

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ALEKSANDER KUIUVYOGI AVALCA

**EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NAS PEQUENAS EMPRESAS E O
IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**

**Artigo apresentado para a obtenção
parcial do grau de Bacharel em Ciências
Econômicas do curso de Ciências
Econômicas, Setor de Ciências Sociais
Aplicadas, Universidade Federal do
Paraná.**

Orientador: Prof. Adilson Antonio Volpi

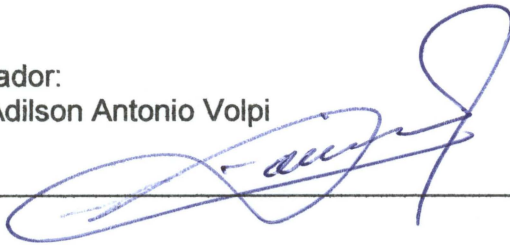
**CURITIBA
2011**

TERMO DE APROVAÇÃO
ALEKSANDER KUIVYOGI AVALCA

**EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NAS PEQUENAS EMPRESAS E O
IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**

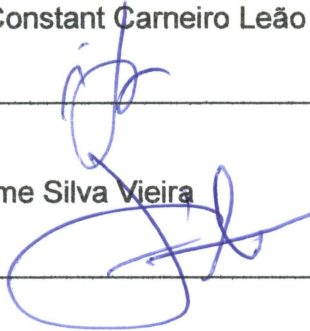
Artigo aprovado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora

Orientador:
Prof: Adilson Antonio Volpi



Professores da Banca:
Prof. Dr. Igor Zanoni Constant Carneiro Leão

Prof. Dr. José Guilherme Silva Vieira



CURITIBA
2011

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NAS PEQUENAS EMPRESAS E O IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Aleksander Kuivyogi Avalca
Universidade Federal do Paraná

Resumo

O presente artigo faz um levantamento da importância de programas relacionados ao empreendedorismo e a inovação para micro e pequenas empresas e os resultados que esses incentivos causam na economia do país.

O empreendedorismo está crescente em todo o mundo e no Brasil vem ganhando cada vez mais força com o auxílio e incentivo do governo, bem como com organizações que tem como objetivo fomentar o empreendedorismo.

Ainda trás alguns dados do Relatório de 2010 sobre Empreendedorismo no Brasil do Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Palavras-chave: Empreendedorismo, economia, inovação.

Introdução

O empreendedorismo no Brasil pode ser considerado como uma discussão nova, uma vez que o tema passou a ganhar maior ênfase a partir da década de 1990, com a implementação de programas direcionados para empresas, que ofereciam ações de incentivo, como é o caso do programa “Brasil Empreendedor”, lançado em 1999 pelo Governo Federal objetivando a capacitação dos empreendedores do país, com o intuito de captar recursos junto aos agentes financeiros deste programa.

De acordo com Lima (2001)¹, a palavra empreendedor é de origem francesa, proveniente de *entrepreneur*, do verbo *entreprendre*, e significa “encarregar-se de”. Alguns autores relacionam o empreendedorismo como sendo uma coordenação dos recursos de produção, de inovação e, recentemente, da evolução econômica do país, mesmo considerando alguns períodos de crise.

As origens dos estudos sobre as atividades empreendedoras podem ser encontrados em trabalho do economista Joseph A. Schumpeter, que no ano de 1911, em sua obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, fez a associação do empreendedorismo com a inovação e o desenvolvimento econômico, que serviu de base para a atividade capitalista moderna, ao considerarmos que o processo empreendedor é o resultado da criação de produtos novos, meios de produção e formação de mercado, sendo constituídos com base no processo de inovação.

¹ Presente em: LIMA, A. A. T. F. C. **Meta-modelo de diagnóstico para pequenas empresas**. Universidade Federal de Santa Catarina – PPGEP. Tese. Florianópolis, 2001.

De acordo com Dolabela (1999)², o empreendedorismo ainda não é considerado como uma ciência, embora seja um dos campos onde mais têm sido publicadas pesquisas.

Dessa forma, Shumpeter (1982)³ definiu o empreendedor como:

O agente do processo de destruição criativa, que é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (SHUMPETER, 1982, p. 58).

Os empreendimentos foram reconhecidos como necessários para a produção organizada por Alfred Marshall, no ano de 1890. Nos princípios descritos por esse autor é levantada a existência de quatro fatores para a produção: sendo a organização, a terra, o capital e o trabalho. Para ele, é necessário que os empreendedores compreendam completamente suas empresas e tenham habilidade de prever possíveis mudanças.

Marshall (1996)⁴ admite que mesmo que os empreendedores tenham habilidades comuns, o sucesso de seus empreendimentos irá depender, além de seus esforços das situações econômicas nas quais estiverem inseridos.

Os empreendedores são, então, indivíduos que se dispõem a realizar algo, mesmo tendo em mente os riscos que correm e as incertezas que terão de ser enfrentadas.

