

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL NA COMUNIDADE LOCAL IMPULSIONADOS PELO EMPREENDEDORISMO

Márcia Ferreira dos Santos (G-UEM)

Ozana Padilha Moreira (G-UEM)

REFERÊNCIA

SANTOS, M.F. e MOREIRA, O.P. Desenvolvimento econômico e social na comunidade local impulsionados pelo empreendedorismo. **CADERNO DE ADMINISTRAÇÃO**. v. 16, n.2, p. 67-76, jul/dez. 2008

RESUMO

O empreendedorismo tem se revelado alvo de grande interesse das comunidades científicas e dos governos, visto que ele tem representado grandes contribuições para as sociedades e economias nacionais. Neste contexto torna-se oportuno e viável realizar um trabalho direcionado ao estudo do empreendedorismo. O presente artigo corresponde à apresentação de uma breve revisão de literatura acerca do conhecimento científico já produzido sobre empreendedorismo, no que se refere à evolução do conceito, a princípio com a abordagem dos economistas, passando pelos comportamentalistas e mais recentemente pelos pós - comportamentalistas. Em seguida apresenta um panorama do empreendedorismo brasileiro, e por fim a importância do empreendedorismo e as variáveis econômicas e sociais que o favorecem.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Desenvolvimento econômico e social. Políticas Públicas.

1 INTRODUÇÃO

A atividade empreendedora vem recebendo grande destaque no mundo e no Brasil. Isso pode ser comprovado pelo grande número de congressos e encontros que incluem o tema empreendedorismo em suas programações. Porém apesar de ser consideravelmente recente o interesse científico pelo empreendedorismo a prática do empreendedorismo já vem de muitos séculos, embora o termo ainda não fosse empregado na época.

Hisrich e Peters (2004) relatam que Marco Polo já praticava o empreendedorismo como intermediário, isto porque, havia o capitalista que financiava as viagens dos comerciantes aventureiros, fazendo um empréstimo a uma taxa de 22,5% incluindo seguro. Se a viagem fosse concluída o capitalista ficava com a maior parte do lucro que poderia chegar a 75% e o comerciante aventureiro ficava com o restante, 25%. “Enquanto o capitalista corria riscos



passivamente, o comerciante aventureiro assumia o papel ativo do negócio, suportando todos os riscos físicos e emocionais” (HISRICH e PETERS, 2004, p.27).

Na idade média o empreendedor passou a ser uma pessoa que gerenciava grandes projetos de produção, normalmente com recursos do governo. De acordo com Dornelas (2001), no século XVII o empreendedorismo começa a ser associado à capacidade de assumir riscos. Neste período os empreendedores estabeleciam acordos para o fornecimento de determinados produtos e serviços, e como os preços eram prefixados os lucros ou prejuízos eram exclusivos do empreendedor, desta forma o estabelecimento dos acordos eram um risco.

Esse mesmo autor afirma que o início da industrialização no século XVIII, é o que finalmente possibilita a diferenciação entre o capitalista e o empreendedor. Investidores financiam investimentos e tornam possível aos empreendedores realizar pesquisas e projetos.

Um exemplo citado por Hisrich e Peters (2004) é o do pesquisador Thomas Edison, que para poder desenvolver seus experimentos nos campos da eletricidade e da química, recorreu a capital advindo de investidores que financiavam seus projetos. O pesquisador tornou-se então usuário do capital (empreendedor) e não fornecedor de capital (investidor). “Um investidor de risco é um administrador profissional de dinheiro que faz investimentos de risco a partir de um montante de capital próprio para obter uma alta taxa de retorno sobre os investimentos” (HISRICH E PETERS, 2004, P. 28).

Até o século XVIII o empreendedor era confundido com o capitalista, no século XIX, XX e até XXI ele é confundido com o administrador. Apesar de todo empreendedor ser necessariamente um administrador, nem todo administrador é um empreendedor. Dornelas (2001), afirma que o empreendedor possui algo a mais que o administrador. Em meados do século XX, estabeleceu-se a noção de empreendedor como inovador.

2 EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Ao analisar as origens do termo empreendedorismo, observa-se um processo contínuo de ressignificação que ocorre em função de mudanças no contexto social, econômico e político de cada época.

