

SINERGIA

REVISTA DO INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS (ICEAC)

O SEBRAE E O FORTALECIMENTO DO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DO RELATÓRIO *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR* (GEM)

LARISSA FERREIRA TAVARES*
MARCIO SILVA RODRIGUES**

RESUMO

Em decorrência do discurso neoliberal instituído no Brasil após 1990 e o conseqüente afastamento do Estado, o Sebrae assume papel de destaque, colaborando com a disseminação do discurso do empreendedorismo. O empreendedorismo surge nesse cenário com o intuito de tentar suprir uma responsabilidade do Estado que parece estar sendo transferida para o indivíduo, no sentido de que este precisa virar-se por conta própria. Este estudo trata de uma breve reflexão do papel do Sebrae na disseminação do discurso do empreendedorismo. Nesta pesquisa de caráter predominantemente qualitativo, de natureza descritivo-interpretativa, utilizou-se a técnica de estudo de caso, tendo como unidade de análise o Sebrae. Os dados foram coletados de forma secundária (*sites*, notícias de jornais, relatórios e revistas especializadas) e tratados mediante análise documental. Após análise pode-se inferir que o perfil e conseqüentemente o conceito de empreendedor que surge no Brasil parece não ser mais o do indivíduo inovador, mas um indivíduo reativo e adaptativo às questões colocadas no mundo empresarial, o qual vê a oportunidade do empreendedorismo como sobrevivência no mercado atual.

Palavras-chave: Estado. Empreendedorismo. Empreendedor de si. Sebrae.

ABSTRACT

SEBRAE AND THE STRENGTHENING OF ENTREPRENEURSHIP DISCOURSE IN BRAZIL: AN ANALYSIS FROM THE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) REPORT

As a result of the neoliberal discourse established in Brazil after 1990 and the consequent removal of the State, Sebrae assumes leading role collaborating with the spread of entrepreneurship discourse in Brazil. Entrepreneurship arises in this scenario in order to try to meet a State responsibility that seems to be transferred to the individual in the sense that one needs to get by on one's own. Thus, this study aims to make a brief reflection of Sebrae role in the spread of entrepreneurship discourse. This is a predominantly qualitative research of descriptive and interpretative nature, using the case study technique and having Sebrae as an analysis unit. Data were collected in a secondary way (websites, newspapers, reports and journals) and treated by document analysis. Analysis showed that the profile and therefore the concept of entrepreneur in Brazil seems to be no more that of an innovative individual, but of a reactive and adaptive individual within the business world matters, who sees entrepreneurship opportunity as survival in the current market.

Keywords: State. Entrepreneurship. Self-entrepreneur. Sebrae.

Recebido em: 03/07/2015 Aceito em: 24/08/2015

1. INTRODUÇÃO

Em decorrência das transformações sociais, políticas e econômicas ocorridas nos últimos dois séculos, o trabalho, na forma como se apresentou até boa parte da segunda metade do século XX, isto é, como elemento de coesão social, viu-se colocado em xeque, pois, conforme sugere Nardi (2002, p. 7), "no capitalismo contemporâneo, o pleno emprego tornou-se pouco provável", e os postos de trabalho não seriam suficientes para alojar todos os indivíduos desfilados da condição de assalariamento.

Assim, atualmente, não só o Estado, também as empresas não estão conseguindo garantir uma integração sólida para a grande massa de trabalhadores, já que, devido à flexibilidade e a ideia de curto prazo, não só na forma econômica como socialmente, esse mundo não oferece muita coisa. Os empregos, assim como surgem, também desaparecem e a destruição criativa conforme afirmou Schumpeter exige pessoas que estejam à vontade com a ideia de não calcular as possíveis conseqüências da mudança ou

* Professora no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-Rio-Grandense; graduada em Administração; mestra em Sociologia pela Universidade Federal de Pelotas. Endereço R. Ana Gonçalves da Silva, 901 - Olaria, Camaquã - RS, 96180-000 - IFSul - Campus Camaquã. e-mail: larissaftavares@gmail.com

** Professor no curso de Bacharelado em Administração, no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais da Universidade Federal de Pelotas; doutor em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina. Endereço Rua Gomes Carneiro, n.1, Campus Porto, Centro - Pelotas/RS Sala 420 - Faculdade de Administração e de Turismo - Fone (53) 3921 1326 e-mail: marciosilvarodrigues@gmail.com

não saber o que virá posteriormente (SENNET, 2006).

Ao considerarmos essas condições de insegurança e de instabilidade apresentadas por tal cenário, percebe-se a existência de um discurso que convoca o indivíduo a responsabilizar-se pela sua condição de empregabilidade, fazendo de “si mesmo” um “capital humano”. Em outras palavras: “o indivíduo é convocado a tomar seu lugar e a fazer de si mesmo seu melhor patrimônio” (BENDASSOLLI, 2000, p. 217).