O teórico Peter Drucker (1987)⁵ fez a associação do empreendedor com o processo de inovação, sendo a maneira de buscar oportunidades novas de negócios. Com relação a isso o autor define:

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. Ela pode ser apresentada como uma disciplina, a ser aprendida e ser praticada. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. Os empreendedores criam algo novo, algo diferente: eles mudam ou transformam valores. (DRUCKER, 1987, p. 39)

O autor ainda resgata pontos das interpretações econômicas de Say⁶ e de Shumpeter, discutindo o processo de transformação, inovação e mudança.

Lezana e Tonelli (1998, p. 39)⁷ analisam os empreendedores como indivíduos que geram benefícios. São os indivíduos que vão atrás de benefícios, trabalhando com o coletivo ou

² Presente em: DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

³ Presente em: SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

⁴ Presente em: MARSHALL, A. **Princípios de Economia**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

⁵ Presente em: DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship): Prática e Princípios**. Pioneira: São Paulo, 1987.

⁶ Jean Baptiste Say, nasceu em 5 de janeiro de 1767, em Lyon, e faleceu em 15 de novembro de 1832, em Paris. Foi um economista que formulou a Lei de Say, cujo modelo propõe manter a oferta e demanda em identidade.

⁷ Presente em: 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.

individualmente, sendo aqueles que buscam a inovação, a identificação para criar oportunidades de negócio, além de montarem e coordenarem novas combinações dos recursos visando extrair os melhores benefícios.

De acordo com Dornelas (2001, p. 37), o empreendedor é aquele que sabe como tirar proveito de uma situação obtendo lucro sobre ela e gostando do que faz:

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Passando a ter as seguintes referências “Iniciativa para criar um negócio e paixão pelo que faz: utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar”. (DORNELAS 2001, p. 38)

Dessa forma, é possível perceber que o empreendedorismo é um fenômeno capaz de gerar riquezas, isto é, serve como pivô para o desenvolvimento e crescimento econômico de um país.

Os pequenos empreendedores têm papel fundamental para este desenvolvimento econômico, por sua capacidade de gerar emprego, renda, ocupar nichos de mercado, por ser flexível em sua atuação, por complementar as atividades de grandes empresas, por democratizar lucros do capital, entre tantas outras vantagens.

Timmons *apud* Dolabela (1999, p. 28) define a representação real do empreendedor na economia mundial atualmente da seguinte maneira “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX”.

A formação empreendedora é um procedimento de construção dos novos padrões de comportamento partindo de descobertas sobre potencialidades pessoais em um contexto cultural e de motivações, assim os indivíduos se arriscam em empreendimentos que muitas vezes, contando com o auxílio de programas de incentivo governamentais, são capazes de mudar a situação econômica de diversas regiões.

O Empreendedorismo e a Inovação em Pequenas Empresas

Uma diferença crucial entre grandes e pequenas empresas são as vantagens relacionadas ao modelo organizacional que é escolhido. As pequenas empresas têm a capacidade de apresentar respostas mais rapidamente e customizadas com relação aos problemas externos. Para pequenas empresas, os grandes riscos existentes vinculam-se as suas primeiras escolhas, que futuramente poderão não ser favoráveis ao futuro do modelo de negócio.

Além do problema apresentado acima, a grande pressão das forças de mercado em conjunto com a falta dos recursos destinados para os investimentos, para as pequenas empresas, são problemas críticos.

Discussões acerca da estrutura decisória das pequenas empresas levam a uma interpretação das atribuições empreendedoras e empresariais. Segundo Longenecker, Moore e Petty (2004)⁸ os

⁸ Presente em: LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2004.

empresários deste tipo de empresa apresenta ter uma orientação econômica mais acentuada e menores preocupações com questões sociais, comparados com executivos de grandes empresas.

As pequenas empresas apresentam agilidade e flexibilidade no processamento de produtos além de uma estrutura organizacional que está adaptada com o ambiente, segundo Daft (2002)⁹. Essas empresas se destacam no que diz respeito à sua representatividade frente aos números de atividades empreendedoras no país, funcionando como uma saída para a geração de renda e de ocupação, considerando que são intensivas em mão-de-obra, e não em capital, como as grandes empresas.

Podem ser apresentados inúmeros fatores para serem usados como justificativa o crescimento das pequenas empresas, além dos fatores tecnológicos, econômicos e demográficos. A globalização da economia é um fator relevante uma vez que possibilita maior abertura econômica e estimula a competitividade das empresas, exigindo maior flexibilidade nos empreendimentos e a instauração de negócios que possa atender de forma rápida às demandas do mercado.

Muitas razões também podem ser apontadas para justificar o anseio de um empreendedor em abrir o seu próprio negócio, entre elas é possível destacar a necessidade de evitar a subordinação. Vale destacar também o desejo de ganhar mais dinheiro do que como empregado. Alguns motivos para ter sua própria atividade financeira são listados por Degen (1989)¹⁰:

Existe uma grande variedade de motivos que levam as pessoas a ter o seu próprio negócio: vontade de ganhar dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado; desejo de sair da rotina e levar suas próprias idéias adiante; vontade de ser seu próprio patrão e não ter de dar satisfação a ninguém sobre seus atos; a necessidade de provar a si e aos outros de que é capaz de realizar um empreendimento e o desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não só para si, mas para a sociedade. (DEGEN, 1989, p. 15-16).

