

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE  
CURSO DE MESTRADO EM ECONOMIA APLICADA

PERCEPÇÕES DOS SUL-AMERICANOS SOBRE DIMENSÕES LIGADAS AO  
EMPREENDEDORISMO: OS CASOS DO BRASIL, DO CHILE, DA VENEZUELA,  
DA BOLÍVIA E DO URUGUAI

MYLENA SOARES DE ARAUJO

MACEIÓ-AL

2010

MYLENA SOARES DE ARAUJO

PERCEPÇÕES DOS SUL-AMERICANOS SOBRE DIMENSÕES LIGADAS AO  
EMPREENDEDORISMO: OS CASOS DO BRASIL, DO CHILE, DA VENEZUELA,  
DA BOLÍVIA E DO URUGUAI

Dissertação de Mestrado,  
apresentada ao Curso de Mestrado em  
Economia Aplicada, na subárea de  
Concentração Inovação, Instituições e  
Competitividade, sob orientação do Prof.  
Dr. Anderson de Barros Dantas.

MACEIÓ-AL

2010

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**  
**Bibliotecária: Dilma Maria dos Santos Cunha**

A663p Araujo, Mylena Soares de.  
Percepções dos Sul-Americanos sobre dimensões ligadas ao empreendedorismo : os casos do Brasil, do Chile, da Venezuela, da Bolívia e do Uruguai / Mylena Soares de Araujo, 2010.  
95f : il ; tabs., grafs.

Orientador : Anderson de Barros Dantas.  
Dissertação (mestrado em Economia Aplicada) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió, 2010.

Bibliografia: f. 74-84.  
Anexos: f. 85-95.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedores-Sul-Americanos-perfil I. Título.

CDU: 33:658. 011.4

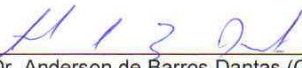
Universidade Federal de Alagoas  
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade  
Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada

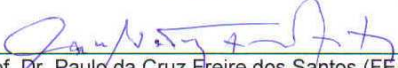
Percepções dos sul-americanos sobre dimensões ligadas ao empreendedorismo: os casos  
do Brasil, do Chile, da Venezuela, da Bolívia e do Uruguai

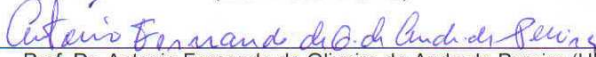
**MYLENA SOARES DE ARAUJO**

Dissertação submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Economia  
Aplicada da Universidade Federal de Alagoas e aprovada em 23 de setembro de 2010.

Banca Examinadora:

  
Prof. Dr. Anderson de Barros Dantas (CMEA-UFAL)  
(Orientador)

  
Prof. Dr. Paulo da Cruz Freire dos Santos (FEAC-UFAL)  
(Examinador Interno)

  
Prof. Dr. Antonio Fernando de Oliveira de Andrade Pereira (UFPE)  
(Examinador Externo)

“Ainda que eu ande pelo vale da sombra da morte, não temerei  
mal algum, porque Tu estás comigo”.

Salmo 23.4

## AGRADECIMENTOS

A Deus, aos meus pais, aos meus amigos e ao meu amor.

Aos professores Dr. Cesar Tejada e Paulo Jacinto, por seu pioneirismo e competência para dar vida ao Curso de Mestrado em Economia Aplicada da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade Federal de Alagoas, FEAC/UFAL.

À Universidade Federal de Alagoas, na pessoa da Magnífica Reitora Profa. Ms. Ana Dayse Rezende Dorea, por permitir que eu pudesse exercer minhas atividades de assistente administrativa do quadro efetivo em horário flexibilizado, fundamentada na lei 8.112, de 11 de dezembro de 1990, que dispõe sobre o Regime Jurídico dos Servidores Públicos Civis da União, das Autarquias e das Fundações Públicas Federais, o que foi crucial para que eu desse andamento ao meu curso de mestrado.

Ao Pró-Reitor de Graduação, Prof. Dr. Anderson de Barros Dantas, por encontrar tempo entre suas inúmeras responsabilidades para me orientar.

Ao Prof. Dr. Paulo da Cruz, por seus sábios encaminhamentos, sem os quais este trabalho não teria sido construído.

