedora, assegurando a integração com as demais disciplinas, independente da área de conhecimento tratada. Nesse contexto, deve-se buscar uma integração mais eficiente entre as universidades, as instituições de capacitação e atualização profissional em que atua o empreendedor.

Dentre as sugestões e recomendações feitas pelos especialistas consultados no relatório GEM 2002 (IBQP, 2003), destaca-se o reforço e disseminação de uma cultura empreendedora, pelas escolas de primeiro e segundo graus, pelas universidades e institutos de tecnologia, além da divulgação de histórias de sucesso pelos meios de comunicação e da valorização de empreendedores bem-sucedidos para a criação de novos negócios.

O Brasil ainda não atingiu, tanto em quantidade quanto em qualidade, os mesmos níveis educacionais das nações de maior desenvolvimento econômico. Esse problema fica demonstrado pelos seguintes resultados: 97% das crianças estão na escola, porém apenas 9% dos jovens entre 17 e 24 anos frequentam os bancos universitários. Os especialistas da educação, de acordo com o relatório GEM 2004 (IBQP, 2005), enfatizam a negligência do sistema formal sobre os conteúdos relacionados ao empreendedorismo e ao desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras. A qualidade da educação, principalmente nos níveis básicos, deixa a desejar, quando se considera a complexidade da produção contemporânea. Contudo, esses especialistas reconhecem um processo de mudança nesses dez anos quando algumas instituições passaram a dar importância ao ensino do empreendedorismo e a conteúdos voltados à capacitação empresarial dos estudantes. Destacam, também, a crescente busca individual do brasileiro por capacitação, dentro ou fora do sistema de ensino formal.

O Relatório GEM 2005 (IBQP, 2006) vem ao encontro das afirmações anteriores, destacando a iniciativa da Universidade Estadual Paulista – UNESP com a parceria do Sebrae, para introduzir a disciplina de empreendedorismo nas mais de 30 unidades do Estado de São Paulo. E, ainda, conforme o Relatório GEM 2006 (IBQP, 2007), o empreendedor brasileiro necessita de co-

nhcimentos dos mais básicos de dinâmica de mercado até os mais sofisticados como mecanismos internos de gestão. Os especialistas também consideram que os programas educacionais existentes no Brasil não estimulam suficientemente a promoção de um espírito mais empreendedor nas pessoas, ainda que, com a existência de cursos relacionados ao empreendedorismo, espaços para incubar novos negócios nas universidades, centros de pesquisa e empresas entre outras iniciativas.

No período de 2002-2007, conforme apontado no relatório GEM 2007 (IBQP, 2008), observa-se uma mudança importante da ação empreendedora e sua relação com o nível de escolaridade. Em 2002, os empreendedores sem educação formal e aqueles com até quatro anos de estudo representavam pouco mais de 50% do total de empreendedores. Em 2007, não representavam 30%. Já os empreendedores com mais de cinco anos de escolaridade que não representavam 50%, em 2001, passaram para 71% em 2007. Observou-se nesse período que as escolas de administração e negócios no Brasil contribuíram para uma melhor formação do empreendedor. É o caso de muitas Instituições de Ensino Superior – IES brasileiras, em que os alunos dos cursos de Administração e suas habilitações têm o desafio de desenvolver um Plano de Negócios Inovador no ano de conclusão de curso visando a estimularem a abertura de seus próprios negócios. De outra ponta, as ações desenvolvidas na Educação Básica (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio) por algumas escolas municipais das regiões Sul e Sudeste incorporaram o empreendedorismo às demais disciplinas para desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes empreendedoras. Outra ação de fomento ao empreendedorismo nas escolas são as atividades de forma lúdica compartilhadas pelas empresas locais, por meio de empresários e administradores de empresas com os jovens acadêmicos.

O estudo do empreendedorismo, conforme relatório GEM 2008 (IBQP, 2009b), apresentado em forma de disciplina ou como projeto interdisciplinar, já se encontra disponível na estrutura curricular em algumas escolas do país estimulando os discentes a também criarem um Plano de Negócios e implantá-lo na própria escola, a partir de suas atividades sociais. O Sebrae é uma instituição de apoio representativa no país, que em parceria com as secretarias municipais de educação tem implantado uma série de programas e projetos com o objetivo de desenvolver nas crianças e nos jovens brasileiros, a competência empreendedora.