Ao se pensar em uma análise comportamental, é necessário realizar a distinção entre dois tipos de empreendedores: aqueles que o são por “oportunidade” e aqueles que o são por “necessidade”.

A categoria de empreendedores por “oportunidade” faz referência aos que começam um empreendimento a partir do momento em que percebem um nicho de mercado que esteja sendo pouco explorado, isto é, indivíduos que fazem atividades relacionadas com a criação de empresas novas, *start-ups*, objetivando a exploração de uma oportunidade específica de negócio, muitas vezes por pessoas que possuem um vínculo empregatício normal.

Os empreendedores por “necessidade” começam suas atividades porque não encontram uma alternativa que lhes pareça razoável de renda e de ocupação, o fato da pessoa não encontrar uma opção melhor de trabalho a leva ao empreendedorismo. Assim começam a surgir as pequenas empresas.

A probabilidade do primeiro grupo de inovar é muito maior, pois eles buscam muito mais informações e estão pesquisando o mercado, tentando criar algo novo para aquele grupo de consumidores, já o segundo grupo, às vezes acaba abrindo sem nenhuma experiência e conhecimento e acaba literalmente copiando empresas que ele conhece, como por exemplo, a criação de uma lanchonete. O grupo que abre por oportunidade vai criar um conceito diferente, produtos novos,

⁹ Presente em: DAFT, R. L. **Organizações: Teorias e projetos**. São Paulo: E. Thomson, 7ª edição traduzida, 2002.

¹⁰ Presente em: DEGEN, R. **O empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

atendimento diferenciado, entre outros, já o por oportunidade vai abrir uma lanchonete como a que ele conhece e sem nenhum diferencial.

Programas de Incentivo ao Empreendedor

Neste cenário de globalização da economia, estabilidade econômica do país, as pequenas empresas mostram interesses cada vez maiores em um novo parâmetro de competitividade global, mas uma vez por conta do caráter flexível de suas ações, por seu potencial e por sua capacidade de inovação.

Assim sendo, políticas de desenvolvimento econômico passaram a dar mais atenção ao desenvolvimento destas pequenas, e também de médias, empresas, dando mais importância não apenas para a promoção de empreendimentos novos, mas para o estímulo ao espírito empreendedor.

De acordo com o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), a América Latina, de acordo com o movimento mundial, está experimentando uma incessante transição para a nova cultura empreendedora. De maneira cada vez mais generalizada, tanto governo quanto universidades vêm lançando programas de incentivo ao empreendedorismo. Também aumenta os números de conferências e de congressos sobre o assunto, o que aponta o maior interesse sobre o tema no âmbito da sociedade civil e no âmbito acadêmico.

Alguns municípios apresentam interesse em criar sistemas de incubadoras e colaborar com o setor empresarial a fim de promover projetos empreendedores entre os jovens.

Também os meios de comunicação, a partir do momento que dedicam mais programas a esse tema fazem o papel de transformar a cultura empreendedora na sociedade.

As políticas públicas que têm sido aplicadas revelam uma dupla tendência: por um lado promovem o espírito empreendedor como sendo parte das políticas de desenvolvimento empresarial e, por outro, propagam o espírito empreendedor em vários outros campos como exportação, educação, entre outros.

Dolabela (1999), sendo um dos maiores incentivadores da promoção da cultura empreendedora em nosso país, expressa que:

O empreendedorismo, na [nossa] percepção social, permanece como algo que depende exclusivamente de características individuais de quem tem o talento para tal. Assim, a nossa cultura é pouco afeita às atividades de indução através do ensino, e muitas vezes desconhecadora do exato papel a ser desempenhado pelas diversas forças sociais – *os sistemas de suporte* – nas ações de sensibilização e motivação, como preparação para a implementação de programas nesta área. (DOLABELA, 1999, p. 27)

Reconhecer a importância de uma atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico tem feito com que cada vez mais países passem a promover iniciativas públicas e privadas para melhorar o cenário no qual o empreendedor aparece, cresce e desenvolve seu negócio. Estudos de

Kantis¹¹ apresentam que os principais componentes para se implementar um programa integrado de desenvolvimento do setor de empreendimento são:

- Fazer o diagnóstico do contexto empreendedor do país: Consiste na auto-análise acerca do cenário empreendedor do país que será utilizada para elaboração da estratégia do programa de incentivo ao empreendedorismo. Esta análise deve considerar os fatores mais importantes, as limitações, os aspectos culturais e o potencial com relação à inovação.
- Fomentar o espírito e a cultura empreendedora: Diz respeito a valorização da figura do empreendedor dentro da sociedade para a disseminação do empreendedorismo como sendo uma opção viável de carreira e também de sucesso.
- Desenvolver as competências empreendedoras: É o trabalho do aspecto educacional do país, que promove a aparição da vocação empreendedora entre os jovens. No Brasil existe a formação de professores de empreendedorismo, por exemplo.
- Estabelecer uma plataforma de serviços que sirva de apoio aos empreendedores: Formar uma rede de instituições que possa oferecer condições para se criar e desenvolver novos negócios de maneira segura, principalmente nos primeiros anos de realização dos negócios.
- Implementar instrumentos de apoio financeiro aos empreendedores: Criar um leque de ofertas de recursos financeiros que tenham a capacidade de erguer novos negócios, o que está em evidência recentemente como sendo o fenômeno mundial da criação de fundos de capital de semente, ou o capital inicial para dar início a um negócio.
- Melhorar o contexto de regulamentos para o incentivo ao empreendedorismo: Inclusão, revisão e aprimoramento de leis que atrapalhem a criação e o desenvolvimento das empresas, leis de patente e de marcas, exigências burocráticas, incentivos tributários, regimes de trabalho, entre outras.
- Disponibilizar informações, avaliações e métodos de aprendizagem ao empreendedor: Desenvolver uma base de estudos, de monitoramento e de avaliação dos desempenhos, para que seja utilizada como indícios para melhorar os programas de incentivo ao empreendedorismo.

Com esse levantamento é possível fazer a constatação de que as iniciativas não dependem apenas do governo, mas muito dos programas ocorrem por meio de ações do setor privado e também do terceiro setor.

Programas de Incentivo ao Empreendedor

Apesar do pouco tempo de implementação das políticas de incentivo ao empreendedorismo, o Brasil apresenta ações que objetivam desenvolver um dos maiores programas de ensino ao empreendedor, o que potencializa o Brasil no setor. De acordo com Dornelas (2001, p. 25 e 26)¹² destacam-se os seguintes:

- Os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Softwares, Informação e Serviço). Esses programas apóiam as atividades empreendedoras em software, e estimulam o ensino dessa disciplina nas universidades, gerando novas empresas de software.
- Existem as ações que são direcionadas para a capacitação do empreendedor, como é o caso dos programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do Sebrae. Apresentam a mesma função do Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que dirigiu à capacitação de cerca de 1 milhão de empreendedores do país, destinando recursos financeiros, que totalizaram um investimento de oito bilhões de reais.

¹¹ Presente em: Kantis, H.; Ishida M.; Komori, M. **Empreendedorismo em Economias Emergentes**. Criação e Desenvolvimento de Novas Empresas na América Latina e no Leste Asiático. Banco Interamericano de Desenvolvimento, Instituto da Indústria/Japan Economic Research Institute, 2002. www.iadb.org. acessado em 03/12/11 às 10h.

¹² Presente em: DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

- Muitos programas são desenvolvidos por universidade do país. Em Santa Catarina, por exemplo, existe o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita os alunos do curso de graduação de engenharia. Também existem os programas REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), que propõe a difusão do empreendedorismo no ensino superior, e que já está presente em mais de duzentas instituições de ensino.
- Com o movimento da criação de empresas no setor e-commerce, surgem entidades como o Instituto E-cobra, que oferece apoio aos empreendedores da era ponto.com, por meio de cursos, palestras e prêmios aos melhores planos de negócio de pequenas empresas Start-ups da Internet.

Outro exemplo é o Programa Bom Negócio, da Prefeitura Municipal de Curitiba. Este programa foi criado em 2005 e é conduzido pela Agência Curitiba de Desenvolvimento.

O objeto é fazer a promoção do desenvolvimento econômico local, por meio da capacitação (Gestão de Negócios, Finanças, Pessoas, Comercial e Estratégica), da consultoria individual e do acompanhamento de empreendedores, visando o fortalecimento das iniciativas que sejam capazes de resultar na sustentabilidade dos negócios e na geração de novas empresas.

O programa se volta, de maneira prioritária, para as micro e pequenas empresas que atuem ou queiram atuar nos setores da indústria, comércio e serviços, gerando empregos e renda.

Para tanto, é viabilizado, através de parcerias com instituições de ensino, agentes que estejam ligados ao desenvolvimento de empresas, podendo ser órgãos públicos ou privados.

O site do programa apresenta que, até julho de 2011, o Bom Negócio alcançou os seguintes resultados:

- 11.406 empreendedores certificados em Curitiba;
- 378 comunidades atendidas, em 65 bairros da cidade;
- 99 toneladas de doações arrecadadas;
- 468 instituições carentes beneficiadas;
- 40,94% dos participantes tiveram aumento da renda familiar mensal;
- Grau de satisfação dos participantes: 93,71% acima do esperado.

Por conta dos resultados, este programa recebeu o prêmio da Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) que é um órgão relacionado ao Ministério da Ciência e da Tecnologia. O Bom Negócio foi colocado com um dos cinco melhores programas de desenvolvimento econômico presentes na América do Sul no 10º Fórum Interamericano da Microempresa, do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Ainda no Paraná, existe o programa que oferece financiamento a juros baixos e com prazo de pagamento flexível das linhas de crédito, o chamado Fomento Pequenos Negócios. Este programa tem possibilitado muitos benefícios as novas empresas.

O programa Microcrédito Banco Social, em parceria com o Sebrae do Paraná é quem oferece o crédito aos empreendedores, incluindo as pessoas físicas, para o desenvolvimento de pequenos negócios.