Dentro desse novo paradigma, conforme Ehrenberg (2010), tem-se a valorização da imagem de indivíduo “autônomo” e “independente” diante de filiações coletivas estáveis, ou seja, um indivíduo móvel que se vê impelido a encontrar por si mesmo referências para sua existência e realização por meio de sua ação pessoal.

O que estamos testemunhando seria, nas palavras de Barbosa (2011, p. 138), a tentativa de uma “construção da imagem do empreendedor de si mesmo como o indivíduo capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível”. Logo, o espírito empreendedor é disseminado como forma de salvação em todos os sentidos: seja para montar um negócio próprio e “garantir” seu emprego, ou como característica pessoal, na busca constante por qualificação e atualização, isto é, como propôs Ehrenberg (2010), o empreendedorismo é possível para todos.

No Brasil, em decorrência das políticas econômicas de inspiração neoliberal implantadas nos governos Fernando Collor de Mello e Fernando Henrique Cardoso durante a década de 1990, e da consequente minimização do papel do Estado no processo de intervenção na economia, o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) assumiu um papel de destaque no cenário socioeconômico brasileiro, colaborando com a capacitação dos empreendedores, ao disponibilizar os saberes necessários para criação e manutenção de uma empresa eficiente (ESCARLATE, 2010).

Desse modo, devido à ressignificação da influência do Estado, da noção de indivíduo, como também das mudanças no mundo do trabalho, o discurso voltado para o empreendedorismo surge para ressocializar “os excluídos do mundo empresarial e banidos do emprego formal” (MELO, 2008, p. 21) e para confirmar a ideia de que o Estado e as empresas já não podem dar aos indivíduos garantias como o pleno emprego.

Neste sentido, a noção de empreendedor de si mesmo emerge como prática discursiva de um cenário político, social e econômico instaurado pelo receituário neoliberal, tendo como objetivo a tentativa de “transferir” responsabilidades, outrora atribuídas ao Estado, aos indivíduos, pois, “em lugar da vida dentro da instituição, o atual discurso é movido em direção a maior iniciativa dos indivíduos e a capacidade empreendedora pessoal” (SENNET, 2006, p. 48). O indivíduo é convocado a engajar-se em novos projetos permanecendo o tempo necessário para aproveitar as oportunidades de adquirir conhecimentos com o objetivo de manter-se empregável (BARBOSA; MARTINS JR., 2012). Esse novo espírito, “erguido sob a égide de uma lógica organizacional conexcionista (redes), promove os discursos do desenvolvimento pessoal e da empregabilidade” (BARBOSA; MARTINS JR., 2012, p. 85).

Dito isso, esse estudo objetiva analisar o papel do Sebrae na disseminação e reprodução do empreendedorismo no contexto de desregulação da economia e flexibilização das relações de trabalho, obedecendo à seguinte estrutura: neste capítulo apresenta-se o problema a ser investigado, o objetivo do trabalho e a justificativa para a realização deste estudo. Logo após, realiza-se uma breve descrição das transformações sofridas pelo Estado decorrentes do esgotamento do modelo de Bem-Estar Social, enfatizando a emergência do chamado indivíduo empreendedor de si. Na sequência, após uma breve contextualização das referidas transformações no Brasil, reforça-se a definição de empreendedor, destacando algumas de suas principais características. No quinto capítulo, realiza-se uma descrição da organização pesquisada (Sebrae) e dos dados do relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2012. Por último, tecem-se algumas considerações sobre o papel do Sebrae na construção da lógica do novo indivíduo e os impactos disso na sociedade.

Tal estudo nasce da ideia de se questionar os impactos na sociedade em relação à passagem de um Estado garantidor de direitos sociais básicos aos indivíduos para um Estado que não garante as condições necessárias para que esse vença economicamente. Como contribuição, este estudo se justifica por tentar enriquecer o volume de pesquisas e trabalhos publicados na área de Sociologia e de Administração sobre o tema empreendedorismo trazendo uma reflexão que contribua para o aprimoramento e o aprofundamento de tal teoria, bem como trazer um alerta para a sociedade.

2. SOBRE O ESGOTAMENTO DO ESTADO DE BEM-ESTAR E A EMERGÊNCIA DO INDIVÍDUO EMPREENDEDOR DE SI MESMO

Amplamente adotado após a II Guerra Mundial por grande parte dos países ocidentais, o modelo de Estado de Bem-Estar Keynesiano, caracterizado por uma forte intervenção estatal e o amplo acesso a bens públicos, predominou até meados dos anos 1970.

Com o objetivo de reorganizar suas políticas econômicas e de reestruturar seus Estados, tornando-os mais eficientes, flexíveis, menos onerosos e adaptados ao contexto econômico emergente, a partir da

segunda metade da década de 1970, grande parte das nações ditas desenvolvidas empreenderam ações diversas que se orientaram à consolidação do chamado Estado mínimo.

Caracterizado por ideais neoliberais, conforme afirma Iglesias (2006), essas transformações caberiam assegurar as condições, econômicas, políticas e culturais necessárias à valorização do capital e da reprodução da força de trabalho. Ainda que esse discurso já se fizesse presente desde a década de 1970 nos países centrais, esse só adquiriu força no Brasil durante as eleições presidenciais em 1989.