Segundo Dolabela (1999, p.47) a expressão empreendedor deriva do termo francês *entrepreneur*, que no século XII era usado para designar o indivíduo que incentivava brigas.

O Quadro 1 mostra um resumo dos estudos elaborados acerca do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor.

Idade média:	personagem (um grupo de guerreiros em ação) e um indivíduo que administra projeto de produção em larga escala
Século XVII:	indivíduo com comportamento voltado para o risco, de ter lucro (prejuízo) na fixação de um preço num contrato com o governo
Richard Cantillon (1725):	indivíduo assumindo, planejando, supervisionando e organizando
Jean Baptist Say (1803):	separa os lucros do empreendedor do lucro do capitalista
Francis Walter (1876):	estabelece distinção entre os que fornecem fundos (capital) e recebem lucros gerados por sua capacidade gerencial
Joseph Schumpeter (1934):	empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia inédita
David McClelland (1961):	empreendedor é um tomador de risco moderado
Peter Drucker (1964):	empreendedor maximiza oportunidades
Albert Shapero (1975):	empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sócioeconômicos, e aceita risco de fracasso
Karl Vesper (1976):	empreendedores parecem diferentes de economistas, engenheiros, gestores e políticos
Gifford Pinchott (1983):	<i>intrapreneur</i> é um empreendedor dentro de uma organização já estabelecida



Quadro 1 – Desenvolvimento da Teoria do Empreendedorismo

Fonte: Hisrich. e Peters (2004).

2.1 ABORDAGENS DOS ECONOMISTAS

O empreendedorismo constituiu-se primeiro objeto de estudo da economia. De acordo com Farah *apud* Cavalcanti (2007), os precursores do empreendedorismo foram os economistas Cantillon (1755) e Say (1839). Contudo, “eles não estavam interessados somente em economia, mas também em empresas, criação de novos empreendimentos, desenvolvimento e gerenciamento de negócios” (FILION, 1999, p.6).

Cantillon era natural da Irlanda, nasceu por volta de 1680, sua família era originária da Normandia, durante o reinado de Willian, o Conquistador, foi designado ao governo de um pequeno território, aproximadamente do tamanho de um município na Irlanda.

Em 1716 após a queda dos Stuarts na Grã-bretanha, Cantillon fugiu para Paris onde havia grande concentração de imigrantes irlandeses e logo se tornaria um de seus patronos.

Em Paris, fundou um estabelecimento bancário, hoje, poderia ser descrito como capitalista de risco. Vivava de rendas e buscava oportunidades de investimentos. “Era capaz de analisar uma operação identificando nela elementos que já eram lucrativos e os que poderiam vir a ser ainda mais” (FILION, 1999 p.6).

Richard Cantillon teve sua obra publicada postumamente em 1755, “Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral” associando o empreendedor a oportunidades de lucro não exploradas e o risco intrínseco a sua exploração (Boava, 2007).

Cantillon definia o empreendedor como quem investe capital próprio na compra de mercadorias para depois revendê-las a preços incertos, com isso corre riscos e aproveita oportunidades, com o objetivo de conseguir lucros (Dornelas 2001).

Em suas reflexões ainda sugere, conforme posto por Boava, que:

O desenvolvimento da sociedade em três classes funcionais, empreendedores, proprietários de terra e trabalhadores. Os empreendedores seriam responsáveis pelas mudanças no sistema econômico, posto que assumiriam os riscos necessários (BOAVA, 2007, p.38).

Jean Baptiste Say (1767-1832), foi o segundo autor a demonstrar interesse pelos empreendedores. Ele era industrial e economista clássico francês, no início do século XIX, amplia a definição de empreendedorismo para incluir no conceito fatores de produção (SAHLMAN *et al*, 1999, *apud* GREATTI, 2003).

Say era considerado um economista, porque naquele tempo as ciências gerenciais não existiam, e qualquer pessoa que despertasse interesse em organizações ou ponderasse sobre criação e distribuição de riquezas seria classificado como economista (Filion, 1999).

Em um primeiro momento, Say procurou seguir carreira comercial, porém, depois de ler a Riqueza das Nações, de Adam Smith, passou a se interessar pela Economia Política. De acordo com Filion (1999), Say era grande admirador de Adam Smith e da Revolução Industrial, com isso, tentou constituir um corpo teórico que possibilitaria o advento da revolução industrial na França, pois considerava o desenvolvimento econômico com resultado de novos empreendimentos.