## 7. Conclusão

No limiar do Século XXI, o empreendedorismo social absorve aspectos antes desconsiderados, como a preocupação com a inclusão social. Isso significa voltar o olhar não apenas para a atividade lucrativa, mas entender o negócio e o mercado como possibilidades de diminuição das desigualdades, sejam elas sociais ou regionais. No mesmo sentido consolida-se a concepção de que a atividade empreendedora é responsável pelo estabelecimento do equilíbrio entre as grandes corporações e as micro e pequenas empresas, o que demanda esforços cada vez mais urgentes de entidades públicas e privadas, governamentais e da sociedade civil, dos ramos produtivos e, principalmente, das instituições de ensino. Isso mostra que atividades de capacitação e ensino aos talentos empreendedores sejam especificamente voltadas à temática do terceiro setor no Brasil.

No atual ambiente econômico brasileiro, como se vê, exemplos não faltam para a disseminação de iniciativas ao empreendedorismo educacional tanto adotado pelos programas do Empretec, como iniciativas das universidades e escolas comprometidas na formação de novos empreendedores para o mercado globalizado e competitivo, em que somente vence aquele que estiver melhor preparado.

A inovação, conforme previu Drucker, é o elemento central da sociedade da informação, e como tal, principal instrumento de motivação dos empreendedores, surgindo como condição primeira para o sucesso de toda e qualquer iniciativa. Em uma sociedade globalizada, em que a comunicação e a informação circulam em tempo real, a inovação passa a se constituir no capital primordial do novo empreendedor, e a sua atualização é o fator determinante do sucesso ou do fracasso.

Esta pesquisa não teve a pretensão de esgotar o referido tema, já que, ainda, há outros programas e relatórios produzidos no Brasil, como é o caso, dos programas de incubadoras e da ANPROTEC, no qual merecem recomendação para outros estudos.

# Entrepreneurship in Brazil: situation and trends

## Abstract

This article presents the current situation and trends of entrepreneurship in Brazil. Emphasis was given to initiatives adopted in the country, which focus on the evaluation of the results produced by the Empretec program and the performance outlined in the reports of the Global Monitor Entrepreneurship – GEM. Recent topics are also introduced, such as, social and educational entrepreneurship.

**Key words:** Empretec. Global Entrepreneurship Monitor – GEM. Social entrepreneurship. Educational entrepreneurship.

## Referências

ABRAMOVAY, Ricardo *et al.* **Mercados do empreendedorismo de pequeno porte no Brasil**. CEPAL. Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. 2003. Disponível em: < <http://www.eclac.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/publicaciones/xml/0/11870/P11870.xml&xsl=/brasil/tpl/p9f.xsl&base=/brasil/tpl/top-bottom.xsl>>. Acesso em: 24 jun. 2010.

ARANHA, José Alberto Sampaio. Reflexões sobre as ações voltadas ao empreendedorismo. SEMINÁRIO NACIONAL DO GEM: Políticas e Programas para Empreendedores no Brasil. Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba, 2006. Disponível em: <<http://www.gembrasil.org.br/home>>. Acesso em: 1º jun. 2010.

DE RÉ, Angelita Maria. **Um método para identificar características predominantes em empreendedores que obtiveram sucesso utilizando um sistema Neurodifuso**. 2000. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis. 2000.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor** – entrepreneurship. São Paulo: Pioneira, 1987.

\_\_\_\_\_. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade.

**Empreendedorismo no Brasil:** 1999. Curitiba: IBQP, 2000.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2000.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2001.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2001.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2002.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2002.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2003.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2003.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2004.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2004.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2005.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2005.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2006.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2006.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2007.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2007.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2008.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2008.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2009a.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2008.** Curitiba: IBQP, 2009b.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2009.** Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2010.

LEITE, Emanuel F. Formação de Empreendedores e o papel das Incubadoras Universidade Católica de Pernambuco. *In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO.* Florianópolis, 1999. **Anais...** UFSC, 1999.