Derivadas não só da reestruturação produtiva, como também das reformas dos Estados, dos avanços da tecnologia de informação, da mundialização sociocultural e das lutas sociais pela democracia, o esgotamento do Estado de Bem-Estar Social acarretou algumas transformações entre Estado, sociedade e organizações (PAES DE PAULA, 2001). Sendo assim, é possível prever que, atualmente, a sociabilidade do indivíduo se dá no fato de este estar ligado à empresa (GUERREIRO RAMOS, 1989), porém sabe-se que hoje, o mercado tornou-se incapaz de oferecer emprego a todos, emprego este vinculado ao sentido tradicional do termo, em que a relação empregador-empregado era uma relação estável e prolongada marcada por um conjunto de garantias sociais (emprego formal), conforme defende Bendassolli (2000).

Segundo tal autor, com o advento do novo capitalismo, isto é, com o avanço da tecnologia, o surgimento da flexibilização nas relações de trabalho e em função de novas variáveis na economia do país e do mundo globalizado que surgiram, a saber: “fragmentação das cadeias produtivas, aumento da produtividade do trabalho, disseminação dos meios de transmissão de informação etc.” (BENDASSOLLI, 2000, p. 205) essa ideia de pleno emprego fica atualmente comprometida.

Atrelado a isso, de maneira muito dinâmica, conforme afirma Bendassolli (2000), o mercado também modifica suas regras fazendo com que não só os níveis de escolarização elevem-se, como também o refinamento dos currículos e das experiências profissionais se torne mais complexo. Desse modo, é possível pensar que se no período fordista e na era do pleno emprego a identidade profissional estava em consonância com a identidade pessoal e o indivíduo podia planejar seu futuro, visto que em sua base havia uma segurança estatal que garantia o cumprimento das responsabilidades assumidas por ambas as partes, agora, a ideia de segurança faz parte do passado. Conforme sugere Bauman (2001) a segurança num futuro garantido, em que o indivíduo estaria sempre junto à mesma empresa ou profissão, faz parte, no atual cenário, para grande parte da população de um passado que dificilmente poderá voltar sem alterações.

Como consequência disso, Bendassolli (2000, p. 205), ao trazer a ideia de Rifkin, defende que os indicadores sociais apontam uma considerável ampliação do número de pessoas que não têm emprego, ou que estão sob regime ‘informal’, ou perderam o emprego no processo de reestruturação das empresas e das regras do mercado que é agora informatizado. Sendo assim, a condição atual é de insegurança e instabilidade, e para sobreviver o indivíduo é convocado a responsabilizar-se pela sua condição de sobrevivência e empregabilidade fazendo de seu capital um capital de cada vez mais valor, isto é, segundo Bendassolli, (2000, p. 217) “o indivíduo é convocado a tomar seu lugar e a fazer de si mesmo seu melhor patrimônio”.

Emerge então a ideia de indivíduo como empreendedor de si mesmo, conforme cita Bendassolli (2000), isto é, um discurso empresarial instala uma nova crença nos costumes da sociedade: um novo discurso que instiga os indivíduos a pautarem-se pela ação individual própria, seja na esfera do trabalho, seja para arranjar ou manter um relacionamento afetivo.

Dentro desse novo paradigma, existe, para Ehrenberg (2010), uma valorização da mobilidade deste indivíduo autônomo e independente, que necessita encontrar por si mesmo referências para a sua existência e realização por meio de sua ação pessoal. Desse modo, é possível pressupor que o indivíduo de hoje coleciona sensações e opera a partir de uma ‘intranquilidade permanente’ (EHRENBURG, 2010), transformando-se em um empresário de si que negocia e vende sua marca, tudo isso dependendo exclusivamente de sua iniciativa pessoal.

É nessa perspectiva que tais autores defendem que estamos hoje “numa sociedade em que o principal indicador subjetivo e social tornou-se a referência a si” (BENDASSOLLI, 2000, p. 206). Seguindo a perspectiva de Ehrenberg, Bendassolli (2000, p. 206) aponta que ao confrontar-se com a incerteza, cada indivíduo agora, precisa “apoiar-se sobre si mesmo para inventar sua própria vida, lhe conferir sentido e engajar-se ativamente”, isto é, ao responsabilizar os agentes, emerge a ideia do indivíduo como “empreendedor de si mesmo, responsável por sua condição de empregabilidade” (BARBOSA, 2011, p. 135).

3. DAS TRANSFORMAÇÕES NO BRASIL E DAS DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO

Marcado por uma reestruturação produtiva, o Brasil na década de 1980 presencia, de forma ainda muito incipiente, o empreendedorismo como movimento social mundial, fazendo emergir uma nova ética para o trabalho que vem mostrar o comportamento aconselhável a ser seguido pelos indivíduos. Dito de

outra maneira, o empreendedorismo é apresentado ou como impulso do progresso econômico ou como uma estratégia de reinserção no mercado (COLBARI, 2006).