Ele foi o primeiro a fazer a distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. Com isso, “associou os empreendedores à inovação e via-os como agentes da mudança” (FILION, 1999, p.7).

Na visão do autor, Say é considerado o pai do empreendedorismo. “Ele próprio era um empreendedor e foi o primeiro a definir as fronteiras do que é ser um empreendedor na concepção moderna do termo” (FILION, 1999, p.7). Acompanhando a linha do tempo na



evolução do conceito de empreendedorismo o próximo, e por alguns autores considerado figura central no estudo do empreendedorismo é Schumpeter (1928).

Josef A. Schumpeter (1883-1950), foi quem deu projeção ao empreendedorismo, associando definitivamente ao conceito de inovação e apontando como componente que dispara e explica o desenvolvimento econômico (Dolabela, 1999). Austríaco, nascido na Morávia e educado em Viena, depois de um tempo no Egito, em seguida tornou-se professor de Economia (SELDON & PENNANCE, 1969, *apud*, Greatti, 2003). Em 1932, foi lecionar na Universidade de Harvard.

Entre as principais obras de Schumpeter, temos: *Theory of Economic Development*, 1932 (Teoria do Desenvolvimento Econômico); *Business Cycles*, 1939 (Ciclos Econômicos); *Capitalism, Socialism and Democracy*, 1942 (Socialismo, Capitalismo e Democracia) e *History of Economic Analysis* (Historia da Análise Econômica), uma obra inacabada e publicada postumamente, em 1954, estas obras reunidas mostram a versatilidade do autor (SANDRONI, 1994, *apud* Greatti, 2003).

Na visão de Schumpeter (1985), o desenvolvimento é definido pela realização de novas combinações, para tanto, ele engloba cinco categorias de fatores:

1. Introdução de um novo bem, (com o qual consumidores ainda não estejam familiarizados), ou uma nova qualidade de um bem;
2. Introdução de um novo método de produção que ainda não tenha sido testado em determinada área, pode consistir em uma nova descoberta científica, ou numa nova maneira de comercializar uma mercadoria;
3. Abertura de um novo mercado, ainda não explorado, independente do fato do mercado já existir ou não;
4. Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados; também independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada;
5. Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio.

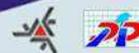
Na visão de Schumpeter (1985), a realização de combinações novas significa, por conseguinte, o emprego diferente da oferta de meios produtivos existentes no sistema econômico.

Se por um lado economistas com Smith(1776), Mill (1848), Knight (1921), Innis (1930; 1956), Baumol (1968), Broehl (1978), Leff (1978; 1979) e Kent *et al.* (1982), estavam preocupados em mostrar o empreendedorismo como motor do sistema econômico, por outro, Cantillon, Say, Schumpeter e outros, como Clark, Higgins e Baumol, focavam o aspecto da inovação que o empreendedorismo proporcionava (CAVALCANTI, 2007, p. 397).

De acordo com Filion (1999), na economia os empreendedores são citados, porém, aparecem muito pouco, por vezes nem aparecem, nos modelos clássicos do desenvolvimento econômico.

E quando aparecem são representados por uma função. No caso, dos economistas interessados pelos empreendedores, normalmente eles ficam a margem. Isto ocorre porque os economistas se recusam a aceitar modelos não quantificáveis, portanto, não conseguiram criar uma ciência fundamentada no comportamento dos empreendedores. Isto proporcionou aos comportamentalistas, procurar entender o universo dos empreendedores e a desvendar o comportamento e as atitudes do empreendedor, bem como as suas principais características.

2.2 ABORDAGENS DOS COMPORTAMENTALISTAS



Os comportamentalistas, (psicólogos, sociólogos, especialistas do comportamento humano) abordam o empreendedorismo sob um prisma qualitativo, procurando identificar nos empreendedores características de personalidade, comportamento, atitudes e valores, que os levam a se aventurar nos negócios.

De acordo com Filion (1999), um dos primeiros autores dentre os comportamentalistas, que desenvolveu interesse pelos empreendedores foi Max Weber (1930). Ele recorreu a um sistema de valores como principal elemento para explicar o comportamento empreendedor, “Ele via os empreendedores como inovadores pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal” (FILION, 1999, p. 08).