À Profa. Dra. Maria Cecília Junqueira Lustosa, que tão eficazmente me orientou no desenvolvimento do meu trabalho de conclusão do curso de graduação em Economia, pela FEAC/UFAL, e esteve presente na qualificação desta dissertação, por ser tão presente na minha história acadêmica e por influenciar meu olhar crítico para revisar o que escrevi, sendo sempre cuidadosa com os conceitos que apresento/defendo.

Aos colaboradores (citados no Anexo 7.3) que aplicaram o questionário e que, gentilmente, mantiveram contato comigo via email para comentar a pesquisa.

Aos que torceram por mim, minha eterna gratidão.

## RESUMO

O objetivo desse trabalho foi buscar a compreensão do perfil de possíveis empreendedores brasileiros em comparação à chilenos, uruguaios, bolivianos e venezuelanos, a fim de fornecer informações para uma futura elaboração de políticas públicas que utilizem o empreendedorismo como instrumento para desenvolvimento econômico local. Para alcançar o objetivo, a metodologia adotada foi a realização do teste não paramétrico de Mann-Whitney, através do software de análise estatística SPSS (*Statistical Package for Social Science*), em uma amostra de 884 questionários, verificando diferenças entre as variáveis a serem estudadas, a um nível de significância de até 5%, através dos dados coletados a partir do questionário elaborado pela Universidade Federal de Alagoas e Fundação Dom Cabral-MG. Em seguida, os resultados foram comparados às variáveis sócio-econômicas e/ou culturais, buscando encontrar alguma justificativa que possa ter influenciado na formação das percepções dos indivíduos entrevistados. Os resultados mostraram que, dentre 10 dimensões estudadas, o Brasil possui percepção semelhante à chilena em 4 destas – tolerância à incerteza, locus interno de controle, ética e liderança/persuasão –, semelhante à venezuelana em 6 casos – tolerância à incerteza, ética, capacidade de realização/planejamento, rede de relações, conhecimento de setor/informação e liderança/persuasão –, à uruguaia em 5 casos – locus interno de controle, auto-aprendizagem, ética, conceito de si/necessidade de realização e liderança/persuasão – e à boliviana em 5 casos – locus interno de controle, conceito de si/necessidade de realização, rede de relações e liderança/persuasão.

Palavras-chave: Empreendedorismo; América do Sul; Percepções dos indivíduos.

## ABSTRACT

The aim of this study is to understand the profile of potential Brazilian entrepreneurs in comparison to Chileans, Uruguayans, Bolivians and Venezuelans in order to provide information for future policy-making using entrepreneurship as a tool for local economic development. To achieve the goal, the methodology adopted was to perform the nonparametric Mann-Whitney, through statistical analysis software SPSS (Statistical Package for Social Science) in a sample of 884 questionnaires, checking differences between the variables to be studied at a level of significance 5% through the data collected from a questionnaire prepared by the Federal University of Alagoas and Dom Cabral Foundation-MG. Then the results were compared to the socio-economic and / or cultural variables, trying to find some justification that may have influenced the formation of perceptions of the interviewees. The results showed that among 10 studied dimensions, Brazil has a similar perception with Chile in four of them - uncertainty tolerance, internal locus of control, ethics and leadership / persuasion - similar to Venezuela in six cases - the uncertainty tolerance, ethics, ability to perform / planning, network of relationships, industry knowledge / information and leadership / persuasion – with Uruguay in one of five cases - internal locus of control, self-learning, ethics, self-concept / need for achievement and leadership / persuasion – and with Bolivia in 5 cases - internal locus of control, self-concept / need for achievement, network of relationships and leadership / persuasion.

Keywords: Entrepreneurship; South America, and perceptions of individuals.



## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 01: Taxa de Crescimento da Produção Industrial (%) no Brasil .....    | 20 |
| Gráfico 02: Balança Comercial do Brasil .....                                 | 20 |
| Gráfico 03: Taxa de Crescimento da Produção Industrial (%) na Bolívia .....   | 21 |
| Gráfico 04: Balança Comercial da Bolívia .....                                | 22 |
| Gráfico 05: Taxa de Crescimento da Produção Industrial (%) na Chile .....     | 23 |
| Gráfico 06: Balança Comercial do Chile .....                                  | 23 |
| Gráfico 07: Taxa de Crescimento da Produção Industrial (%) no Uruguai .....   | 24 |
| Gráfico 08: Balança Comercial do Uruguai .....                                | 25 |
| Gráfico 09: Taxa de Crescimento da Produção Industrial (%) na Venezuela ..... | 26 |
| Gráfico 10: Balança Comercial da Venezuela .....                              | 26 |
| Gráfico 11: Taxas de inflação: Preço médio ao Consumidor .....                | 27 |
| Gráfico 12: Câmbio .....  | 27 |