Em conjunto com isso existe o programa PROBEM, que conta com incentivos do Governo do Estado e que também é destinado para as micros e pequenas empresas, para que invistam em modernização e ampliem suas atividades, gerando e garantindo empregos.

Na questão de difundir o ensino das atividades empreendedoras, existe o Programa Mineiro de Empreendedorismo na Pós-Graduação que visa fortalecer a cultura empreendedora e de inovação nas universidades do estado, contribuindo para transformar a pesquisa científica em inovação tecnológica, gerando Planos de Inovação que, ao final do processo, participam de um torneio concorrendo a diversos prêmios.

O Programa tem a iniciativa do Simi (Sistema Mineiro de Inovação) e conta com recursos da Fapemig, com o patrocínio da Fiat e com o apoio da Anpei.

Em Pernambuco, o JEPP (Programa Jovem Empreendedor Primeiros Passos) que foi criado pelo Sebrae tem a coordenação do Instituto Euvaldo Lodi (IEL-PE), oferece cursos de capacitação de professores em empreendedorismo.

O Governo federal facilita o crédito para aqueles que desejam abrir seu próprio negócio através do Programa Crescer. O Programa lançado esse ano visa que até 2013 atenderá 3,4 milhões de pessoas. Os empréstimos auxiliarão os microempreendedores no investimento de seus próprios negócios, contando com a participação de quatro bancos federais que irão ajudar o empreendedor a fazer o planejamento correto de seu investimento.

O PES (Programa de Empreendedorismo Social) do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) visa desenvolver e implantar mecanismo de financiamento que sejam capazes de fornecer soluções sustentáveis para as dificuldades socioeconômicas que afetam as populações marginalizadas.

O PES é um programa que dá apoio para projetos que financiam soluções empresariais da pobreza por meio de dois grandes setores:

- Finanças e Agronegócios, que inclui processamento, cadeias de valor, produção e marketing, tendo como alvo os produtores rurais de micro e de pequenas empresas localizadas em comunidades marginalizadas;
- Financiamento à Prestação de Serviços Básicos, sendo iniciativas-piloto e projetos de caráter social que tenham uma abordagem de negócios capaz de ser ampliada, resultando em um efeito de demonstração que recaia no fornecimento de serviços básicos.

Instituições que visam o Empreendedorismo/Inovação

No capítulo anterior destacamos os programas de incentivo e apoio que partem do governo, porém como foi destacado por Dolabela (1999) a cultura do país e da sociedade deve ser alterada para que o empreendedorismo e a inovação sejam realmente fatores positivos e que impactam o desenvolvimento econômico.

Pensando desta forma, os incentivos do governo, seja capacitação, apoio ao crédito ou consultoria não são suficientes, pois acabam atuando em um ambiente pontual, não dando continuidade e apoio aos empreendimentos no Brasil.

Por isso deve ser destacado neste artigo instituições que tem como objetivo central e como missão o apoio e o fomento do empreendedorismo. Estas instituições podem ser organizações não governamentais, privadas, mistas. Na verdade a sua constituição é o que menos importa, mas sim os impactos gerados por suas ações e seus projetos.

Será focado aqui as instituições existentes em Curitiba, por dois motivos, primeiro, pelo Brasil ser um país muito grande e haver muitas instituições e, segundo, para mostrar como Curitiba vem ganhando espaço e uma cultura empreendedora como a de outros centros já bem mais avançado como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

A Endeavor é uma das maiores organizações do mundo sobre fomento do empreendedorismo, e isso fica claro com a declaração do ex-presidente do Banco Mundial no relatório anual da Endeavor 2010, segundo James D. Wolfensohn “A Endeavor desenvolve um importante papel na promoção do empreendedorismo como ferramenta para o desenvolvimento econômico”.

A Endeavor trabalha com o seguinte formato, primeiro é feita uma seleção para identificar os empreendedores de alto impacto, baseado nos seguintes critérios:

- Perfil Empreendedor
- Fibra Ética
- Inovação
- Potencial de Crescimento
- Faturamento entre R\$3 e R\$50 milhões anuais

Depois de feita a seleção eles potencializam este empreendimento com a ajuda de Consultores, Investidores, Executivos, Advogados, Grandes Empresários, entre outros. E por fim fazem a Multiplicação destes casos, disseminando a história e principalmente os aprendizados para a sociedade, tentando mudar a cultura para pensar como empreendedor.

Além deste formato de trabalho, a Endeavor é responsável por vários eventos que leva capacitação, conhecimento e organiza o maior evento do mundo sobre Empreendedorismo, que a Semana Global do Empreendedorismo, acontece todos os anos no mês de novembro e tem como objetivo realmente incentivar as atividades empreendedoras.

Na Semana Global é realizada diversas atividades, organizadas por várias instituições no mundo todo, o Brasil é sempre destaque, ficando em primeiro lugar em número de atividades cadastradas no mundo, e o Paraná sempre figurando entre os três primeiros estados que mais promovem atividades no Brasil.

Apenas no ano de 2011 foram cadastradas mais de 1000 atividades, desde palestras, treinamentos até atividades mais específicas e diferentes, como apresentação de projetos em banca, incentivo a inovação, entre outros.

