

V CBEO - Curitiba



V CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS  
Curitiba-PR - Brasil

---

## REFLEXÕES SOBRE O EMPREENDEDORISMO

**Luana Jéssica Oliveira Carmo** (CEFET-MG) - luanajeoli@gmail.com

*Mestranda do PPGA - Programa de pós-Graduação em Administração do CEFET-MG.*

**Lílian Bambirra de Assis** (CEFET-MG) - lilianbassis@hotmail.com

*Professora do CEFET-MG e chefe do departamento de Ciências Sociais Aplicadas. É Doutora e Mestre em Administração pela UFMG.*

**Admardo Bonifácio Gomes Junior** (CEFET-MG) - admardo.jr@gmail.com

*Professor do CEFET-MG. Co-editor da Revue Ergologia. Doutor em Educação pela UFMG e em Filosofia pela Aix-Marseille Université. Pós-doutorado na FaE/UFMG na linha de pesquisa Política, Trabalho e Formação Humana.*

## 1. INTRODUÇÃO

*Como explicar que de um momento para o outro surja tanta gente disposta a trabalhar como doida por longos anos e enfrentar sérios riscos em vez de ter a segurança das grandes organizações?*

*Peter Drucker (1987)*

As últimas décadas foram marcadas por uma mudança na aspiração do trabalhador. Anteriormente, envolvidos em conquistar uma carreira estável em grandes corporações, agora se veem diante da “montanha russa” do empreendedorismo. Enquanto os mais jovens buscam o sucesso, os mais maduros buscam fugir do tédio e da frustração (WOOD JR., 2013, p. 152).

Mas, afinal, o que é o empreendedorismo? A definição desse fenômeno se mostra um tanto intrincada, pois ainda parece não ter sido completamente esclarecida. Buscando na origem da palavra, encontra-se que empreendedorismo e empreendedor vêm da palavra francesa “*entrepreneur*”, que tem origem no latim “*imprehendere*” e significa aquele que se encarrega e que faz alguma construção ou outra coisa (BOAVA; MACEDO, 2006).

E de onde vem o termo empreendedor? Para Drucker (1987), o termo *entrepreneurship* remete a uma prática ou uma disciplina que demanda uma base de conhecimento. De acordo com Leite (2012) o termo *entrepreneurship* veio da palavra *entreprendre*, um termo utilizado na França em XVII para designar alguém que assumia o risco de criar um novo negócio. Entretanto, existe uma forte corrente que traduz o termo *entrepreneurship* como espírito empreendedor (LEITE, 2012).

De acordo com a corrente tradicional, o empreendedor é alguém responsável pela mudança, inovação e pelo desenvolvimento econômico, é um “novo rico” que se move na sociedade e possui um comportamento especial que é a força motriz de grande número de fenômenos significativos. Ele é responsável por criar algo novo e conseguir resultados (SCHUMPETER, 1961, 1997). O empreendedor é uma pessoa diferenciada que está “revolucionando” o mundo com suas características especiais. É um visionário que questiona e se arrisca. Assim, o empreendedorismo é visto como o combustível para o crescimento econômico, gerando emprego e prosperidade (DORNELAS, 2008).

O Relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), principal relatório sobre o empreendedorismo no mundo, divulgou que em 2016 a taxa total de empreendedorismo para o Brasil foi de 36%, ou seja, cerca de 48 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos em algum negócio, como empreendedor em estágio inicial ou

estabelecido. O Brasil sempre esteve entre os primeiros países quando se trata de empreendedorismo.

No entanto, esse não é um resultado animador, já que essa alta taxa de empreendedorismo é uma característica comum de países pobres. Para Wood Jr. (2013), quando se fala em condições para se empreender, o Brasil ficou na turma do fundão, na companhia de 19 outros países, entre os quais a Argentina, o Irã e a Venezuela. Os países desse grupo não costumam gerar novos conhecimentos ou inovações. "Iniciar negócios na turma do fundão realmente não é fácil" (WOOD JR., 2013, p. 156).

Desse modo, a realidade brasileira tem evidenciado um empreendedorismo muito distante desse modelo de sucesso disseminado pela corrente tradicional, estando na realidade associado à precarização e flexibilização do trabalho (NATIVIDADE, 2009). Isso pode ser visto pelos dados recentes divulgados pelo Relatório do SEBRAE: "Os negócios promissores em 2018", que mostra que o rendimento real dos empreendedores brasileiros em 2017 foi pouco mais que dois salários mínimos.

Para entender esse e outros questionamentos, esse trabalho apresenta a corrente tradicional que se desenvolveu em torno do empreendedorismo, bem como as críticas a este fenômeno. Em seguida, serão apresentados alguns dados buscando refletir sobre o atual contexto do empreendedorismo no Brasil.

## **2. O EMPREENDEDORISMO DE ACORDO COM AS CORRENTES TRADICIONAIS**

Os pioneiros no campo do empreendedorismo são os economistas, representados por Richard Cantillon (1680-1734) e Jean Baptiste Say (1767-1832). Esses estudos serviram de inspiração para o economista Schumpeter (1883-1950), quem não se conteve em falar sobre o empreendedor como um indivíduo com características especiais, como também relacionou o perfil desses indivíduos à inovação e ao desenvolvimento econômico.

Richard de Cantillon, John Stuart Mill e Jean-Baptiste Say foram os primeiros a se referirem ao termo francês *entrepreneur* no âmbito de uma classificação econômica. Cantillon, um capitalista de risco, foi o primeiro a introduzir o termo *entrepreneur* como conceito econômico, definindo-o como um agente que corre riscos em função de sua atividade e que compra a matéria prima a preço certo e vende a um preço incerto (BOAVA; MACEDO, 2006; ROSAS, 2012).

Por volta de 1800, o economista J. B. Say já defendia que o empreendedor era aquele que transferia recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento (DRUCKER, 1987). O empreendedor, para Say, é aquele que perturba e desorganiza. Ele é o responsável pela “destruição criativa” (SCHUMPETER, 1961).

A “destruição criativa” é a principal característica do capitalismo. Esse processo orgânico, de permanente mutação, que “incessantemente revoluciona a estrutura econômica a partir de dentro, destruindo a velha e criando uma nova estrutura” (LEITE, 2012, p. 28). Schumpeter sempre associou o empreendedorismo à inovação. É a inovação que induz a mudança no ciclo econômico, por meio da “destruição criativa” induzida pelo empreendedor, pela introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de bem (BOAVA; MACEDO, 2006).

Dentre os economistas modernos, apenas Schumpeter abordou o empreendedor e seu impacto na economia. Para Schumpeter (1961), chama-se “empreendimento” a realização de combinações novas; e “empreendedores” os indivíduos cuja função é realizá-las.

A realização de combinações novas é que constitui o empreendedor e por isto, não é necessário que ele esteja permanentemente vinculado a uma empresa individual. Para ele, o empreendedor é meramente o portador do mecanismo da mudança. Ele ainda destaca que estes indivíduos são um tipo especial, e o seu comportamento é a força motriz de grande número de fenômenos significativos (SCHUMPETER, 1997).

O ciclo de Schumpeter pode ser entendido como um ciclo da capacidade empreendedora devido ao encadeamento lógico explicativo do desenvolvimento do sistema capitalista: inovação, novos empreendimentos industriais, novas empresas, novo homem – o empreendedor, e por fim, a necessidade de crédito (LEITE, 2012).