## LISTA DE QUADROS

|  |    |
|--|----|
| Quadro 01: Dimensões ligadas ao empreendedorismo ..... | 43 |
|--|----|

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| Tabela 01: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Tolerância à Incerteza .....                   | 48 |
| Tabela 02: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Locus de Controle Interno .....                | 52 |
| Tabela 03: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Criatividade .....                             | 55 |
| Tabela 04: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Auto-aprendizagem .....                        | 57 |
| Tabela 05: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Ética .....                                    | 58 |
| Tabela 06: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Conceito de Si/Necessidade de Realização ..... | 62 |

|   |    |
|---|----|
| Tabela 07: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão<br>Conceito de Si/Necessidade de Realização ..... | 64 |
| Tabela 07.1 – Taxas de inflação .....   | 65 |
| Tabela 08: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Rede de<br>Relações .....                         | 66 |
| Tabela 09: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão<br>Conhecimento de Setor/Informação .....         | 67 |
| Tabela 10: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão<br>Liderança/Persuasão .....                      | 69 |

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO .....                                     | 11        |
| <b>1.1 Apresentação .....</b>                                     | <b>11</b> |
| <b>1.2 Justificativa .....</b>                                    | <b>12</b> |
| <br>  |           |
| CAPÍTULO 2 – REVISÃO DA LITERATURA .....                          | 14        |
| <b>2.1 História Econômica da América do Sul .....</b>             | <b>14</b> |
| 2.1.1 Dinâmica Sócio-Econômica dos Países da América do Sul ..... | 14        |
| 2.1.2 Dinâmica Sócio-Econômica na América do Sul .....            | 19        |
| <b>2.2 Empreendedorismo .....</b>                                 | <b>28</b> |
| 2.2.1 Empreendedorismo nos países da América do Sul .....         | 34        |
| <br>  |           |
| CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA .....                                    | 42        |
| <br>  |           |
| CAPÍTULO 4 - PROCEDIMENTOS, RESULTADOS E ANÁLISE .....            | 48        |
| <b>4.1 Tolerância à Incerteza .....</b>                           | <b>48</b> |
| <b>4.2 Locus Interno de Controle .....</b>                        | <b>52</b> |
| <b>4.3 Criatividade .....</b>                                     | <b>55</b> |
| <b>4.4 Auto-Aprendizagem .....</b>                                | <b>57</b> |
| <b>4.5 Ética .....</b>  | <b>58</b> |
| <b>4.6 Conceito de Si/Necessidade de Realização .....</b>         | <b>62</b> |
| <b>4.7 Capacidade de Realização / Planejamento .....</b>          | <b>64</b> |
| <b>4.8 Rede de Relações .....</b>                                 | <b>66</b> |
| <b>4.9 Conhecimento de Setor / Informação .....</b>               | <b>67</b> |
| <b>4.10 Liderança / Persuasão .....</b>                           | <b>69</b> |
| <br>  |           |
| CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES .....                                     | 71        |
| <br>  |           |
| REFERÊNCIAS .....   | 74        |
| <b>6.1 Referências Bibliográficas .....</b>                       | <b>74</b> |
| <b>6.2 Anexos .....</b>   | <b>85</b> |
| 6.2.1 Anexo 01 – Questionário .....                               | 85        |
| 6.2.2 Anexo 02 – Ranks .....                                      | 89        |

**6.2.3 Anexo 03 – Opiniões de alguns dos pesquisadores envolvidos ..... 94**

# CAPÍTULO 1

## INTRODUÇÃO

### 1.1 Apresentação

Nos últimos 40 anos, países ocidentais vêm percebendo a incapacidade que grandes empresas têm de criar novos postos de trabalho, aumentando assim os níveis de desemprego. É neste cenário que pequenos negócios ganham crescente relevância na economia mundial (DAVIDSSON, 1995a). Com a criação de novas firmas, usualmente pequenas, por indivíduos com perfil empreendedor, surgem os novos postos de trabalho e produtos inovadores, dinamizando a economia.