Porém, foi David C. McClelland quem deu início aos estudos com maior representatividade nas ciências comportamentais. De acordo com Dolabela (1999), McClelland (1961) encontrou na história a razão para a existência das grandes civilizações, o autor aponta os heróis nacionais como modelos para as gerações seguintes, que tenderiam a imitá-los em seu comportamento, para isso, se habilitariam para superar os obstáculos e estender os limites do possível. McClelland conclui então, que um povo exposto a tal influência desenvolvia grande necessidade de realização e vinculava essa necessidade aos empreendedores, “Definiu então os empreendedores como pessoas voltadas para a auto realização” (DOLABELA, 1999, p. 48).

No entanto, a concepção sobre empreendedores de McClelland difere das definições publicadas sobre o assunto, segundo ele:

Um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que seja só para o seu consumo pessoal. De acordo com a minha definição, um executivo em uma unidade produtora de aço na União Soviética é um empreendedor (MCCLELLAND, 1961, *apud* FILION, 1999, p. 8).

As pesquisas de McClelland foram analisadas por outros pesquisadores, que consideraram algumas limitações quanto a um resultado satisfatório. Brockhaus *apud* Filion (1999), verificou que McClelland nunca fez qualquer relação entre necessidade de auto realização e a criação ou até mesmo gerência de um negócio. Gasse *apud* Filion (1999), constatou que ele havia limitado sua pesquisa a certos setores de atividade econômica, portanto, a necessidade de realização estará atrelada com valores daquela sociedade. Assim, os valores que são relevantes em uma sociedade em uma determinada época, podem não ser para outra sociedade ou em outra época.

No entanto, a pesquisa de McClelland contribuiu no sentido de mostrar que o ser humano é um produto social. Filion (1999), considera plausível pensar que os seres humanos tendem a reproduzir os seus próprio modelos.

De acordo com Dolabela (1999), durante 20 anos, até a década de 1980, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo, foram apresentadas inúmeras pesquisas e publicações com o objetivo de definir o que é o empreendedor e suas característica. No entanto, os resultados obtidos são variados e muitas vezes contraditórios.

Apesar dos esforços científicos de se definir um perfil psicológico do empreendedor, não foi possível estabelecer nenhum resultado conclusivo, devido às inúmeras variáveis que competem na sua formação.

As pesquisas nesta área devem abordar todas as variáveis na amostragem, o que não foi feito pelos comportamentalistas. Além disso, não há concordância entre os pesquisadores quanto à definição do que seja um empreendedor. Embora não haja um consenso científico, pode-se dizer se uma pessoa tem as características e aptidões comumente encontradas em um empreendedor de sucesso, porém, não é possível dizer se essa pessoa vai obter sucesso ou não como empreendedor (Dolabela, 1999).



Na visão de Filion (1999), uma das conclusões a serem observadas a no que diz respeito das características dos empreendedores é que eles podem ser resumidos como arquétipo do ser social, sendo assim, produto do ambiente em que vivem.

Do ponto de vista do comportamento empreendedor, o empreendedorismo parece ser antes e acima de tudo um fenômeno regional. As culturas, as necessidades e os hábitos de uma região determinam os comportamentos. Os empreendedores integram, assimilam e interpretam esses comportamentos e isso está refletido na maneira como agem e contraem suas empresas (FILION, 1999, p. 10).

Ainda que já esteja instituída a globalização, situação em que os empreendedores exercem influência além dos limites de sua região, a base de seu relacionamento mantém-se a nível regional e os empreendedores locais geralmente refletem a cultura de suas comunidades.

2.3 ABORDAGEM DOS PÓS-COMPORTAMENTALISTAS

Filion (1999) argumenta que no campo do comportamentalismo não houve nenhuma pesquisa conclusiva que define o perfil do empreendedor em potencial. Porém, algumas características empreendedoras foram definidas, o que serve como referência para futuros empreendedores se capacitarem.

Assim, Filion acredita que: “Na verdade, o escopo da palavra comportamento foi estendido e já não pertence exclusivamente aos comportamentalistas. As pesquisas deslocam-se para outras esferas, (...)” (FILION, 1999, P.11).