A segunda corrente de pensamento relacionada ao empreendedor é constituída pelos comportamentalistas. O principal representante da corrente comportamentalista foi McClelland (1961). Esse autor afirmava que o empreendedor era aquele que produzia uma quantidade além do seu consumo pessoal.

Famoso por seus estudos relacionados à motivação na década de 1960, McClelland buscou mostrar que a base comportamento do empreendedor era moldado pelo ambiente, pela

necessidade de realização, e não vinham de aspectos genéticos do indivíduo. Para o autor, era a necessidade de realização que impulsionava o desenvolvimento econômico de uma região. Essa necessidade seria desenvolvida a partir da cultura, das experiências e da aprendizagem (BARLACH, 2014).

McClelland (1961) indaga como um alto nível de realização pode resultar em um desenvolvimento econômico mais acelerado? A resposta para isso seria o empreendedor, o homem que organiza a firma, um negócio, e/ou aumenta a capacidade produtiva (MCCLELLAND, 1961).

Para provar essa diferença entre o desenvolvimento econômico de certas regiões, seus estudos tinham o objetivo de demonstrar que o empreendedorismo funciona melhor em certas culturas devido ao nível de necessidade de realização. Assim, ele analisou contos folclóricos de diversas culturas e percebeu que o folclore norte-americano se apresenta carregado de necessidade de realização por meio da representação de heróis. Esses heróis eram vistos como modelos a serem imitados (LEITE, 2012).

Para imitar um herói era preciso buscar a excelência em seu trabalho, ser o responsável por encontrar soluções para os problemas, receber *feedbacks* rápidos sobre a sua performance, para um aperfeiçoamento contínuo. Assim, o sucesso não é visto como produto do acaso (BARLACH, 2014).

Além da necessidade de realização, McClelland (1961) percebeu em seus estudos que os indivíduos são motivados também pela necessidade de afiliação e poder. A necessidade de realização leva os empreendedores a executarem o seu trabalho da melhor forma possível, sendo eficiente e eficaz. Por isso, o comportamento do empreendedor apresenta constante necessidade de receber *feedbacks*. A necessidade de afiliação está relacionada aos relacionamentos interpessoais, à necessidade de estar próximo a outras pessoas e a necessidade de poder é aquela que pessoas têm de dominar ou influenciar outras. No caso dos empreendedores, essa necessidade de convencer outros de suas opiniões ou propiciar-lhes o experimento de fortes emoções também é uma necessidade de exercer influência (LEITE, 2012).

A teoria de McClelland é constantemente criticada por sua simplicidade e por considerar que o comportamento de indivíduos, sociedades e organizações pode se pautar em apenas dois fatores – realização e poder (FILION, 1999).

Ainda hoje, não foi possível traçar um perfil psicológico do empreendedor, devido às inúmeras variáveis que representam diferenças entre tempo de atuação, experiências anteriores, religião, valores da comunidade educacional e cultura familiar. Além disso, existem muitas definições sobre quem seja o empreendedor, sendo visto como aquele que cria um negócio, aquele que cria um negócio que cresce ou ainda aquele que introduz uma inovação. Ou seja, a definição ainda não é clara, sendo comum associar os empreendedores a proprietários-gerentes, franqueados e autoempregados (FILION, 1999).

Além dessas duas correntes de pensamento representadas pelos economistas (Cantillon, Say e Schumpeter) e pela perspectiva psicológica (McClelland), o espírito empreendedor também pode ser debatido pela visão do *management*, tendo como principal representante Peter Drucker (LEITE, 2012).

Sob a perspectiva do *management*, o empreendimento é um comportamento e não um traço de personalidade e não se baseia em intuição (DRUCKER, 1987). Existe certa diferença entre um novo negócio e um empreendimento. Um novo negócio que não apresenta nenhum tipo de inovação não deveria ser considerado um empreendimento, já que apenas repete o que outros já fazem. Por outro lado, um negócio pode vender o mesmo produto que os concorrentes, mas se faz isso por meio de alguma inovação, esse sim é considerado um empreendimento (DRUCKER, 1987).

O espírito empreendedor não está relacionado somente a indivíduos, sendo necessário também as grandes corporações para que se mantenham ativas perante as mudanças globais (DRUCKER, 1987). O autor revela que o veículo dessa mudança é uma tecnologia chamada Administração. Ela pode ser tanto mais necessária e ter maior impacto sobre a pequena organização empreendedora do que na grande empresa (DRUCKER, 1987).

E o veículo dessa profunda mudança em atitudes, valores e acima de tudo, comportamento é uma tecnologia que se chama Administração. Foram as novas aplicações da Administração que viabilizaram a economia empreendedora nos EUA (DRUCKER, 1987, p. 20-21).

O empreendedorismo deve se pautar em uma base de conhecimentos, teorias e instrumentos (DRUCKER, 1987). Nesse sentido, Dolabela (2008) afirma que é possível ensinar uma metodologia para a formação de empreendedores. Foi concebida para ser utilizada indiscriminadamente por pessoas que estejam fora do ambiente escolar e querem ser empreendedores. É possível que qualquer pessoa aprenda a ser empreendedor. É essa mesma ideia que Leite (2012) defende, ao dizer que qualquer indivíduo pode aprender a ser um

empreendedor. Os segredos são a inovação e o espírito empreendedor. Essas duas características devem ser organizadas em um trabalho sistemático (LEITE, 2012).

O mercado oferece um “figurino de profissões” que são padronizadas e não levam em conta as características pessoais do indivíduo. Esse acaba sendo passivo e se submetendo ao que já existe. Entretanto, com o empreendedorismo, isso se inverte. Quem deve se preparar para aquilo que não existe é o indivíduo, sendo essa a principal competência do empreendedor. São raros os empregados felizes, e a justificativa para isso é a aposentadoria, que oferece como prêmio o não-trabalho. O autor ainda afirma que quem ama o que faz não se aposenta (DOLABELA, 2008).

Em suma, Leite (2012) traz um conceito que compila as três correntes, ao definir que ser empreendedor é ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber ideias, flexibilidade para adaptá-las, ser criativo para transformar essas ideias em oportunidade de negócio, ter motivação para pensar conceitualmente e capacidade para perceber a mudança como oportunidade. O empreendedor é um artista, um criador e a criação de novas coisas é para ele uma necessidade de realização. É um indivíduo que tem uma ideia, é influenciado pelo contexto ambiental no qual está inserido e gera bens e serviços, que são objeto de julgamento do mercado (LEITE, 2012).

## **2.1 Os imperativos ao empreendedor - A função do empreendedor e a "missão" do mercado**

Para ser empreendedor é necessário acreditar na liberdade de iniciativa. É preciso preferir a competição ao conforto. É imperativo enxergar a própria capacidade de decisão como um elemento vital da existência humana. É preciso assumir riscos, ir à luta e fazer acontecer. É imprescindível ter atitude (LEITE, 2012). Com esse trecho, é possível observar que vários são os imperativos ao empreendedor e isso se reproduz nos discursos que concebem o empreendedorismo como um fenômeno que alavanca a economia e o empreendedor como um modelo de sucesso responsável por esse progresso.