LEZANA, A. G. R *et al.* **O processo comportamental associado à criação de empresas de pequena dimensão.** Relatório Técnico, Florianópolis, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, UFSC, 1996.

LEZANA, A. G. R.; TONELLI, A. O comportamento do empreendedor. *In*: DE MORI, F. (Org.). **Empreender**: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998.

MARTINELLI, Joacir. Perfil Empreendedor dentro da Empresa. **Jornal Gazeta do Povo**, jun. 2003. Disponível em: <<http://algor.dcc.ufla.br/~olinda/arquivos/emp%20texto%202.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

MCCLELLAND, D. **The achieving society.** New York: VanNostrand, 1961.

MORALES, Sandro Afonso. Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos. Florianópolis, 2004. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004.

MOTTA, Jaena Pivetta da; TREVISAN, Marcelo. Perfil de empreendedores: Associação de Jovens Empresários de Santa Maria/RS. SEMEAD, 7., São Paulo, **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2004. Disponível em: <[http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Adm%20Geral/ADM16-\\_Perfil\\_de\\_empreendedores.PDF](http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Adm%20Geral/ADM16-_Perfil_de_empreendedores.PDF)>. Acesso em: 16 mar. 2010.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista FAE**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 9-18, jul./dez. 2004. Disponível em: <[www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v7\\_n2/rev\\_fae\\_v7\\_n2\\_02.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v7_n2/rev_fae_v7_n2_02.pdf)>. Acesso em: 15 jan. 2010.

OLIVO, Silvio; MELLO, Álvaro. **Desenvolvimento do potencial de empreendedor.** Disponível em: <<http://www.frenteiradigital.com.br/system/PaginasPadroes/Abertura.cfm?T=1&Conteudo=Artigo046.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2010.

OTTOBONI, Célia. Empreendedorismo como metodologia inovadora de ensino: um estudo de caso. SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO FEA/USP, 6. São Paulo. **Anais eletrônicos...** 2003. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/6semead/ENSINO/019ENS%20-%20Empreendedorismo%20como%20Metodologia%20Inovadora.doc>>. Acesso em: 15 jun. 2010.

ROQUE, Wagner. **Futuro planejado**: empresas que estão à frente dos acontecimentos garantem faturamento crescente mesmo em épocas de vacas magras. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Empresasenegocios/0,19125,ERA482351-2488,00.html>>. Acesso em: 1º jun 2010.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empretec Brasil**. Disponível em: <<http://empretec.sebrae.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 1º jun. 2010.

\_\_\_\_\_. Agência Brasileira de Cooperação – ABC/MRE. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD. **Projeto EMPRETEC – Nova Fase – BRA/00/032**. Dez. 2003. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/projetos/governanca/visualiza.php?id07=178>>. Acesso em: 23 jun. 2010.

\_\_\_\_\_. **Empretec**. Desenvolva seu negócio com a força do Empretec: Projeto PNUD/BRA/00/032, edição jan., SEBRAE, 2001.

\_\_\_\_\_. **Empretec torna o empresário mais competitivo**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/goias/gestao/empretec/empretec/>>. Acesso em: 2 jun. 2010.

SILVA, H. E.; DUTRA, M. L. S. Talento empreendedor brasileiro: uma proposta de aprendizagem para os cursos de Administração. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO NA AMÉRICA LATINA, 3., Rio de Janeiro, 2004. **Anais...**, 2004.

SCHUMPETER, Joseph A. **The theory of economic development**. New York: Oxford University Press, 1961.

URIARTE, Luiz Ricardo. **Identificação do perfil intraempreendedor**. Florianópolis, 2000. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2000.

VASCONCELOS, Maria Celeste Reis Lobo de; FELÍCIO JR., Joaquim. Empreendedorismo e aprendizagem numa instituição de ensino superior. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF THE IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT; 30., São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV-EAESP/ Iberoamerican Academy of Management; Inglês, 2003.

VIDAL, F. A. B.; SANTOS, J. L., Filho. Comportamento empreendedor do gerente proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, **Anais...** Atibaia, 2003.