Foi na década de 1990 que o empreendedorismo ganhou força no Brasil. A abertura da economia, o advento da globalização, o controle da inflação e a estabilidade econômica foram “fundamentais para o processo de reestruturação das empresas, permitindo principalmente o planejamento das suas ações” (ESCARLATE, 2010, p. 14), fazendo deste, um contexto muito favorável para o aparecimento dos micro e pequenos negócios.

Refletindo ainda sobre as transformações éticas do capitalismo, Melo (2008) traz as reflexões do autor López-Ruiz, o qual defende que no início do século XX, o *status* social não era centrado no controle individual da propriedade e sim no mercado de trabalho, onde os jovens desejavam ser empregados de grandes empresas. Conforme o autor, nos anos 1990, em função da reestruturação, o capital de cada indivíduo depreciava-se fazendo emergir aí a ideia de indivíduo enquanto empresa, onde segundo afirma Melo (2008, p. 4), “cada pessoa deve, portanto, (e isso é uma obrigação moral) aumentar suas habilidades e competências, ou seja, precisa investir em si próprio, gerir seu próprio capital”.

Dessa forma, na perspectiva da autora, os executivos estão na empresa com o intuito de elevar seu próprio capital, e ainda, com a ajuda das bibliografias como também da mídia, os valores de trabalhadores-investidores são divulgados e reificados cada vez mais. Esta nova ética empreendedora valoriza características individuais como “a capacidade de adaptação, liderança, motivar os outros, tomar decisões, criatividade” (MELO, 2008, p. 7).

Aplicado nas últimas décadas em estudos de diversas áreas o termo empreendedorismo foi utilizado pela primeira vez em meados do século XVIII, num esforço no sentido de tentar identificar quem era o indivíduo empreendedor. Cantillon como pioneiro no uso do termo define o empreendedor como aquele indivíduo responsável por criar ou gerenciar uma empresa cuja competência essencial está na capacidade de assumir que “dirigir uma empresa é, necessariamente, decidir sobre uma incerteza permanente e total” (RODRIGUES, 2013, p. 56).

Logo, o termo foi utilizado pelo economista francês Jean Baptiste Say no século XIX e XX, pelo economista Joseph Schumpeter com sua definição de empreendedor e além dele, a partir da metade do século XX, autores como Baumol (1968), Peter Drucker (1974), Kets de Vries (1977), entre outros, se dedicaram aos estudos sobre o tema. Apesar das diferentes definições apresentadas, todas relacionaram empreendedorismo e comportamento empreendedor “às ideias de inovação, de liderança, de visão de mercado, de gerenciamento de riscos, de fixação de objetivos, de uso de oportunidades, entre outras” (ESCARLATE, 2010, p. 9).

Considerando o conceito de Schumpeter, empreendedor

é, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele ‘educados’; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que têm o hábito de consumir”. (SCHUMPETER, 1988).

Para ele, o indivíduo empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico e este não pertence a uma classe social, é fruto de conquista. Não é pelo fato de correr riscos ou ter controle da propriedade é que o capitalista ou acionista pode ser considerado empreendedor. Para ele, características como comportamento excepcional, “obstinação acima da média, e qualidades raras, tanto intelectuais quanto psíquicas” (MARTES, 2010, p. 262) são exigidas.

O empreendedor encontra-se nas mãos de sua intuição e a primeira tarefa deste é compreender a realidade a qual está inserido e atuando; além de estimulado pelas dificuldades que enfrenta, o empreendedor precisa dispor de uma enorme força de vontade; saber lidar com a reação de oposição do ambiente social; ter capacidade de liderança e motivação. Nessa perspectiva, Steiner (2006) defende que para Schumpeter o empreendedor não se move através dos princípios do cálculo custo-benefício, isto é, pela racionalidade instrumental, mas sim por motivos como criação de um império industrial, sede de poder, gosto pelo sucesso entre outros.

Definindo o empreendedor nos dias de hoje, a partir das cartilhas do Sebrae, Escarlata (2010, p. 9) argumenta que o empreendedor é um indivíduo capaz de pensar e agir de forma inovadora, quando identifica e cria oportunidades, “inspirando, renovando e liderando processos, tornando possível o que parece impossível, entusiasmando pessoas, combatendo a acomodação à rotina e assumindo riscos calculados em favor do lucro”.

Contribuindo para disseminar esta lógica do empreendedorismo, algumas instituições como o Sebrae desenvolvem oportunidades de aprendizado no campo do empreendedorismo. O Sebrae colabora com a capacitação dos empreendedores disponibilizando saberes necessários, pois “o empreendedor do futuro é aquele que consegue olhar mais longe. É aquele capaz de antever as tendências do mercado e se antecipar a elas. Ele entende que o mundo mudou e que é preciso aprender a se mover nesse novo mundo”

(ESCARLATE, 2010, p. 4).