"Os empreendedores de sucesso sabem como identificar e aproveitar as oportunidades, tomando-as não como risco, mas como destino" (LEITE, 2012, p. 16). Para alcançar o sucesso, o empreendedor deverá seguir um modelo estratégico para o sucesso, tem de descobrir algo que diferencie o seu negócio dos outros. São necessários impostos mais baixos e leis trabalhistas mais flexíveis para criar um ambiente onde os empreendedores floresçam e

o desemprego diminua (LEITE, 2012). Além disso, o indivíduo, em uma sociedade empreendedora deve assumir a responsabilidade pelo seu próprio aprendizado, seu autodesenvolvimento e sua carreira (DRUCKER, 1987).

A função do empreendedor, de acordo com Schumpeter, é:

[...] reformar ou revolucionar o sistema de produção através do uso de uma invenção ou, de maneira mais geral, de uma nova possibilidade tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou fabricação de uma antiga em forma moderna, através da abertura de novas fontes de suprimento de materiais, novos canais de distribuição, reorganização da indústria, e assim por diante. (SCHUMPETER, 1961, p. 166).

A função do empreendedor não reside somente no fato de criar algo novo, mas sim conseguir resultados. Schumpeter compara o empreendedor aos guerreiros feudais, sendo uma forma de liderança individual, atuando em virtude do poder e responsabilidade pessoal, por intermédio do sucesso. Dessa forma, ele afirma que a posição ocupada pelo empreendedor fica ameaçada tal qual a dos guerreiros feudais, quando essa posição perde sua importância no processo social. Ele acreditava que essa função perderia importância cada vez mais rápido, no entanto, não é o que se encontra hoje em dia (SCHUMPETER, 1997).

Minimizar as incertezas é a essência do trabalho do empreendedor. O empreendedor costuma tomar decisões em um ambiente de muitas incertezas, e que ainda conta com a influência do setor governamental, trabalhista e do mercado (LEITE, 2012, p. 56). O espírito empreendedor implica, por definição, a aceitação de riscos de alguma espécie (SCHUMPETER, 1997). Empreender é uma atividade arriscada por que poucos dos chamados empreendedores sabem o que estão fazendo (DRUCKER, 1987).

A inovação e o espírito empreendedor são necessários à sociedade e a economia e por isto devem ser vistos como normais, estáveis e contínuos (DRUCKER, 1987). Um ambiente que favorece empreendimentos de sucesso tem como característica uma "destruição criativa" permanente, que é essencial ao progresso (nos termos de Schumpeter). A prosperidade das novas empresas vem muitas vezes acompanhada da destruição de mercados concorrentes estabelecidos. Os países que protegem esses mercados atrapalham o "progresso" (LEITE, 2012).

"O mercado agradece!" Leite (2012) ainda afirma que o mercado recompensa o mérito, a capacidade, a coragem de correr riscos, a sorte e o sucesso dos empreendedores por meio de remunerações, lucros, ganhos de capital e dividendos. Os prêmios são diferentes



devido ao desempenho, o qual também é diferente. Ganhos desiguais são a forma do mercado mostrar que está cumprindo a sua "missão" e ainda os empreendedores devem levar muito a sério a gestão do seu negócio pois o mercado "devora" os amadores (LEITE, 2012). “O mercado é um mestre muito severo: ao errar, o empreendedor será punido pela cruel lógica mercantil” (LEITE, 2012, p. 57).

A onda empreendedora que varre o mundo, mais conhecida como Terceira Onda é fruto de uma transformação social que permitiu o surgimento de indivíduos com espírito empreendedor. Na esteira dessa revolução, indústrias e estilos de vida estão sendo descartados para cederem lugar a novos. Essas mudanças apontam para o nascimento de uma nova era. O espírito empreendedor tem se tornado a maior força econômica do mundo (LEITE, 2012). Portanto, para que o empreendedorismo assuma seu papel de impulsionador do progresso econômico, torna-se urgente uma sociedade empreendedora.

## **2.2 A urgência de uma sociedade empreendedora**

Na visão de Drucker (1987), para que uma sociedade evolua, é necessário que a economia, os indivíduos, as grandes e pequenas empresas e por fim, a sociedade seja empreendedora. Empreender significa criar algo novo, e por isso, a inovação se torna o instrumento principal dos empreendedores (DRUCKER, 1987).

Para que os empreendedores possam revolucionar o mundo é preciso existir uma sociedade empreendedora, na qual inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos. Exatamente como a Administração se tornou o órgão específico de todas as instituições contemporâneas, assim também o empreendimento e a inovação se tornarão uma atividade vital, permanente e integral em nossas organizações, nossa economia, nossa sociedade (DRUCKER, 1987, p. 349).

A inovação e o espírito empreendedor são necessários tanto na sociedade quanto na economia. No serviço público e nas empresas privadas. Eles conduzem uma revolução na sociedade, sem derramamento de sangue, guerra civil ou campos de concentração. Deliberadamente, com direcionamento e sob controle (DRUCKER, 1987).

Faz-se necessário apostar em uma formação de base do empreendedorismo, principalmente para as pessoas que estão em situação de desemprego. E quem deveria fomentar isso é a sociedade (LEITE, 2012). O autor ainda completa que deve se parar de convocar o Estado para capitanear o processo de mudança.

O maior desafio do indivíduo em uma sociedade empreendedora é a necessidade pelo aprendizado contínuo. O aprendizado tradicional começa a ficar obsoleto, sendo sempre preciso aprender mais coisas novas. A responsabilidade pelo aprendizado contínuo, bem como pela carreira é do indivíduo. Quanto mais os indivíduos se desenvolverem em seus estudos, mais desafios surgirão e mais empreendedoras serão suas carreiras (DRUCKER, 1987).

São necessárias condições ambientais favoráveis – crescimento econômico, políticas governamentais de incentivo, expansão do mercado, dentre outras (LEITE, 2012). Drucker (1987) defende que uma sociedade empreendedora deve ter mudanças políticas, o que ele chama de inovações sociais necessárias. A primeira delas é uma política que cuide de trabalhadores redundantes. Uma economia empreendedora cria novos empregos. Entretanto, existe a dificuldade em realocar trabalhadores que só trabalharam em indústrias e possuem apenas habilidades ligadas a estas. De acordo com o autor, se não houverem políticas para treinar esses trabalhadores para um novo cenário, então eles podem ser uma oposição a economia empreendedora.

Nessa sociedade empreendedora, deve-se haver um investimento permanente em recursos humanos para que as pessoas acompanhem as mudanças e não fiquem paralisadas perante elas. São necessários impostos mais baixos e leis trabalhistas mais flexíveis para criar um ambiente onde os empreendedores floresçam e o desemprego diminua (LEITE, 2012).

A outra inovação social necessária é organizar o abandono sistemático de políticas sociais desgastadas e de instituições obsoletas. Isso significa que tudo o que é antiquado, desgastado e não produtivo deve ser descartado. Para Drucker (1987), existe a necessidade de reorientação em políticas e atitudes, valorizando hábitos de flexibilidade, aprendizado contínuo e aceitação da mudança como normal e como oportunidade, para instituições e indivíduos. O que uma sociedade empreendedora precisa é de um sistema tributário que encoraje o fluxo de capital do ontem para o amanhã, ao invés de evitar e punir isto (DRUCKER, 1987).