A Endeavor é nova em Curitiba, foi aberto um escritório apenas em 2010, mas que já vem atingindo um bom resultado.

O C2I é uma outra importante instituição criada em Curitiba, que faz parte do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP). O C2I tem o objetivo de ser uma concessionária de inovação e articula produtos e serviços de inovação.

Além de promover treinamentos e palestras, ele tem outros produtos e serviços que incentivam a inovação, um que podemos destacar é o Laboratório de Criatividade, que estimula, através de técnicas, métodos e ferramentas os empreendedores e colaboradores a criar os processos e produtos inovadores. O Laboratório conta com um espaço altamente adequado para a exploração de idéias e trocas de conhecimento.

O Hub é outra organização extremamente importante para o empreendedorismo que Curitiba acabou recebendo, presente em mais de 25 cidades pelo mundo o Hub reúne pessoas inovadoras sintonizadas com as questões atuais, empreendedores trabalhando com temas relacionados ao futuro das cidades e do país ou envolvidos em questões de desenvolvimento social global.

Dentro dos espaços extremamente propícios a inovação e criatividade, os membros têm acesso a serviços, ambientes para trabalho, reuniões e eventos, assim como a uma rede de apoio para o desenvolvimento de seus negócios.

Essas organizações formadas por uma equipe altamente empreendedora, engajada e que realmente ama o que faz, conseguem trazer resultados muito interessantes para Curitiba, com os eventos e ambientes que eles proporcionam, as pessoas que antes tinham pouco contato começam a ter troca de conhecimento cada vez mais constante, podendo assim, agregar as idéias um ao outro criando cada vez mais projetos inovadores e tornando um ciclo virtuoso para a mudança na cultura empreendedora, conquistando cada vez mais adeptos a essa rede que só tende a crescer.

Uma das organizações mais recentes e que irá contribuir muito com o empreendedorismo e inovação é a ABSTARTUPS (Associação Brasileira de Startups) que nasceu com o objetivo de organizar e fomentar o empreendedorismo digital, uma das maiores tendências de crescimento de mercado e de novas empresas para os próximos anos.

Relatório GEM 2010 – Seus principais resultados

A pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que completou 11 anos de publicação no Brasil, é um estudo completo sobre o panorama do empreendedorismo no mundo, utilizando análises comparativas quanto aos países e entre indicadores. Esta pesquisa mostra como está e como vem avançando as características empreendedoras dos países pesquisados.

Será apresentado os principais resultados para o Brasil.

A primeira observação importante é devido ao fato de nosso país não ter sofrido um abalo com a crise econômica, comprovada pela Taxa de Atividade Empreendedora (TEA)¹³, que foi a mais alta de todos os anos pesquisados, ficando bem acima da média histórica, atingindo 17,5%.

Apesar de apresentar um aumento na relação entre os empreendedores por oportunidade versus os por necessidade, a pesquisa GEM nos mostra que a inovação ainda é incipiente no seu dia-a-dia, o maior desafio é proporcionar um ambiente inovador. Apesar das instituições citadas no capítulo

¹³ A Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial, TEA, é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, ou seja, com menos de 42 (quarenta e dois) meses de existência..

anterior conseguirem fazer isso, o acesso a elas ainda é muito baixo em relação ao número de empreendedores.

Desde 2003 a relação empreendedores por oportunidade versus necessidade é maior que um, ou seja, há mais empreendedores por oportunidade do que por necessidade, e esse número vem crescendo cada vez mais, atingindo em 2010 a relação de 2,1.

Quando falamos de negócios novos ou nascentes, o indicador ainda é mais favorável, sendo de 3,1. A cada um empreendedor por necessidade hoje no Brasil existem outros 3 empreendedores que abrem por oportunidade, o que acaba sendo muito mais benéfico para um país.

Porém ainda está longe de países desenvolvidos que essa mesma relação chega a ser mais de 10, como é o caso da Islândia que o indicador em 2010 foi de 11,2.

Nota-se ainda que entre os empreendedores entre 25 e 34 anos apresenta a maior taxa de oportunidade / necessidade, incentivados principalmente pela internet, educação, conhecimento e as organizações que fomentam o empreendedorismo.

Um dado interessante é que os setores mais escolhidos para iniciar um novo negócio está no atendimento ao consumidor final, devido a baixa necessidade de recursos financeiros e pela simplificação da organização administrativa.

Os principais motivos que levam as pessoas a empreender por oportunidade, segundo o relatório são: 43% fizeram pela busca de maior independência e liberdade na vida profissional; 35,2% pelo aumento da renda pessoal; 18,5% para a manutenção de sua renda pessoal; e apenas 3,3% citaram outros motivos, ou seja, 78,2% acreditam em melhorar e aprimorar a sua vida com o novo negócio que estão abrindo.

Relatório GEM 2010 – Inovação, Novidade do Produto e Concorrência

Segundo as análises do GEM 2010, inovação e empreendedorismo estão conceitualmente conectados.