A partir dos anos 80 as pesquisas em torno do empreendedorismo expandiram-se nas diferentes áreas de estudo, especialmente nas ciências humanas e gerenciais. Cada qual realiza os estudos conforme sua perspectiva, (cultura, lógica, metodologia). Em razão desta multidisciplinaridade há uma falta de consenso sobre uma definição do que seja empreendedorismo.

Dolabela (1999), observa que apesar das varias definições feitas, há uma concordância entre os especialistas de uma mesma área.

Assim, os economistas associam os empreendedores a inovação e ao papel fundamental no desenvolvimento econômico. Os comportamentalistas atribuem aos empreendedores às características de criatividade, persistência e internalidade, (...) Financistas definem o empreendedor como alguém capaz de calcular riscos (...) Para o pessoal de marketing, são pessoas que identificam oportunidades e se preocupam com o consumidor (DOLABELA, 1999, p.52).

A expansão dos estudos no campo do empreendedorismo é consequência da quantidade de novos empreendimentos, que são em sua maioria micro e pequenas empresas, estas contribuem com um grande percentual do PIB (produto interno bruto), e respondem por grande parte das ocupações geradas no país.

3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil começa a se consolidar definitivamente na década de 1990, quando de acordo com Dornelas (2001), foi criada entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Antes disto o empreendedor não tinha aonde buscar informações e apoio, praticamente não se falava de empreendedorismo, e o ambiente econômico e político não eram favoráveis para a criação de novos negócios.



No ano 2000 o Brasil inicia a sua participação nas pesquisas do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que é um estudo feito atualmente em 50 países, que representam juntos 90% do PIB e 2/3 da população mundial (GEM, 2007).

De acordo com o GEM (2007), o Brasil situa-se na 10ª posição no *ranking* da taxa de empreendedores em estágio inicial, 11,7% da população adulta está ativamente envolvida na criação de novos empreendimentos com até 42 meses. Já a taxa de empreendedores estabelecidos é de 12,09% em 2006, o que coloca o país na 5ª posição neste *ranking*.

A taxa de empreendimentos iniciais não teve alterações significativas ao longo do período analisado (2001 – 2006). Mas o GEM (2007) apresenta também a evolução da subdivisão das empresas iniciais. Que são as nascentes (negócios em implantação), e novas (negócios em funcionamento e gerando remuneração a pelo menos três meses), e este último teve uma queda significativa nos dois últimos anos. Isso indica que muitos negócios não ultrapassaram a fase de implantação, o que é negativo.

Um fato interessante é que em 2006, foi o primeiro ano dentro do período analisado em que a taxa de empreendedores estabelecidos é maior que a taxa de empreendedores iniciais. A taxa de empreendedores estabelecidos se manteve em crescimento ao longo do período analisado, e outro fator otimista é que a taxa de descontinuidade tem diminuído ao longo do período (2001 -2006).

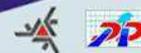
Outro aspecto abordado pelo GEM (2007) é a evolução da taxa de empreendedorismo por motivação (necessidade ou oportunidade). Em todos os países pesquisados a taxa de empreendedorismo por oportunidade é maior que a por necessidade. Mas no Brasil esta diferença é mínima, 6% oportunidade e 5,6% necessidade. As diferenças mais significativas estão nos países com renda alta, onde as iniciativas empreendedores decorrem do aproveitamento de oportunidades, enquanto que nos países de renda media estão relacionadas com a falta de opção no mercado de trabalho. Os empreendedores por oportunidade geralmente utilizam um potencial máximo de inovação, e o Brasil,

(...) caracteriza-se em geral por negócios pouco inovadores, sejam eles iniciais (nascentes e novos) ou estabelecidos, que atuam em segmentos de elevada competição e em setores tradicionais, com foco em prestação de serviços orientado ao consumidor (aproximadamente 2/3 dos empreendedores iniciais) e que demandam baixo investimento em virtude da escassa condição financeira dos empreendedores (GEM, 2007, p. 9).

Por sua vez, Fillion (2000), diz que a cultura do Brasil é a do empreendedor espontâneo e que o país possui uma riqueza natural inexplorada: o potencial empreendedor dos brasileiros.