4. MÉTODO

Nesta pesquisa de caráter predominantemente qualitativo, de natureza descritivo-interpretativa, utilizou-se a técnica de estudo de caso, tendo como unidade de análise o Sebrae. A coleta de dados se deu de forma secundária a partir de *sites*, notícias de jornais, relatórios e revistas especializadas; sendo a análise de dados tratados mediante análise documental, a qual se vale de documentos “originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor” (SÁ-SILVA et al., 2009), isto é, caracteriza-se pela busca de informações que não receberam tratamento científico. Logo, ao selecionar os textos a serem analisados, o pesquisador “deve localizar os textos pertinentes e avaliar a sua credibilidade, assim como sua representatividade” (CELLARD, 2010, p. 296). Dito isso, apresenta-se na seção a seguir alguns dados coletados do relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) elaborado pelo Sebrae.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Existente como instituição desde 1972, o Sebrae, por meio de parcerias públicas e privadas, define-se como instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública que promove programas de capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados. Tal instituição trabalha ainda, pela redução da carga tributária e da burocracia, facilitando a abertura de mercados e ampliação de acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação das micro e pequenas empresas (SEBRAE, 2013). Atendendo às micro e pequenas empresas, em todo o território nacional, além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com escritórios nas 27 unidades da Federação, com quase 700 pontos de atendimento, conforme o sítio do Sebrae.

Parte desse esforço ganhou visibilidade com a aprovação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06), a qual estabeleceu um ambiente favorável ao crescimento dos pequenos negócios. A legislação contabiliza avanços especialmente no Simples Nacional (Supersimples) e no incentivo à formalização do Empreendedor Individual (Lei Complementar 128/08).

Utilizando-se de diversos produtos para disseminar o espírito empreendedor, tal instituição promove cursos, consultorias, treinamentos, palestras, seminários, eventos e publicações, entre outros, fazendo atendimento de forma individual ou coletiva e de modo presencial ou à distância. O objetivo, segundo o sítio da instituição, é prestar um atendimento de primeira qualidade e continuado, possibilitando um relacionamento duradouro e assistido entre o Sebrae e o empreendedor.

Desde o ano 2000, o Brasil participa de uma pesquisa realizada sobre o tema empreendedorismo intitulada *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Iniciada em 1999, regida pela Babson College e London Business School, e no Brasil pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), além da parceria técnica e financeira do Sebrae, em 2011 a pesquisa passa a contar com o apoio técnico do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas, e no ano 2012, conforme o significativo aumento da amostra pesquisada, o GEM Brasil entra em uma nova etapa, melhorando não só as estimativas no âmbito nacional, como também regionais.

Com a participação de 69 países, no ano de 2012 foi realizado “o levantamento de dados junto à população entre 18 e 64 anos e a obtenção de opiniões de especialistas sobre as condições existentes nos países para o desenvolvimento de novos negócios” (RELATÓRIO GEM, 2012, p. 7).

Tendo como foco o empreendedor e não o empreendimento em si, a pesquisa GEM no Brasil contou com a participação de 10.000 entrevistados, residentes nas cinco regiões do país (2.000 entrevistados em cada uma das regiões). Ainda assim, foram entrevistados 87 especialistas de diversos segmentos da sociedade brasileira. Conforme o relatório GEM de 2012 considerou-se para esta pesquisa o conceito de empreendedorismo como sendo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, ou seja, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Nesse sentido, com o intuito de auxiliar no mapeamento do perfil do empreendedor brasileiro alguns pontos da pesquisa GEM devem ser destacados, como por exemplo, a postura da população brasileira em relação à atividade empreendedora e avaliação dos especialistas sobre as condições para empreender no país.

Como resposta a isso, 33,7% dos respondentes afirmaram conhecer pessoas que abriram um negócio novo nos últimos dois anos; 50,2% dos respondentes percebem boas oportunidades para os próximos seis meses para iniciar um novo negócio (diferença de 7 pontos em relação à pesquisa de 2011), destacando-se a região Nordeste com 52,8%. Em relação ao medo do fracasso e contribuindo para o impedimento de início de um novo negócio, 35,5% dos entrevistados relataram ter medo de fracassar, sendo o percentual menor do que a média brasileira nas regiões Norte (31,1%) e Nordeste (33,0%).

Nas afirmações “novo negócio como uma opção desejável de carreira” e “*status* e respeito perante a

sociedade”, os percentuais foram acima de 80%, mostrando assim o alto prestígio que a carreira empreendedora vem obtendo junto à população (RELATÓRIO GEM, 2012). Em relação à questão do sonho brasileiro, o sonho de ter um negócio próprio (43,5%) superou o desejo de ter uma carreira em uma empresa (24,7%), ficando entre os três primeiros sonhos nas cinco regiões pesquisadas, juntamente com o de viajar pelo Brasil e ter uma casa própria.