O que se percebe neste discurso que defende a emergência de uma sociedade empreendedora é que essa sociedade deve ser pautada em um mercado livre, capaz de produzir cada vez mais riqueza. E o principal agente dessa sociedade é o empreendedor, que é quem impulsiona a máquina capitalista (COSTA; BARROS; MARTINS, 2012).

Há uma oposição crescente entre duas visões do mundo. Uma se preocupa com a liberação dos mercados, abolir o protecionismo, reduzir os serviços públicos, enquanto a outra se preocupa com a saúde, a educação, a pobreza, a segurança, o consumo cotidiano, possibilidade de produzir suficientemente para ter acesso a condições decentes de vida (GAULEJAC, 2007). E o discurso neoliberal costuma elevar o empreendedor como parte do primeiro bloco, enquanto na verdade, é parte do segundo.

### **3. AS LEITURAS CRÍTICAS AO EMPREENDEDORISMO**

Ao contrário do que se prega a ideologia do empreendedorismo, a alta taxa de empreendedorismo é uma característica dos países mais pobres. Isso se contrapõe a noção que este fenômeno é a força motriz da sociedade ocidental capitalista, que conduz a sociedade ao progresso (COLBARI, 2007). O empreendedorismo deve-se então menos ao resgate do sonho de ser patrão e muito mais às dificuldades de realizar o sonho da carteira assinada (COLBARI, 2007).

Nesse sentido, Natividade (2009) afirma que o empreendedorismo está associado à globalização na medida em que esta trouxe consequências como a precarização e flexibilização do trabalho, favorecendo assim a inserção das pessoas em outras atividades produtivas devido a não absorção da mão de obra.

Essa precarização do mercado formal de trabalho ocasionado pelas mudanças neoliberais, fez com que os indivíduos procurassem se organizar em associações, cooperativas, clubes de troca ou redes não monetárias, empreendimentos autogeridos e familiares em busca de trabalho e renda. Com isso, o número de trabalhadores informais e que trabalham por conta própria aumentou consideravelmente (QUIRINO; CUNHA; COELHO, 2008).

A ascensão do liberalismo, da hegemonia do capital e da lógica de mercado que vigoravam nos Estados Unidos em 1989 sob o discurso da Nova Ordem Mundial, e que se alastrou pelo mundo na década de 90 foi um fator decisivo para o crescimento do fenômeno empreendedorismo. No Brasil, com a eleição de Collor, isso ficou mais evidente ao alterar a agenda constitucional reformista pela agenda da “inserção competitiva”. O Estado perdeu a força como regulador da economia, que agora era regida pelo liberalismo (CORDEIRO; MELLO, 2006). Paiva Junior, Almeida e Guerra (2008) atribuem essas mudanças ao “fim do emprego”, sendo o empreendedorismo uma alternativa para os que ficaram desempregados.

"Na nova ordem mundial, dominada pelos valores do empreendimento, tudo é *business*" (GAULEJAC, 2007, p. 179). O fluxo neoliberal é o seguinte: as corporações avançam, o Estado e os sindicatos mínguam, vêm as privatizações, consolidações e reestruturações. Para sustentar o poderio do mercado, se tem a indústria do *management*, com as empresas de consultoria, as escolas de administração e os livros e revistas de gestão e negócios. Essa nova indústria vende o sonho de ascensão, de sucesso e reconhecimento (WOOD JR. 2013, p.28).

Por intermédio da ideologia do *management* e sua fé inabalável nos valores de mercado, nos procedimentos racionais e no gênio do empreendedor, os valores empresariais invadem a vida pessoal (WOOD JR., 2013) e isso é disseminado como algo natural pela corrente tradicional do empreendedorismo.

Surge então um novo tipo de "selvageria", pautada nas mudanças no cenário mundial. O que é confirmado por um dos autores que defendem a corrente tradicional do empreendedorismo: O capitalismo mostra uma imensa capacidade de se renovar com as novas tecnologias, as nações emergentes e o espírito selvagem do empreendedor que cria continuamente novas empresas (LEITE, 2012).

As transformações entre capital e trabalho no fim do século XX foram precedidas pela emergência de uma política drástica de recursos humanos dentro das grandes empresas, onde foram cortados custos com mão de obra. Adicionado a isto, o emagrecimento do Estado, dando lugar a uma política mundial de liberalização dos mercados financeiros e políticas locais de abrandamento das regras do direito do trabalho e proteção social (GAULEJAC, 2007).

Esse momento foi pautado também pela busca da liberdade econômica e a generalização da livre-troca sendo apregoada como um progresso para todos em detrimento dos direitos de proteção do trabalho. A redução da interferência do Estado surge como algo necessário para o progresso. A ideologia neoliberal acredita que a regulamentação do trabalho é vista como um obstáculo para a liberalização dos mercados e que a proteção social e os salários são pesos que devem ser "reduzidos" (GAULEJAC, 2007).

A questão da liberdade não se coloca nos mesmos termos. Ela não se inscreve no mesmo espaço, na mesma temporalidade. Para uns, ela representa um conceito abstrato em um mundo globalizado; para os outros ela se inscreve concretamente em sua vida cotidiana (GAULEJAC, 2007, p. 57).

Essa flexibilidade exigida pela ideologia liberal, em prol do progresso, soa aos ouvidos dos trabalhadores como horários irregulares, falta de regulamentação e proteção. Ou seja,

flexibilização do trabalho. Nisto, Gaulejac (2007) questiona a visão de equivalência entre o dinheiro, as mercadorias e os homens. Segundo o autor, não pode haver liberdade sem o mínimo de segurança, pelo respeito aos direitos, e o peso das decisões e a capacidade de negociação das condições de trabalho não são os mesmos dos dois lados.

### **3.1 O ismo do empreender**

Empreendedorismo é composto de empreendedor + ismo. Empreendedor é aquele que empreende. O sufixo ismo, em formas atuais, é utilizado para designar movimentos sociais, ideológicos, políticos, opinativos, religiosos e personativos. Trata-se da tomada de um partido, uma posição, um sistema, uma filosofia, uma circunstância (BOAVA; MACEDO, 2009, p. 02).

O “ismo” do “empreender” adquire papel primordial na sociedade. E ideologia deve assegurar que cada indivíduo seja responsável pelas metas de reprodução do sistema capitalista. Isso promove formas opressivas de comportamentos individuais que devem ser interiorizados pelos indivíduos como regras de conduta, no entanto em última análise visam alcançar apenas os objetivos do capital (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

A crítica de Sabino (2010) ao empreendedorismo é a imposição deste como a única via. O cidadão perde o direito de escolha e passa a ter que se adequar a um modelo disseminado como ideal e definitivo. Quem deve se ajustar é o indivíduo, para que tudo funcione com perfeição. Aos cidadãos, resta se adequar à lógica liberal e viver sem questionamentos, desenvolvendo de forma criativa, mecanismos alternativos de sobrevivência, sendo empreendedores (SABINO, 2010).