Neste sentido poderia haver uma grande explosão de empreendedorismo, que ainda não aconteceu devido a alguns obstáculos, sendo ele:

- Falta de autoconfiança - os brasileiros precisam acreditar que são capazes;
- Falta de confiança entre os brasileiros - os brasileiros não confiam nos brasileiros, e isso em parte é consequência do obstáculo anterior;
- Necessidade de desenvolver abordagens próprias para o Brasil - que venham atender as necessidades da cultura nacional;
- Falta de disciplina, pois esta é uma condição para a superação dos três primeiros obstáculos.
- Necessidade de compartilhamento – as diferenças de riquezas no Brasil prejudicam a todos, pois traz consequência como queda na qualidade de vida;
- Burocracia – este obstáculo é em parte consequência de todos os outros, mas se as pessoas se tornarem mais autoconfiantes e confiar mais nas outras, há menor necessidade de controle e burocracia.



Contudo Fillion (2000), afirma que o Brasil é uma das regiões que mais chama atenção pelo crescimento da cultura empreendedora na última década. Ele acrescenta ainda que as culturas empreendedoras são regionais e locais, e que portanto o empreendedorismo é praticado de forma diferente nas várias regiões do país.

4 A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO

Os estudos acerca do empreendedorismo abrangem a sua relação com o desenvolvimento econômico local e sua contribuição com o PIB (Produto Interno Bruto), além dos aspectos sociais envolvidos.

De acordo com Dolabela (1999), os resultados de uma pesquisa realizada em 1999, pela GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) indicam “que o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país” (DOLABELA, 1999, p.40).

Esta pesquisa foi realizada em dez países – Canadá, França, Alemanha, Itália, Japão, Inglaterra, Estados Unidos, Dinamarca, Finlândia e Israel – foram consideradas as variáveis empreendedorismo e crescimento econômico e suas correlações.

A conclusão acerca da pesquisa “deixa claro que um pré-requisito para a atividade empreendedora em um país é a existência de um conjunto de valores sociais e culturais que possam encorajar a criação de novas empresas” (DOLABELA, 1999, p.40).

Nos dizeres de Stoner (1999), o empreendedorismo traz pelo menos três benefícios para a sociedade: instiga o crescimento econômico, amplia a produtividade e cria novas tecnologias, produtos e serviços.

De acordo com Stoner (1999), são as pequenas empresas que parecem gerar a maioria dos empregos na economia americana. Segundo ele o pesquisador David Birch, estimou que nos Estados Unidos mais de 4/5 dos empregos, são gerados por pequenas empresas. No Brasil de acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE (2005), as micro e pequenas empresas em conjunto responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais e por 57,2% dos empregos totais e por 26% da massa salarial.

Para Degen o empreendedorismo é importante porque torna possível aumentar a produção nacional, pois para ele, “ a riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população” (DEGEN, 1989, p. 9).

Com relação a criação de novas tecnologias e produtos, Degen (1989) constatou que o melhor recurso que o Brasil dispunha para solucionar os problemas socioeconômicos é a criatividade empreendedora do povo brasileiro, para criar novos bens e serviços. Schumpeter (1985), apresentou a importância dos empreendedores (homens de negócios) para o aumento da riqueza de um país. O desenvolvimento é ocasionado pelo processo de destruição criativa, é esse processo que gerará constantemente novos produtos e serviços, novos métodos de produção.

(...) é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou que diferem em um aspecto ou outro daqueles que tinham o hábito de usar (SCHUMPETER, 1985, p. 48).

Nesse sentido Degen (1989) exemplifica que o processo de destruição criativa obsoletou a caneta tinteiro em benefício da esferográfica, a régua de cálculo pela calculadora eletrônica e assim por diante. Sendo assim Degen (1989) atribui à criatividade dos empreendedores a obsolescência de produtos antigos e menos eficazes por novos mais eficazes (com custo e qualidade melhor), que trazem benefícios para todos.



5 VARIÁVEIS AMBIENTAIS QUE FAVORECEM O EMPREENDEDORISMO

De acordo com Dolabela (1999), até a década de 1970 as grandes empresas privadas e o Estado eram a principal base econômica para a sociedade. Porém, na década de 1980 alguns fatores como: o endividamento dos governos, a abertura dos mercados com o advento da globalização, e por consequência o aumento da concorrência, a mecanização dos processos produtivos, modificaram este cenário e moldaram uma nova ordem econômica.