Ainda nesta pesquisa os entrevistados responderam uma questão aberta onde deveriam indicar três aspectos que consideram mais limitantes ao empreendedorismo, três mais favoráveis e três recomendações para melhorar o cenário para empreender. Segundo o relatório GEM de 2012, nos fatores favoráveis verificou-se o clima econômico, as normas culturais e sociais e ainda, infraestrutura comercial e profissional. Já, políticas governamentais, apoio financeiro e educação e capacitação foram apontados como fatores passíveis de melhorias, variando bastante de região para região. Ainda de forma favorável, conforme o GEM 2012 (p. 10), obteve-se como resposta os “aspectos ligados à percepção de oportunidades no ambiente de negócios, a valorização da inovação pelos consumidores brasileiros e a atual dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino” e limitantes para o empreendedorismo, o “nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio” e as “políticas governamentais: burocracia e impostos” destacaram-se nas respostas dos entrevistados.

Em relação ao número de empreendedores no Brasil segundo o estágio em que se encontra o empreendimento, em 2012, conforme a pesquisa GEM, 30,2% dos indivíduos adultos da população eram empreendedores iniciais ou estabelecidos, sendo 15,4% da população em estágio inicial, 4,5% empreendedores nascentes, 11,3% empreendedores novos e 15,2% empreendedores estabelecidos.

Ainda segundo dados da pesquisa, a Taxa Total de Empreendedorismo teve um aumento de 20,9% em 2002 para 30,2% em 2012, evolução “compatível com o dinamismo da economia brasileira no período” (RELATÓRIO GEM, 2012, p. 11), uma vez que o PIB cresceu cerca de 4% em média, com base em grande parte na “expansão do mercado interno, o que abriu espaço para atividades empreendedoras dos mais diversos tipos”.

Em relação às taxas específicas de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento e características demográficas, é possível observar que entre empreendedores iniciais as maiores taxas ocorrem no gênero masculino, com faixa etária de 25 a 34 anos, curso superior completo, sendo a faixa de renda entre 6 e 9 salários mínimos. Em empreendedores estabelecidos, as taxas específicas mais altas ocorrem também entre homens, com faixa etária entre 45 e 54 anos, primeiro grau incompleto e faixa de renda entre 3 e 6 salários mínimos.

Considerando o perfil do empreendedor segundo o estágio do empreendimento e características demográficas, o relatório GEM de 2012 aponta que 49,6% do total dos empreendedores iniciais são mulheres, sendo que as maiores proporções de empreendedorismo feminino são nas regiões Nordeste e Sul (51,8%); em relação à faixa etária, o maior percentual desses empreendedores concentra-se na faixa dos 25 aos 34 anos (33,8%) em todas as regiões. Ainda assim, a proporção de empreendedores estabelecidos do sexo feminino é menor se comparada aos empreendedores iniciais do sexo feminino e a faixa etária dos empreendedores estabelecidos tende a ser maior no Norte e Nordeste, em relação às outras regiões consideradas. É preciso destacar também que entre os empreendedores estabelecidos, o grau de escolaridade “primeiro grau incompleto” é significativamente maior se comparado aos empreendedores iniciais e no que tange aos empreendedores estabelecidos, a faixa de renda predominante é a que considera menos do que três salários mínimos.

Discutindo a questão da motivação do empreendedor e o que está por trás do ato de empreender, seja por oportunidade ou necessidade¹, no Brasil, segundo a pesquisa realizada, os empreendedores por oportunidade está em torno de 69,2%, (primeiras pesquisas GEM o dado era de 42%) e equivalente ao percentual de países mais desenvolvidos, o percentual de empreendedores na Região Centro-Oeste é de 84%. É possível destacar ainda, que em relação aos empreendedores por oportunidade, a proporção é maior entre os empreendedores homens (73,9%) do que nas mulheres empreendedoras (64,5%); é maior entre os jovens; quanto mais alto o grau de escolaridade, maior é a proporção de empreendedores por oportunidade; e os maiores percentuais de empreendedores por oportunidade encontram-se nas menores faixas de renda.

Considerando o tipo de empreendimento, a pesquisa aponta que os empreendimentos são poucos inovadores, com baixa inserção internacional e tecnologias ou processos superiores a cinco anos, uma vez que 98,9% dos negócios lida com conhecimentos que ninguém considera novo; “a orientação internacional é baixíssima (0,8% possui consumidores no exterior); e todos os entrevistados afirmaram que a idade da tecnologia ou processos é superior a cinco anos” (RELATÓRIO GEM, 2012, p. 16).

No quesito busca por apoio, a pesquisa mostra que 82,2% dos entrevistados não procuram esse tipo

¹ Aquelas pessoas que, mesmo quando existe alternativa de emprego e renda, ou para manter ou aumentar sua renda, iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de trabalho, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias.

de ajuda. Os percentuais no Sul e Sudeste são mais baixos, mas ainda assim ficam entre 77% e 81%. Em relação aos órgãos de apoio pesquisados, citado por 13% dos entrevistados, o Sebrae se destaca.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nenhuma sociedade anterior à sociedade industrial, as organizações de caráter econômico assumiram papel central e deliberado no processo de socialização. Essa circunstância é característica da sociedade centrada no mercado, sobretudo em seu estágio industrial mais recente.