Os cidadãos devem se submeter a algumas regras: o estímulo ao individualismo, a competição, o primado do mercado como instância principal da vida social; a suposta igualdade, liberdade e autonomia dos sujeitos nos processos históricos e sociais; a perspectiva do fim do poder “integrador” do trabalho protegido e enquanto referencial político e ideológico de cidadania. Enfim, passa a imperar a imposição de uma lógica mercantil onde os indivíduos realizam-se a si mesmos enquanto proprietários e como consumidores (COLBARI, 2007). Ou seja, a sociedade moderna está progressivamente substituindo o *homo economicus* de pelo *homo entrepreneurus* (BOAVA, MACEDO, 2009). "Delineia-se aqui um verdadeiro projeto de sociedade: transformar o homem em empreendedor para um mundo produtivista" (GAULEJAC, 2007, P. 179).

O estímulo à pequena iniciativa, que vai desde o vendedor de cachorro quente até uma empresa de tecnologia da informação, seria o motor de desenvolvimento de países como o Brasil. O país, segundo os autores liberais citados na primeira parte desse trabalho, precisa urgentemente formar uma burguesia industrial e financeira genuína, que seja independente do governo para investir em inovação e não tenha medo em assumir riscos. Assim, para alcançar o sucesso financeiro em um mercado livre é necessário apenas ter iniciativa, pró-atividade, habilidade e criatividade. Entretanto, depois de investir em sua carreira empreendedora, o sucesso ou o fracasso no mercado dependerá única e exclusivamente de seu desempenho e esforço pessoal (SABINO, 2010).

### **3.2 A volta do herói**

Quando se trata de empreendedorismo, são valorizadas características como flexibilidade, criatividade e inovação. Os empreendedores são representados como heróis capazes de fazer prosperar não somente sua vida, mas a de todos ao seu redor (ROXO; GROHMANN, 2014).

A cada dia cresce o número de livros que mais se assemelham a literatura de autoajuda, que disseminam o discurso sobre a necessidade em se tornar um empreendedor de sucesso. Essas receitas prontas contribuem para a hegemonia de conceitos, práticas e modelos ideais, que apresentam o empreendedor como um herói que é capaz de desbravar novos caminhos, incorporar o risco em suas ações, quebrar regras e enxergar oportunidades que ninguém mais poderia enxergar (COSTA; BARROS; MARTINS, 2012).

É desse modo que o empreendedor é visto pelas correntes dominantes, como um herói, que com suas características especiais individuais consegue transpor as barreiras e se tornar um modelo de sucesso, pela sua própria força de vontade (CORDEIRO; MELLO, 2006). As características do perfil do empreendedor dão pistas de um indivíduo com “têmpera de aço e um nível de perspicácia comparável aos heróis das histórias de quadrinhos” (SILVA; BASSANI, 2007, p. 67).

A concepção tradicional do empreendedor mostra uma imagem romântica e mitificada de um indivíduo que possui habilidades excepcionais e é responsável por fomentar o desenvolvimento da sociedade. O que Colbari (2007) critica é que essas concepções são apresentadas descoladas dos contextos socioeconômicos e culturais. Para a autora, o arquétipo clássico do empreendedor evoca construções míticas – remete a uma figura masculina pertencente aos grupos étnicos dominantes, portadora de qualidades psicológicas excepcionais independentes dos contextos sociais (COLBARI, 2007).

Assim, a representação do empreendedor costuma mostrar como padrão o ocidental, branco, masculino, heterossexual e euronorteamericano. Esse padrão é disseminado como estereótipo ideal a ser copiado. O autor critica o fato desse estereótipo ser disseminado no Brasil, um país de minoria branca, onde quase a metade da população economicamente ativa é representada por mulheres (SARAIVA, 2007).

Nesse sentido, Souza-e-Silva e Stella (2015) afirmam que ocorre um silenciamento quando se trata do empreendedorismo feminino, já que os empreendedores são normalmente representados por jovens rapazes. Ao analisar uma revista especializada em negócios, as autoras concluíram que o empreendedorismo feminino ainda é pouco explorado. Para Saraiva (2007), é necessário haver uma recusa a esses estereótipos que são incongruentes à realidade brasileira e que disseminam um conteúdo capitalista, mesmo tendo consciência da hegemonia do capitalismo sobre todas as organizações de uma sociedade.

O “ethos do jovem empreendedor” ditado pelo discurso dominante silencia o debate de normas e as dramáticas do uso de si desses agentes. Ao difundir ideias como a receita do sucesso, a mídia de negócios constrói um estereótipo do empreendedor competente, brilhante, bem sucedido, atualizado, corajoso, inovador e agente de mudança da sociedade (SOUZA-E-SILVA; STELLA, 2015). Entretanto, de acordo com Stella (2015), ao olhar para a atividade do empreendedor pela sua perspectiva, são revelados os desafios, as dificuldades, os debates de valores. Conforme Stella (2015), o empreendedor já nasceu como um agente de renormalização das normas antecedentes.

Roxo e Grohmann (2014) fazem alusão à obra de Boltanski e Chiapello (2009) ao afirmarem que fazer sucesso significa ter as competências ajustadas ao “novo espírito do capitalismo”. Boltanski e Chiapello (2009) afirmam que a primeira descrição do capitalista esteve ligada ao burguês empreendedor no final do século XIX, concentrando valores heróicos, como a tônica do jogo, a especulação, o risco e a inovação. De acordo com os autores, o empreendedor é visto como um ator importante para o capitalismo na década de 60 e posteriormente na década de 90.

Entretanto, Boltanski e Chiapello (2009) ressaltam que são figuras bem diferentes. Na década de 60 o empreendedor era visto como pequenos patrões, enquanto na década de 90 ele passa a ser visto como aquele que sacode a burocracia e inova. Ao explicar o conteúdo dos seres fictícios, Boltanski e Chiapello (2009) afirmam que o empreendedor herói é imortal, mutante, um super-homem-dirigente, aventureiro, construtor, astro, conquistador e campeão.

Ainda sobre a diferença entre essas figuras, para Wood Jr. (2013) os grandes empreendedores foram responsáveis pelo momento inicial da industrialização. Foram os primeiros a representar o mito da liderança, pois foram líderes em situações extremas. Eles moveram montanhas, criaram indústrias e fundaram bancos. Eles lutaram para criar novas realidades e mudar o mundo ao seu redor. Eram carismáticos e construíram verdadeiros impérios. Entretanto, para Wood Jr. (2013), a figura do grande empreendedor deu lugar ao gerente eficiente e recentemente esse lugar tem sido ocupado pelo "executivo celebridade" (WOOD JR., 2013, p. 119).

É comum se deparar com as características do empreendedor de sucesso sempre pautadas em características individuais, como uma pessoa especial, que se destaca, que é um indivíduo aventureiro, sempre inclinado a mudanças. Paiva Junior, Almeida e Guerra (2008) relatam que as concepções dominantes, advindas desde os precursores Cantillon, Say, e Schumpeter idealizam esse indivíduo como apto a romper com a resistência à mudança que existe na sociedade, possuindo qualidades excepcionais de intelecto e vontade (PAIVA JUNIOR, ALMEIDA; GUERRA, 2008).

As abordagens tradicionais do empreendedorismo convergem para o mesmo ponto e esse ponto é que a sociedade fundamentada em um mercado livre precisa do “espírito empreendedor” para produzir riquezas, já que cabe a esse indivíduo criar, aproveitar oportunidades e inventar negócios. Os autores afirmam que a exaltação ao empreendedorismo e ao empreendedor advém dessa necessidade em dar continuidade ao modelo econômico pautado no capitalismo de mercado, assumido como natural, ideal e exemplar. Assim, a busca por querer sempre mais faz parte do indivíduo que passa a ser qualificado como capitalista por excelência (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). Ele se torna um homem-empresa, conforme será desenvolvido no próximo tópico.