Ocorre então uma diminuição no quadro de funcionários das empresas privadas motivados pela tecnologia e nos órgãos públicos para a redução dos déficits.

Com isso, as PMEs (Pequenas e Médias Empresas) passaram a ser as únicas criadoras de empregos, não só localmente, mas começaram a competir no mercado internacional.

No entanto, deve-se estabelecer condições favoráveis para o desenvolvimento das PMEs, Dolabela (1999) pondera a esse respeito, “Uma das características das PME é a sua dependência da comunidade local, que poderá ou não estar dotada de fatores importantes de aceleração do desenvolvimento, como ambiente favorável ao empreendedorismo (...)” (DOLABELA, 1999, p.30), ou seja, instituições de apoio, redes de financiamento, adesão comunitário para uma rede de negócios.

Deste modo, observa-se que para haver o desenvolvimento econômico local com vistas ao empreendedorismo, deve-se propor junto a: lideranças, instituições, empresas, grupos e associações comunitárias, onde todos influenciam e são influenciados, ações que deliberem o crescimento. . “É antes uma questão de dialogo entre todos os atores locais, que sinalize positivamente para o desenvolvimento” (DOLABELA, 1999, p.40).

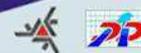
Uma postura empreendedora junto aos atores locais contribui para que o processo de desenvolvimento local almeje seus objetivos.

Para Stoner (1999) o empreendedorismo pode ser favorecido por variáveis econômicas e sociais. Segundo ele as variáveis econômicas que favorecem o empreendedorismo são as mesmas que promovem o desenvolvimento econômico, considerando que os empreendedores são essencialmente a promoção da mudança econômica. Com isso ele apresenta dois tipos de fatores relevantes: os incentivos de mercado e os relacionados com o estoque de capital. E as variáveis sociais que segundo Stoner (1999) favorecem o empreendedorismo são: a legitimidade dada aos empreendedores e ao comportamento empreendedor em dada cultura, as diferenças culturais, e a possibilidade de mobilidade social.

Os governos de varias esferas: municipal, estadual e federal tem se preocupado com a melhoria da economia, e buscado um crescimento autossustentável. E de acordo com Farah (2007), este crescimento segundo especialistas só se daria a partir de uma sensibilização de toda a sociedade local. Ele exemplifica que experiências assim têm ocorrido na Itália, Espanha, e no Brasil em locais como São Carlos, São José dos Campos, Itajubá (MG).

“Esse processo, segundo constatamos em nossas investigações, ocorre de duas formas: espontânea (natural) e induzida (artificial)” (FARAH, 2007, p.403). Sendo que a forma induzida é ocasionada pela ação de organizações representativas da sociedade local, é recente no Brasil e merece atenção por parte das autoridades e especialistas no assunto. Com a identificação da vocação local, apoio municipal ou regional, e a inserção da sociedade no processo, mobilizando os atuais ou potenciais empreendedores é possível desenvolver um processo “macroempreendedor” que possibilitará o crescimento auto - sustentável como diz Farah (2007).

6 REFERÊNCIAS



- BOAVA, F. M. F. M. **Estudo sobre o empreendedorismo na incubadora tecnológica de Maringá, a partir da fenomenologia social de Alfred Schutz**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá/Londrina, Londrina, 2007. Disponível em <http://www.ppa.uem.br>. Acesso em 11/06/2008.
- CANONICE, F. C. Bruhmer. **Normas e padrões para elaboração de trabalhos acadêmicos**. 2° Ed. Maringá: 2007.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6° Ed. São Paulo: Ed. De Cultura, c1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2° Ed. Rio de Janeiro: Campos, 2001.
- FARAH, O. E. Empreendedorismo estratégico. In: Marly Cavalcanti. (Org.). **Gestão estratégica de Negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação**. 2° ed. São Paulo: Thomson, 2007, p. 389 – 427.
- GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório executivo 2006**. Curitiba, 2007.
- GREATTI, Ligia. **Perfis empreendedores: Análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em administração, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2003. Disponível em <http://www.ppa.uem.br>. Acesso em 11/06/2008.
- HISRICH, D. R. e PETERS, P. M. **Empreendedorismo**, 5° Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v.34, n.2, abr-jun. 1999, p.05-28.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- STONER, J. A. F. e FEEMAN, R. E. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.