Tendo o individualismo e por consequência a autonomização da esfera econômica como diferenciação entre as sociedades modernas e tradicionais através da resignificação da influência do Estado, da noção de indivíduo, como também das mudanças no mundo do trabalho, o discurso voltado para o empreendedorismo, “vem para ressocializar os excluídos do mundo empresarial e do emprego formal” (MELO, 2008, p. 21) e ainda para confirmar a ideia de que o Estado e as empresas já não podem dar mais aos indivíduos garantias como o pleno emprego. A lógica não é mais de coletividade e sim de se pensar individualmente, virar-se por si mesmo para garantir a sobrevivência.

Neste sentido, a noção de empreendedor de si mesmo emerge como prática discursiva de um cenário político, social e econômico instaurado pelo receituário neoliberal, tendo como objetivo a tentativa de “transferir” responsabilidades, outrora atribuídas ao Estado, aos indivíduos.

Desse modo, o indivíduo é convocado a engajar-se em novos projetos permanecendo o tempo necessário para aproveitar as oportunidades de adquirir conhecimentos com o objetivo de manter-se empregável (BARBOSA; MARTINS JR., 2012). Esse novo espírito, “erguido sob a égide de uma lógica organizacional conexcionista (redes), promove os discursos do desenvolvimento pessoal e da empregabilidade” (idem, p. 85).

Sendo assim o indivíduo pautado pelo desejo de eficácia e de ascensão adere ao discurso empresarial, isto é, uma nova definição de ator em que “nós somos, de agora em diante, intimados a nos tornar os empresários de nossas próprias vidas” (EHRENBERG, 2010, p. 16).

Nesse cenário de disseminação da ideia de empreendedorismo como sobrevivência do mundo atual e considerando o atual perfil dos empreendedores brasileiros é preciso estar atento tanto ao discurso do espírito empreendedor como também a quem sabe, um novo conceito que surge sobre o termo, isto é, não mais aquele indivíduo inovador proposto por Schumpeter, mas talvez um indivíduo reativo e adaptativo às questões colocadas no mundo empresarial que vê a oportunidade do empreendedorismo como sobrevivência.

Contribuindo para disseminar e homogeneizar conceitos e práticas gerenciais, a indústria do *management* apresenta-se como importante veículo reprodutor da ideologia na sociedade. Nesse sentido, a mídia de negócios efetiva esse processo divulgando o “espírito empreendedor”, seus valores e práticas (COSTA et al., 2008). Essa mídia atual, juntamente com o Sebrae, aponta que o empreendedor não nasce empreendedor, mas pode sim, ser influenciado pelo ambiente, contribuindo para a ideia de que o espírito do empreendedorismo vem sendo crescentemente disseminado e é uma aventura possível para todos (EHRENBERG, 2010).

Devido à imposição da lógica da reestruturação produtiva, o Brasil já na década de 1980 presenciava, de forma ainda muito incipiente, o empreendedorismo como movimento social mundial. Trata-se, de uma força social responsável por desencadear “comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas” (COLBARI, 2007, p. 76). Assim, na esteira de Boltanski e Chiapello (2009), Leite e Melo (2008, p. 45) apontam que o “empreendedorismo é uma ideologia do capitalismo atual que surge para garantir a adesão e a legitimidade às atividades antes não valorizadas”.

Devido ao encolhimento de algumas funções do Estado por conta de políticas econômicas inspiradas no receituário neoliberal² e ao processo de enxugamento estrutural das empresas, atualmente nota-se um estímulo, por parte dos poderes estatais, para a emergência de organizações responsáveis por garantir ou fornecer instrução necessária para que o indivíduo possa vencer por si mesmo. Dentre estes agentes o Sebrae e suas ações merecem destaque.

A fim de consolidar-se como instituição capaz de contribuir para a produção de respostas sociais adequadas à atual configuração da economia brasileira, o atual discurso do Sebrae contribui para disseminar a ideia de que

estimular, apoiar e educar para o empreendedorismo deve estar no topo das prioridades de um governo, tendo em vista que o empreendedor exerce uma influência marcante no processo de desenvolvimento econômico, humano e social de seu país, pois com suas realizações é capaz de ampliar o potencial de uma comunidade,

² “Aqui se entenda o conjunto de princípios ordenados para o ajuste estrutural do mercado, que consiste basicamente nas seguintes regras básicas: liberalização do mercado e do sistema financeiro, fixação dos preços pelo mercado, fim da inflação (‘estabilidade macroeconômica’) e privatizações” (CHOMSKI, apud BARBOSA, 2011, p. 122).

gerando empregos, recursos e novos valores (ESCARLATE, 2010, p. 4).