No cenário idealizado por Schumpeter (1983), o empreendedor já era considerado como um agente capaz de alterar uma economia, instigando a destruição criadora, substituindo produtos e processos obsoletos através da introdução de inovações de bens e processos, mesmo que para isso precisem assumir altos graus de incerteza. O financiamento destes empreendimentos viria dos capitalistas – detentores do capital.

O empreendedor pode surgir para aproveitar uma oportunidade de mercado ainda não explorada ou para buscar uma fonte de sustento para a família durante/após um período de recessão ou por estar fora do mercado de trabalho e sem expectativas de retorno.

Na prática, entretanto, alguns indivíduos possuem uma maior propensão a criar seu próprio negócio, apresentar soluções inovadoras para processos já conhecidos e assumir os riscos de deixar de ser empregado para ser o empregador – características de um empreendedor.

A dúvida que surge entre os estudiosos do tema é se estes indivíduos já nasceram com tais propensões aguçadas, ou se estes predicados podem ser desenvolvidos. Varela (1988) defende que o espírito empresarial pode ser desenvolvido nas pessoas através de um processo educativo.

Teria o ambiente onde este indivíduo foi criado a capacidade de despertar a cultura empreendedora neste através do desenvolvimento de traços como coragem, ousadia, determinação e autoconfiança?

A busca pela compreensão das razões pelas quais algumas sociedades são mais empreendedoras do que outras é o objetivo dos estudos transculturais – que comparam as

culturas procurando entender quais características favorecem (ou não) iniciativas empreendedoras (SILVA et al, 2009).

Pesquisas traçando o perfil típico de um empreendedor e variáveis que impactam positivamente na formação deste perfil ainda não esgotaram o tema, deixando pendente a necessidade de conhecer melhor a correlação entre variáveis culturais e o grau de empreendedorismo de uma sociedade, uma vez que este é um dos novos caminhos para dinamizar uma economia e gerar novos postos de trabalho.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é verificar se existem semelhanças entre as percepções sobre dimensões relacionadas ao empreendedorismo de brasileiros em relação à chilenos, bolivianos, uruguaios e venezuelanos, buscando compreendê-las – ou compreender a ausência das mesmas – e compará-las à variáveis sócio-econômicas.

As respostas aqui obtidas poderão ajudar a desenvolver políticas públicas mais adequadas para alcançar o desenvolvimento econômico através da ferramenta empreendedorismo.

## **1.2. Justificativa**

A busca por instrumentos que colaborem com o desenvolvimento local nos mostra que nenhum deles, individualmente, é capaz de solucionar o caso. Uma das opções pode ser a inclusão da cultura empreendedora nas sociedades, estimulando assim a economia através da criação de novas empresas e, conseqüentemente, novos postos de trabalho. Expansões nos setores produtivos resultam em maior aporte tecnológico e maior produtividade, o que pode aumentar a renda e desenvolver a região. (CYPHER; DIETZ, 1997 apud SANTOS, 2007)

O empreendedorismo é um tema cuja literatura encontra-se em processo de construção. É comum encontrar artigos conceituando um empreendedor, porém quando a intenção é estudar o perfil de determinada região, os trabalhos são mais escassos.

Por ser um perfil bastante influenciado pelo ambiente onde está situado, trabalhos sobre o indivíduo empreendedor devem ser bastante específicos, retratando cada realidade que pretende ser conhecida para obter subsídios para desenvolver políticas públicas específicas, uma vez que o tema não permite a criação de um modelo que possa ser aplicado da mesma forma em todos os países.

Sendo assim, trabalhos que visem prover a sociedade de informações sobre a possível correlação entre características sócio-econômicas e a percepção do indivíduo a cerca do empreendedorismo tornam-se bem vindos e necessários.

## CAPÍTULO 2

### REVISÃO DA LITERATURA

#### **2.1 Aspectos da História Econômica da América do Sul**

##### **2.1.1 Dinâmica Sócio-Econômica dos Países da América do Sul**

No final do século XV, Espanha e Portugal não se constituíam como economias relevantes dentro da economia europeia (STEIN, 1976). A reversão deste quadro era vislumbrada com a possibilidade de descoberta de novas colônias que pudessem prover as Metrôpoles de especiarias ou metais preciosos, por exemplo, instigando assim a busca por novos territórios, como a América do Sul.