### **3.3 O homem empresa e o Mito do Sucesso Individual**

*“A pessoa se torna um empreendimento [...]. Não há mais família nem nação que importe”*

*Pierre Lévy*

O imaginário do sucesso leva o indivíduo a querer ser sempre o melhor. O trabalhador não se satisfaz mais em apenas desenvolver o seu trabalho. Existe uma constante competição, com a exigência de se fazer cada vez mais. Ou ganha ou desaparece. Para se manter na corrida, é preciso alcançar o sucesso. “O sucesso torna-se uma obrigação: é preciso ganhar, caso contrário o indivíduo é eliminado” (GAULEJAC, 2007, p. 84).



Para Silva e Bassani (2007), o capitalismo passa a ser visto como o paraíso perdido para milhões de trabalhadores em todo o mundo, já que não consegue gerar empregos como o fazia antes. Mas o discurso neoliberal impõe essa responsabilidade ao trabalhador, conforme Gaulejac (2007):

[...] o desemprego não é considerado como a consequência da defasagem estrutural entre o número de empregos criados pelo sistema econômico e o número de pessoas ativas suscetíveis a ocupar esses empregos. Ele resulta de "falhas de empregabilidade" de uma parte da população e portanto de sua "falta de adaptação" diante das necessidades da empresa. Nessa perspectiva, o problema do desemprego será resolvido incitando ou obrigando os desempregados a melhor "gerenciar suas competências" [...]. (GAULEJAC, 2007, p. 184).

Em concordância com isso, Silva e Bassani (2007) afirmam que o discurso ideológico neoliberal apregoa o Mito do Sucesso Individual que ganhou o nome de “Empreendedorismo” e que veio acompanhado de várias receitas de sucesso. O super-herói que carregaria sozinho a responsabilidade de alcançar o sucesso deve ser um empreendedor destemido e resoluto. Ele deve ser capaz de superar todos os obstáculos que se colocarem em seu caminho. A responsabilidade de garantir condições de sobrevivência dignas passa da esfera política e social para o nível individual. Isso ocorre principalmente em países em desenvolvimento. O empreendedorismo surge como uma solução emergente (SILVA; BASSANI, 2007).

Desse modo, a crise do capital se transfere para o trabalhador. O foco muda, transferindo a responsabilidade para o sujeito (SILVA; BASSANI, 2007). Essa transferência da responsabilidade para o sujeito é mais uma das mensagens transmitidas pela ideologia capitalista, o qual segundo Gaulejac (2007) precisa de se apoiar em uma legitimidade para “justificar as desigualdades que provoca e apagar as contradições que suscita” (p. 126). Por isso, acredita-se que o discurso do empreendedor de sucesso é mais uma estratégia da ideologia capitalista, atribuindo ao sujeito a responsabilidade por sua todas as esferas do trabalho.

A figura do empreendedor tem sido disseminada como modelos ideais de sucesso, onde competências bem definidas definem as ações do "empreendedor". Se o sucesso não é alcançado o erro é de quem não soube aplicá-las. Conforme Boltanski e Chiapello (2009), o espírito do capitalismo é a ideologia que justifica o engajamento no capitalismo, pois as pessoas precisam de razões morais para se aliarem ao sistema. Desse modo, o discurso se modificou, se adaptou, como sempre o fez de acordo com a dinâmica do momento.

As novas tecnologias permitem instalar o seu escritório em seu domicílio. O tempo livre passa a ser dominado pela preocupação com a rentabilidade (GAULEJAC, 2007). É o que ocorre no Brasil com a formalização prevista pelo MEI (Micro Empreendedor

Individual). São na verdade medidas paliativas para esconder uma realidade que não quer ser vista.

Outra crítica de Paiva Junior, Almeida e Guerra (2008) é a compreensão do empreendedor isolado. Segundo os autores, o empreendedor não pode ser compreendido isolado, é necessário considerar o entorno, ou seja, a esfera social ao qual o mesmo está inserido. Cordeiro e Mello (2006) corroboram com essa ideia ao afirmarem que o empreendedor é mais bem compreendido a partir da inter-relação social que o constitui, sendo o empreendedorismo um fenômeno coletivo. Esses autores abordam a questão do empreendedorismo para além de uma lógica neoliberal, afirmando que pode ser entendido como um fenômeno social, visto pelo coletivo, e não só atribuído a características individuais.

O empreendedor e o empreendedorismo são próprios do humano e da atividade humana. Boava e Macedo (2006) criticam o reducionismo destes como apenas objetos da economia, psicologia ou administração, o que impede uma compreensão holística do fenômeno. O empreendedorismo deve ser compreendido como um fenômeno social, que traz consigo implicações de diversas naturezas, sejam psicológicas, sociais, culturais ou econômicas (BOAVA, MACEDO, 2006).

É relevante o que Boava e Macedo (2006) relatam sobre os estudos relacionados ao empreendedor. Conforme os autores, os diversos estudos sobre o empreendedor privilegiam características ônticas e não ontológicas. Isso quer dizer que quando se trata do comportamento e das características do empreendedor, de educação no empreendedorismo, de negócios familiares, as pesquisas se atêm ao ente, ao coletivo, o existente múltiplo, enquanto de outro lado, a ontologia busca a essência da particularidade do ser.

Para Wood Jr. (2013), quando se fala em condições para se empreender, o Brasil ficou na turma do fundão, na companhia de 19 outros países, entre os quais a Argentina, o Irã e a Venezuela. O país apresenta-se em um estágio inicial de desenvolvimento. Os países desse grupo não costumam gerar novos conhecimentos ou inovações. "Iniciar negócios na turma do fundão realmente não é fácil" (WOOD JR., 2013, p. 156). Dito isto, torna-se então relevante apresentar dados sobre o empreendedorismo no Brasil.

#### **4. O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**

O Brasil ainda oferece um ambiente hostil para empreendedores (WOOD JR., 2013, p. 150). O Relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), principal relatório sobre o empreendedorismo no mundo, atua desde 2000 levantando dados sobre o empreendedorismo em mais de 30 países. O último Relatório GEM BRASIL, divulgou que em 2016 a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 36%, ou seja, cerca de 48 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos em algum negócio, como empreendedor em estágio inicial ou estabelecido.

Para efeito de comparação, em 2002 esse número era de 14,4 milhões correspondendo a uma taxa de 13,5%. Lemos (2007), acrescenta que o Brasil sempre esteve entre os primeiros países quando se trata de taxa de empreendedorismo. O Brasil é um país empreendedor mesmo diante de diversos aspectos dificultadores, como a rigidez na legislação (PEDROSO; MASSUKADO-NAKATANI; MUSSI, 2009).

Entretanto, essa alta taxa de empreendedorismo é um indicador comum em países pobres (WOOD JR., 2013). Em um contexto de discussões sobre o desemprego e abandono sócio econômico de grande parte da população brasileira, o empreendedorismo surge como uma resposta necessária a alavancagem econômica local e regional e ao auto sustento de milhares de famílias pobres (SABINO, 2010).