Dito isso, é preciso destacar que ao provocar a escassez de emprego e a precarização das relações de trabalho, a crise estrutural do capitalismo iniciada no final dos anos 60 fez emergir uma ideologia formulada e difundida, a qual estabelecia a “ética” do trabalho sob a égide do empreendedorismo (DIAS; WETZEL, 2010). É nesse cenário que o empreendedorismo é muitas vezes apresentado como um “bálsamo para todas as dores, a solução para todos os problemas” conforme propõe Dantas (2011, p. 2).

É notável que atualmente o conceito de empreendedorismo venha sendo crescentemente valorizado tanto pelos governos, através de políticas públicas, como também por organizações empresariais e da sociedade civil organizada como alternativa para o crescimento da economia e para a falta de emprego, caracterizando assim, tal contexto, conforme propõem alguns autores como a era do empreendedorismo (DORNELAS, 2008).

Sendo este estudo uma das primeiras aproximações ao tema, não pretendemos esgotar aqui as discussões, mas sim, atendendo o objetivo desse trabalho, trazer uma reflexão ao leitor sobre como é preciso estar atento a esse discurso atual que responsabiliza os indivíduos pela sua sobrevivência e é reificado por instituições como o Sebrae, bem como, refletir sobre os impactos disso nos indivíduos e sociedade em geral.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, A. M. S. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho. **Rev. Sociol. Polit.** [online], v.19, n. 38, p. 121-140, 2011.
- BARBOSA, A. M. S.; MARTINS JR., A. Da disciplina ao controle: novos processos de subjetivação no mundo do trabalho. **Política & Sociedade**, v. 11, n. 22, nov. 2012.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BAUMOL, W. J. Entrepreneurship in economic theory. **American Economic Review**, v. 58, n. 2, p. 64-71, 1968.
- BENDASSOLLI, P. F. Público, privado e o indivíduo no novo capitalismo. **Tempo Social**, v. 12, n. 2, p. 203-236, nov. 2000.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRASIL. **Lei Complementar n. 123**, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nºs 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nºs 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/leicom/2006/leicomplementar-123-14-dezembro-2006-548099-norma-pl.html>>.
- _____. **Lei Complementar n. 128**, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. [2008]. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2008/leicp128.htm>>.
- CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 295-316.
- COLBARI, A. A educação corporativa e as dimensões culturais das organizações: o mundo empresarial e a questão social. In: WORKSHOP EMPRESA, EMPRESÁRIOS E SOCIEDADE, 5. Porto Alegre, 2-5 maio 2006, PUCRS.
- _____. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. **SINAIS - Revista Eletrônica - Ciências Sociais**. Vitória: CCHN, UFES, Edição Especial de Lançamento, v. 1, n. 1, p. 75-111, abr. 2007.
- DANTAS, E. B. **Empreendedorismo e intra-empresendedorismo**. 2011. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>.
- DIAS, V.; WETZEL, U. Empreendedorismo como ideologia: análise do enfoque da revista *Exame* em dez anos de publicação (1990-99). **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 44, n. 1, p. 97-118, abr. 2010.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DRUCKER, Peter. F. **O gerente eficaz**. São Paulo: Zahar, 1974.
- EHRENBERG, A. **Culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida, SP: Ideias e Letras, 2010.
- ESCARLATE, L. F. **Aprender a empreender**. Brasília: Fundação Roberto Marinho; Sebrae, 2010.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>>.
- GUERREIRO RAMOS, A. **A nova ciência das organizações**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1989.

- IGLESIAS, Enrique V. El papel del Estado y los paradigmas económicos: en América Latina. **Revista de La Cepal**, Santiago de Chile, n. 90, p. 7-15, dez. 2006.
- KETS DE VRIES, M. F. R. The entrepreneurial personality: a person at the cross roads. **Journal of Management Studies**, v. 14, n. 1, p. 34-57, 1977.
- LEITE, E. S.; MELO, N. M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, nov. 2008.
- MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, v. 30, n. 2 (118), p. 254-270, abr.-jun. 2010.
- MELO, N. M. Sebrae e empreendedorismo: origem e desenvolvimento. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 32. Caxambu/MG, 2008.
- NARDI, H. C. **Trabalho e ética**: os processos de subjetivação de duas gerações de trabalhadores metalúrgicos e do setor informal. Porto Alegre, 2002. Tese [doutorado em Sociologia] – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2002.
- PAES DE PAULA, A. P. Administração pública gerencial e construção democrática no Brasil: uma abordagem crítica. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25. **Anais...** Campinas: ANPAD, 2001. CD-ROM.
- RODRIGUES M. S. **O novo ministério da verdade**: o discurso de *Veja* sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil. Florianópolis, 2013. Tese [Doutorado em Administração] – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Administração.
- SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, São Leopoldo, n. 1, jul. 2009.
- SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>>
- SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- STEINER, P. **A sociologia econômica**. Tradução Maria Helena C. V. Trylinski. São Paulo: Atlas, 2006.
- SILVEIRA LEITE, E.; MAXIMO E MELO, N. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista de Sociologia e Política**, 2008, v. 16, 2008. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=23811708005>>.