A América do Sul é um continente situado majoritariamente abaixo da linha do Equador, ocupando uma área de 17.819.100 km<sup>2</sup>. Banhado pelo mar do Caribe e pelos oceanos Atlântico e Pacífico, o continente engloba Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai, Venezuela, Guiana, Suriname e Guiana Francesa. Predomina o relevo a Cordilheira dos Andes, planícies aluvionais, maciços guianos e brasileiros e o *plateau* patagônico. (FURTADO, 1986)

A Argentina, o centro-sul do Brasil, o Chile e o Uruguai – o Cone Sul –, são o centro mais desenvolvido economicamente. Na América do Sul são falados basicamente o espanhol e o português, uma vez que o Tratado de Tordesilhas dividiu essa região e destinou-a para a colonização majoritária da Coroa Portuguesa e da Espanhola. Além dos idiomas diferentes, os imigrantes que se instalaram na América do Sul trouxeram elementos de suas culturas, justificando a variedade de costumes e tradições na região.

À exceção do Brasil, de colonização portuguesa, os demais países possuem uma história colonial comum em grande parte, uma vez que foram colonizados pelo mesmo reino, o espanhol. (FURTADO, 1986)

Chile, Venezuela, Bolívia e Uruguai, por sua vez, foram colonizados pela Coroa Espanhola no século XVI, após a chegada de Cristóvão Colombo à América, no final do século XV. Os metais preciosos como ouro e a prata foram de imediato encontrados pelos colonizadores, e sua extração norteou o eixo econômico, transformando as terras em colônias de exploração. (FURTADO, 1986)



O domínio dos espanhóis sobre os povos que já viviam no continente americano se iniciou no fim do século XV. Por onde passavam, os colonizadores exterminavam os chamados pré-colombianos – em alusão a Cristóvão Colombo –, graças ao seu avançado poderio bélico e às doenças que trouxeram do velho continente, como varíola, sarampo e febre tifóide. (FURTADO, 1986)

Ao longo dos primeiros 200 anos da colonização espanhola a população indígena foi destruída e as condições de vida dos sobreviventes declinaram significativamente. Foi criado um setor mineiro na região, e os ganhos gerados por este eram destinados a manter a economia da Metrópole. (FURTADO, 1986)

Portugal descobre o Brasil em 1500. Pelas proporções continentais, o sistema colonial português no país assentou-se de modo geral em grandes propriedades monocultoras e exportadoras, utilizando mão-de-obra escrava. A pequena propriedade também existiu desde o início do processo de colonização, apesar das imposições contrárias e se tornou no século XVIII indispensável para o abastecimento interno.

Esse tipo de cultura não era apoiada porque, para Portugal, o interessante era garantir a posse das grandes quantidades de terras brasileiras, e, uma vez que a colônia estava ocupada com o (lucrativo) mercado de especiarias e drogas, a entrega de grandes propriedades para serem administradas pela iniciativa privada apresentava-se como a melhor solução para garantir a ocupação do território conquistado pelo Tratado de Tordesilhas (1494) (ERTHAL, 2000).

No Brasil, a colonização sempre foi liderada pelo Estado (português), que inseriu, mesmo que involuntariamente, na cultura do brasileiro o seu principal objetivo à época, lucro fácil, resultado do espírito aventureiro do colonizador português, negligenciando o desenvolvimento de empreendimentos planejados (SOUZA E DEPIERI, 2007), enquanto nas colônias espanholas a iniciativa privada foi a forma encontrada para colonizar sem ônus à Coroa.

Aventureiros assinavam contratos com a realeza espanhola para ter direito a explorar as novas terras, visando os tesouros acumulados pelos pré-colombianos, conhecedores de técnicas avançadas de fundição de metais.

A colonização portuguesa foi o marco inicial para a criação da matriz cultural brasileira. Ao formar esta nova colônia, a idéia era reproduzir a mesma estrutura administrativa e social de Portugal, com os mesmo princípios e relações que regulavam a

sociedade do país colonizador, ignorando a necessidade de se desenvolver um modelo que melhor se adequasse às especificidades locais.