O empreendedorismo no Brasil tem sua evidência na década de 1990, explicado principalmente pela globalização que gerou o aumento da competitividade. As empresas que não conseguiram se manter competitivas acabaram demitindo muitos funcionários que abriram seu próprio negócio, se tornando empreendedores, muitas vezes informais (DORNELAS, 2008). Foi nessa década que houve um aumento na preocupação com as políticas voltadas ao empreendedorismo no Brasil (NATIVIDADE, 2009).

Desde essa época, o cenário brasileiro se voltou à iniciativas ofensivas e defensivas no que tange ao estímulo ao empreendedorismo individual e de pequeno porte. As iniciativas defensivas se referem a programas e projetos voltados a qualificar empreendedores motivados pela necessidade, enquanto as estratégias ofensivas se referem a ações e programas para despertar vocações empreendedoras capazes de identificar oportunidades de negócios (COLBARI, 2015).

Ao se deparar com uma situação de desemprego, o trabalhador começou a buscar em novos negócios uma alternativa para conseguir renda. Quando percebem, não são mais

empregados, são patrões. Entretanto, muitos ficam na economia informal, motivados pela falta de crédito, pelo excesso de impostos e pelas altas taxas de juros (DORNELAS, 2008).

Os empreendedores desses países que fazem parte da “turma do fundão” recebem uma baixa rede de apoio, pela má qualidade dos recursos humanos, pela falta de tecnologia, pela baixa internacionalização e por uma falta crônica de capital de risco. O Brasil tem se mostrado então, um contexto desfavorável para se empreender (WOOD JR., 2013). A maior parte dos empreendimentos brasileiros são baseados em produtos e serviços tradicionais, com pouco ou nenhum potencial de expansão, enquanto nos países mais desenvolvidos a maioria dos empreendimentos possuem capacidade de alta expansão tecnológica e de mercado e com impactos na geração de emprego e no comércio internacional (COLBARI, 2007).

As micro e pequenas empresas atingem o percentual de 99% das unidades produtivas brasileiras, se tornando um dos principais pilares do desenvolvimento econômico e como ferramenta de inclusão produtiva, principalmente dos indivíduos com menor nível de escolaridade e qualificação profissional (COLBARI, 2015), o que pode ser observado pelos dados da Tabela 01.

**Tabela 1: Taxas dos empreendedores iniciais e estabelecidos em relação a dados demográficos**

Estratos da população	% de empreendedores	
	TEA	TEE
<b>Gênero</b>		
Masculino	19,2	19,6
Feminino	19,9	14,3
<b>Faixa etária</b>		
18 a 24 anos	20,1	5,5
25 a 34 anos	22,9	11,7
35 a 44 anos	19,7	22,4
45 a 54 anos	17,5	24,2
55 a 64 anos	15,0	23,9
<b>Renda</b>		
1 salário mínimo	20,5	12,5
2 salários mínimos	18,9	12,0
3 salários mínimos	21,5	19,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	18,9	22,2
Mais de 6 salários mínimos	16,7	21,8
<b>Nível de escolaridade<sup>2</sup></b>		
Educ0	19,9	18,4
Educ1	19,0	21,7
Educ2	20,5	14,6
Educ3+	14,6	12,9

Fonte: GEM Brasil 2016

<sup>1</sup> Percentual de empreendedores de cada classe em cada estágio.

<sup>2</sup> Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e douto-

Fonte: GEM BRASIL (2016).

Conforme se vê na Tabela 1, em relação ao nível de escolaridade, o Brasil não tem se destacado em apresentar condições favoráveis. Falta um processo educacional com orientação empreendedora e incentivo a pesquisa e desenvolvimento. A Tabela 02 mostra que quando se trata de negócios estabelecidos, a maior porcentagem se concentra no grupo de pessoas que não concluíram o segundo grau, o que comprova que o brasileiro tem buscado saída por meio de conhecimentos não adquiridos na educação formal (GEM BRASIL, 2016).

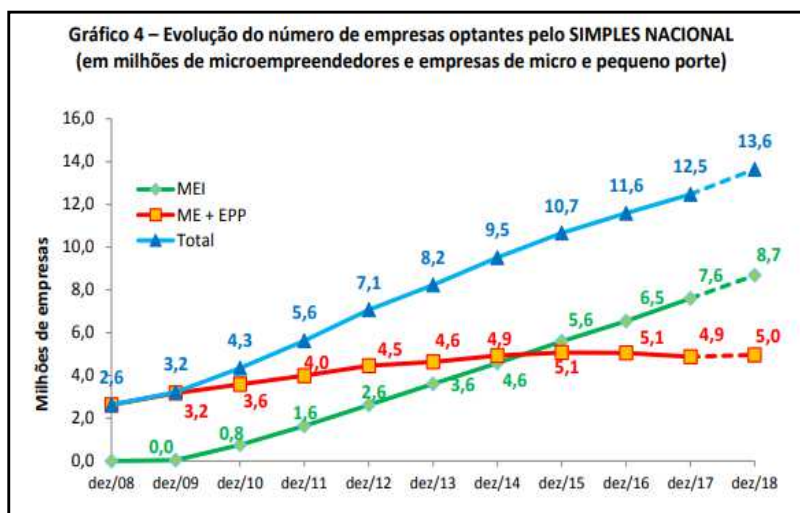
Sobre este aspecto, Colbari (2007) afirma que o sistema educacional permanece distante da formação de competências e habilidades empreendedoras, o que desencoraja os indivíduos a mobilizarem suas forças criativas e o potencial de transformação das situações vigentes.

É preciso repensar a estratégia de desenvolvimento, normalmente pautada na premissa que o investimento no desenvolvimento da capacidade empreendedora do brasileiro é fundamental para a superação das dificuldades impostas pela região. Este modelo, predatório

e altamente concentrador de riqueza, precisa ser repensado de forma crítica, mas não paralisante, em busca de possibilidades reais de transformação social, que tenham como objetivo último o bem estar e o desenvolvimento humano (SABINO, 2010).

As razões que levam uma pessoa a empreender de acordo com o Relatório GEM BRASIL são oportunidade e necessidade. Os empreendedores por oportunidade são aqueles que foram motivados por perceberem uma oportunidade no ambiente. Já os empreendedores por necessidade se tornam empreendedores em busca de sobrevivência, por não terem outra forma de obter renda. Mesmo sendo considerada alta a taxa de empreendedorismo no Brasil, se destaca o empreendedorismo por necessidade. Isso quer dizer que as pessoas optaram por empreender devido as adversidades da pobreza e pela falta de alternativas no mercado formal (COLBARI, 2007).

**Gráfico 1: Evolução do número de empresas optantes pelo Simples Nacional**



Fonte: Relatório SEBRAE (2017)

O que se vê no Brasil é um empreendedorismo sustentado por pequenos negócios, às vezes informais, às vezes formais devido ao MEI, que tem crescido progressivamente (Gráfico 1) o que não significa crescimento econômico, e sim apenas a formalização dos negócios, pela facilidade proporcionada pelo MEI, como baixo custo para a criação e manutenção do cadastro, reduzida burocracia envolvida e pela grande quantidade de indivíduos que ainda se encontram em situação de informalidade (COLBARI, 2015).

De acordo com o Relatório do SEBRAE (2017), o MEI tem baixo impacto sobre o PIB, e sua importância está mais relacionada ao resgate da cidadania de indivíduos que

estavam em situação informal. Os benefícios do MEI de acordo com o SEBRAE se concentram em acesso à previdência, possibilidade de emissão de nota fiscal, maior acesso ao crédito, reconhecimento oficial do negócio, redução da precariedade das relações de trabalho.