O GEM analisa a inovação nos negócios perguntando aos empreendedores o grau de novidade que seus produtos e serviços possuem e que representam para seus consumidores. Adicionalmente, cada empreendedor é solicitado a definir a novidade do seu negócio, em termos de níveis de concorrência enfrentado, especificamente se sua percepção é de muitos, poucos ou nenhum outro empreendimento oferecendo produtos ou serviços similares. Combinando essas duas em uma única medida de novidade do produto/mercado. (Relatório GEM 2010, pg 114)

No Brasil, dos Empreendedores em Estágio Inicial, 16,8% acreditam que o produto ou serviço é novo para todos ou para alguns consumidores, é um valor considerado baixo, indicando que a maioria dos novos negócios acaba oferecendo produtos já conhecidos pelos consumidores.

Dentre as respostas, apenas 7,5% acreditam que o produto é novo para todos, 9,3% é novo apenas para alguns e 83,2% ninguém considera novo.

As atividades que ganham mais destaque entre os serviços voltados cujos empreendedores consideram como novos para alguns ou para todos são os de alimentação e roupa.

Segundo o relatório GEM, a importância da inovação é compreendida pela seguinte observação:

Para tanto os empreendedores que inovam ficam em posição de vantagem em relação aos demais, visto que os benefícios da inovação não se limitam às empresas. Para os países as inovações permitem o aumento do nível de geração de emprego e renda, além do acesso ao mundo globalizado. (Relatório GEM 2010, pg 118)

Outro parâmetro utilizado pelo GEM para medir a inovação dos empreendimentos é o grau de concorrência a que os negócios enfrentam. É fácil entender este indicador, quanto menos empresas estiverem oferecendo produtos ou serviços semelhantes maior é o grau de inovação e diferenciação do negócio.

No Brasil, apenas 37,5% das empresas em Estágio Inicial afirmaram que seu produto enfrenta pouca ou nenhuma concorrência, sendo esta média inferior à dos países de diversos graus analisados. 63% dos empreendedores iniciais afirmam ter Muitos Concorrentes, e apenas 6.6% reconhece não ter nenhum concorrente.

Conclusão Considerações Finais

Depois de compreender as etapas do procedimento empreendedor é possível perceber que o desenvolvimento e implantação de programas de incentivo no setor são fundamentais para o crescimento econômico do país e o desenvolvimento das pequenas empresas em diversos setores.

Até alguns anos atrás, antes do surgimento dos programas de incentivo ao empreendedorismo no Brasil, a maior parte da sociedade não tinha conhecimento das formas de se dar início a um negócio. Uma pesquisa que foi realizada pelo Sebrae no ano de 1999, afirmou que grande parte dos negócios que existiam no país eram formados por pequenos empresários. Pelo fato de que a maior parte deles não tinha conhecimentos sobre gestão de negócios nem tão pouco de planejamento, surgiu um impacto de mortalidade das pequenas empresas, o que levou a criação e ao desenvolvimento do primeiro programa de incentivo ao empreendedorismo, o “Brasil Empreendedor”.

Atualmente, com os muitos programas de incentivo no setor o Brasil tem apresentado um crescimento no número de pequenas empresas que, agora, são capazes de se manter e crescer em seus setores de atuação, refletindo no crescimento econômico do país.

Além disso, nota-se o aumento crescente de organizações nacionais e internacionais que tem por objetivo fomentar e promover o empreendedorismo e a inovação para o desenvolvimento econômico local e regional.

A comprovação no nível e da capacidade dos brasileiros de empreender vem no relatório do GEM, que obteve a maior taxa de abertura de novas empresas no Brasil nos últimos 11 anos, e não apenas de forma quantitativa, mas qualitativa, com o aumento da relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade, este índice chegou a 3,1 entre as empresas nascentes.

Essa taxa do GEM pode ter sido influenciada também pelo boom de empregos gerados no Brasil, hoje as taxas de desempregos são bem baixas e a procura por mão-de-obra cada vez maiores, desta forma o empreendedorismo por necessidade tem uma queda considerável.

Sem dúvida, o Brasil está longe de atingir os níveis de países desenvolvidos que chegam a ter este índice superior a 10. Mas ao mesmo tempo mostra o avanço que vem tendo, que desde 2003 essa relação é superior a 1 e vem aumentando gradativamente.

Mesmo com os resultados positivos citados acima, o termo empreendedorismo ainda é muito recente no Brasil e a cultura da sociedade ainda deve ser aprimorada para os conceitos sobre empreendedorismo, sobretudo no que diz respeito a inovação.

O Brasil, além de ser um dos países que registram menos patentes no mundo, possui um ambiente pouco favorável para a inovação, reflexo talvez de uma má educação e também de um histórico de “copiar” o que está dando certo lá fora, limitando a capacidade de criar e inovar dentro de um cenário completamente diferente.

No próprio relatório do GEM observa-se que o Brasil é um dos países menos inovadores, dentre os 80 pesquisados e que possui uma maior taxa de concorrência entre os negócios novos, criando muito pouco produtos ou serviços que os consumidores não conheçam.