A Lei Complementar nº 123/2006, conhecida como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, trouxe benefícios como redução dos procedimentos burocráticos para abertura, funcionamento e encerramento de pequenos negócios; redução da carga tributária; facilitou o acesso ao crédito; instaurou medidas de estímulo à inovação, à educação empreendedora e ao associativismo (COLBARI, 2015).

Essa mesma lei criou o MEI, definindo um regime tributário especial para o autoemprego. É considerado MEI a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza, fazendo o registro de CNPJ. Devem possuir um faturamento de até 60.000,00 reais por ano e não podem ser participantes em outras empresas como sócio ou titular (COLBARI, 2015).

**Gráfico 2: Rendimento médio mensal real dos empreendedores (em R\$)**



Fonte: Relatório SEBRAE (2017)

Será mesmo que o MEI consegue alcançar esses objetivos? De acordo com o Gráfico 2, a renda média do empreendedor brasileiro é pouco maior que dois salários mínimos. Sendo que eles não possuem uma classe que os defenda, nem benefícios e segurança profissional. O indivíduo empreendedor assume toda a responsabilidade, com uma renda semelhante aos profissionais de carteira assinada, entretanto sem os benefícios e proteções e assumindo todos os riscos pela sua atividade.

## 5. CONCLUSÃO

Este artigo consistiu em uma revisão da literatura sobre o empreendedorismo. É relevante destacar que houve certa facilidade em encontrar material sobre as correntes

tradicionais. Entretanto, quando se trata de leituras críticas sobre esse fenômeno, foi necessário um esforço maior, já que as críticas estavam em conteúdos que nem sempre tinham como principal objetivo criticar o empreendedorismo, mas sim o *management*, ou o capitalismo.

Percebeu-se que o empreendedorismo apresenta várias facetas e é um fenômeno de definição complexa. Ora é apresentado como uma solução para a crise do mercado de trabalho, como um fenômeno que impulsiona o progresso econômico, outrora apresentado como estratégia meramente defensiva diante da crise do assalariamento. Nesse último caso, conduz à redução do mercado de trabalho registrado e protegido, levando à informalidade nas relações de trabalho e aumento de vínculos flexíveis (COLBARI, 2007). O principal representante desses vínculos flexíveis é o registro de MEI. Foi criado como uma medida para regulamentar o trabalho informal, mas na prática não representa garantias nem proteção das relações de trabalho, também não traz mais segurança ao trabalhador que continua assumindo toda a responsabilidade pelos riscos de sua atividade.

O empreendedorismo ocupa na realidade uma forma não de escolha, mas de sobrevivência para muitos brasileiros, diante da falta de perspectivas. A partir dos dados apresentados sobre o fenômeno no Brasil, entende-se que a realidade do país evidencia um empreendedorismo muito diferente na prática, entretanto, o discurso permanece o mesmo da corrente tradicional, o que se pode observar pela disseminação da literatura do *management* que prega fórmulas prontas para ser um empreendedor de sucesso. Assim, o discurso, que reside na manutenção do espírito do capitalismo, fica descontextualizado.

É importante salientar que trata-se de um resultado parcial de uma dissertação ainda em andamento sobre o empreendedorismo e esse trabalho buscará na história de vida de empreendedores compreender o fenômeno pela vivência de seus sujeitos.

Para estudos futuros, sugere-se comparar dados de outros países, principalmente os países denominados como desenvolvidos, para verificar se os dados comprovam o discurso neoliberal. Além disso, sugere-se ir a campo para buscar bases empíricas com o objetivo de entender a realidade do empreendedor brasileiro.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



BOAVA, D.; MACEDO, F. Sentido axiológico do empreendedorismo. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, Brasil, 33. 2009.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *O novo espírito do capitalismo*. WMF Martins Fontes, 2009.

COLBARI, A. de L. Do autoemprego ao microempreendedorismo individual: desafios conceituais e empíricos. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 4, n. 1, p. 165-189, 2015.

CORDEIRO, A. T.; MELLO, S. C. B. Rupturas, permanências e ressignificações na estrutura discursiva do empreendedorismo. *XXX Encontro da Associação nacional de Pós-Graduação em Administração*. Salvador, BA, 2006.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; MARTINS, P. E. M. A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. *Cadernos EBAPE. BR*, v. 10, n. 2, p. 357-375, 2012.

DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 3ª Ed. Editora Campus. Elsevier Brasil, 2008.

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. Trad. de Carlos Malferrari. São Paulo: 2ª Ed. Pioneira, 1987.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de administração*, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GAULEJAC, V. de. *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. São Paulo: Ideias e Letras, p. 7-142, 2007.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Relatório executivo. Sebrae, 2016.

LEITE, E. *O fenômeno do empreendedorismo*. São Paulo: Saraiva, 2012.

LEMONS, A. H. C. Empreendedorismo no Brasil: Uma atividade sem “espírito”? (Capítulo 3). In: MIGUELES, Carmen. *Antropologia do consumo: casos brasileiros*. FGV Editora, 2007.

MCCLELLAND, D. C. *The achieving society*. New York: D. Van Nostrand Company, 1961.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *Revista de Administração Pública*, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

PAIVA JÚNIOR, F. G.; ALMEIDA, S. L.; GUERRA, J. R.F. O empreendedor humanizado como uma alternativa ao empresário bem-sucedido: um novo conceito em empreendedorismo, inspirado no filme *Beleza Americana*. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n. 8, 2008.

PEDROSO, J. P. P.; MASSUKADO-NAKATANI, M. S.; MUSSI, F. B. (2009). A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(4), 100-130.

ROXO, M.; GROHMANN, R. Sentidos do Empreendedorismo no Campo Profissional Jornalístico. In: 4o Congresso Internacional de Comunicação e Consumo—Comunicon. *Anais do Comunicon*. São Paulo: ESPM. 2014.

SABINO, G. T. Empreendedorismo: reflexões críticas sobre o conceito no Brasil. *Anais do Seminário do Trabalho*, v. 7, p. 1-16, 2010.

SARAIVA, L. A. S. O túnel no fim da luz: a educação superior em administração no Brasil e a questão da emancipação. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 2007.

SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Editado por George Allen e Unwin Ltd., traduzido por Ruy Jungmann. — Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961. Tradução do original inglês *Capitalism, Socialism, and Democracy*.

\_\_\_\_\_. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997. Título original: *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung* Dunker & Humblot, Berlim, Alemanha, 1964.

SILVA, L. F.; BASSANI, C. L. Evolucionismo: a face oculta do empreendedorismo. *Brazilian Business Review*, v. 4, n. 1, p. 60-73, 2007.

SOUZA-E-SILVA, M. C.; STELLA, V. C. Quem é o empreendedor brasileiro? Discursos em concorrência. *Letras de Hoje*, v. 50, n. 5, p. 83-89. 2015.

STELLA, R. C. V. As dramáticas do uso de si de um jovem empreendedor. *Ergologia*, nº 13. 2015.

WOOD JR, T. *Capitalismo Selvagem*: Crônicas da vida corporativa e do trabalho. 1ª edição.  
Edição do autor. 2013.