Contudo, o artigo trás a importância de promover e incentivar o Empreendedorismo/Inovação para o desenvolvimento econômico, alguns autores acreditam que o Empreendedorismo será para o século XXI o que a Revolução Industrial foi para o século XX.

O empreendedorismo é importante por tratar de geração de novos negócios, geração de emprego, contribuição através de impostos e tributos, desenvolvimento local e regional, além de estar se tornando cada vez mais importante devido ao avanço tecnológico e as grandes empresas estarem precisando cada vez menos de mão-de-obra, fazendo com que aquelas pessoas que antes visavam fazer carreira em uma multinacional mudem sua visão para fazer carreira como empreendedores de grande impacto.

Conseguimos constatar também que a solução para o desenvolvimento econômico não será suficiente com o avanço das pequenas empresas, por dois motivos, primeiro porque as grandes empresas detém uma porcentagem muito alta do PIB, por mais que em quantidade as grandes são poucas, em valores elas tem mais de 70% do PIB. Em segundo porque o desenvolvimento das pequenas empresas dependem muito de outros fatores, como a própria cultura, crédito, um mercado propício e até mesmo de grandes empresas, hoje as pequenas empresas ainda são muito dependentes.

Mas de qualquer forma, para o desenvolvimento local e regional, a estruturação das pequenas empresas trás um impacto muito grande. Imagine aquele bairro bem afastado, com pouco estrutura e apenas pequenas empresas, e mais. Imagine uma pequena cidade que é formada completamente por pequenas empresas. O desenvolvimento destas empresas nestes locais torna-se primordial para o desenvolvimento da cidade e do bairro mais afastado.

Uma pequena empresa tem que ter muito claro o espaço que ele vai ser inserido, pois ele dependerá não apenas de suas forças, mas do conjunto de fatores que irá contribuir para a sua vitalidade.

Grandes nomes como Steve Jobs, Mark Zuckerberg, entre outros, motivam cada vez mais os jovens brasileiros a quererem fazer a diferença no mundo com seus negócios inovadores, sobretudo,

Curitiba vem desempenhando um importante papel para este ideal, devido ao aumento de organizações fomentando o empreendedorismo e a inovação e figurando entre os 3 primeiros estados que mais promovem atividades na Semana Global do Empreendedorismo nos últimos anos.

Mas uma última conclusão, e talvez essa seria a mais eficiente, e também a mais complexa de todas, a principal mudança para ajudar no desenvolvimento das pequenas empresas devem vir da cultura empreendedora, e isso começa na educação, lá embaixo, desde o ensino fundamental. Desde sempre hoje somos “programados” para sermos funcionários, quando nossos pais e professores perguntam, “onde você vai trabalhar”, “que empresa quer trabalhar”? As crianças são muito pouco provocadas a terem seu próprio negócio e isso fica difícil de ser mudado com 18 ou 25 anos (quando está na faculdade).

A ideia de se ter uma cultura empreendedora na educação não é simplesmente incluir uma matéria de empreendedorismo, vai muito além, seria todas as matérias agindo de forma empreendedora em seus trabalhos, na forma de dar aula, nas discussões em sala e até mesmo nas feiras realizadas, assim as pessoas cresceriam com uma mentalidade e cultura diferente.

Os Estados Unidos é um exemplo de que isso é possível, as crianças são incentivadas a participar de organizações, cursos de teatro, serem competitivas desde cedo, e isso leva uma positiva consequência no futuro, onde eles devem ser os melhores naquilo que fazem.

Referências Bibliográficas

- DAFT, R. L. **Organizações: Teorias e projetos**, São Paulo: E. Thomson, 7ª edição traduzida. 2002.
- DEGEN, R. **O empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship): Prática e Princípios**. Pioneira: São Paulo, 1987.
- KANTIS, H.; ISHIDA M.; KOMORI, M. **Empreendedorismo em Economias Emergentes**. Criação e Desenvolvimento de Novas Empresas na América Latina e no Leste Asiático. Banco interamericano de Desenvolvimento. Instituto da Indústria/Japan Economic Research Institute. 2002. www.iadb.org. Acessado em 03/12/11 às 10h.
- 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.
- LIMA, A. A. T. F. C. **Meta-modelo de diagnóstico para pequenas empresas**.
- LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2004.
- MARSHALL, A. **Princípios de Economia**. São Paulo; Nova Cultural, 1996.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- RELATÓRIO GEM 2010, Empreendedorismo no Brasil, Realização Global Entrepreneurship Monitor e Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade.
- Universidade Federal de Santa Catarina – PPGEP. Tese. Florianópolis, 2001.
- Sites pesquisados:
- <http://www.agencia.curitiba.pr.gov.br/publico/conteudo.aspx?codigo=4> Acessado em: 03/12/2011 às 14h.
- <http://hub-curitiba.com/sobre-o-hub/> Acessado em: 28/12/2011 às 11h.
- http://endeavor.org.br/pdf/pdf_relatorio_anual_2010-9.pdf Acessado em: 28/12/2011 às 8h.
- <http://www.c2i.org.br/> Acessado em: 27/12/2011 às 19h.
- <http://www.abstartups.com.br/> Acessado em: 28/12/2011 às 14h.