A chamada América Espanhola, por sua vez, teve tribos indígenas que resistiram o quanto puderam aos avanços dos colonizadores. As terras eram consideradas fornecedoras de metais preciosos e guiaram as colonizações temporárias – uma vez que os metais se escasseavam, os colonizadores abandonavam aquela região e partiam para novos territórios.

A Bolívia, por exemplo, território Inca até o século XIV, serviu para os espanhóis como depósito de prata – que serviriam para pagar as dívidas contraídas com os credores da coroa espanhola. Conseguiu sua independência da coroa espanhola no século XIX, através de Simón Bolívar, militar revolucionário.

Situação semelhante ocorreu no Chile, que também era dominado por tribos indígenas até a chegada dos espanhóis no século XVI. Já a Venezuela, diferente da Bolívia, não despertou interesse imediato na coroa espanhola, uma vez que as regiões vizinhas ofertavam a pesca de pérolas – atividade mais atrativa financeiramente.

O Uruguai, entretanto, foi o único território que, inicialmente, gerou disputas entre colonizadores portugueses e espanhóis, tendo estes últimos conquistado o domínio da região até o início do século XIX. Com sua economia baseada na pecuária, o país recebeu imigrantes espanhóis e italianos que trouxeram novos métodos para auxiliar no crescimento do rebanho.

Com o início da escassez dos metais preciosos em 1560, a coroa espanhola cedeu a exploradores espanhóis o direito de fundar cidades, evangelizar os nativos e deter o poder jurídico e militar, desde que um quinto de toda a produção fosse destinado à Coroa. Surgem as grandes propriedades rurais exportadoras, semelhantes às brasileiras.

Em 1528, a então Província da Venezuela foi cedida à banqueiros alemães como forma de pagamento das dívidas do rei espanhol Carlos V, que por quase duas décadas buscaram pedras preciosas sem êxito, devolvendo o território em seguida à coroa espanhola.

Sob a liderança de Simón Bolívar e José de San Martín, a antiga América Espanhola iniciou o seu processo de independência e divisão territorial, e hoje é formada por Venezuela, Colômbia, Equador, Peru, Bolívia, Chile, Argentina, Paraguai e Uruguai, este último tendo sido não só colônia espanhola, mas pertencido também ao reino português antes de se tornar um país independente.

Todos os países aqui envolvidos receberam imigrantes do velho continente. Os imigrantes de diferentes nacionalidades que aportaram no Brasil não sabiam as condições que encontrariam nas novas terras, à exceção dos portugueses que tinham sido informados por parentes ou amigos que imigraram anteriormente. O governo buscou direcionar determinadas etnias para cada região, a exemplo dos italianos no Rio Grande do Sul e em São Paulo e dos japoneses e poloneses no Paraná. Como se instalavam em casas próximas e tinham a mesma origem, esses imigrantes desenvolviam uma relação de ajuda mútua, tratando uns aos outros como familiares. (GRZYBOVSKI, 2007)

As condições nos centros urbanos eram precárias, porém preferíveis por alguns imigrantes aos centros rurais, onde o trabalho era genericamente braçal e a mobilidade social inferior. Aqueles com habilidades profissionais começaram a desenvolver atividades industriais e comerciais, fundando notáveis empresas familiares, como o Grupo Pão de Açúcar, da família Matarazzo, a empresa de vestuário da família Hering e a fábrica de papel para jornais da família Klabin.

No sul do país, a vinda de imigrantes se deu através da formação de “núcleos coloniais” federais ou estaduais, que focavam na pequena propriedade familiar, voltada ao mercado interno, diferente das sesmarias predominantes no nordeste. Por volta de 1875, já existiam 89 núcleos por todo o país, sendo 66 na região sul. (GRZYBOVSKI, 2007)

Uma das características introduzidas pelos imigrantes que se instalaram no sul do Brasil foi a inovação através do aprimoramento dos produtos, adicionando nestes maior valor agregado ao transformar os produtos *in natura* como o trigo, em bolachas. Foram adotadas as técnicas inovativas possíveis naquele cenário, mesmo sem a existência de tecnologia avançada. É uma prova da cultura empreendedora trazida pelos imigrantes para desenvolver a economia e a qualidade de vida da sociedade. (GRZYBOVSKI, 2007)

A influência da família nas empresas pode ser vista no fato de o empreendedor sempre buscar nela apoio emocional em momentos difíceis, tendo-a como referência e estímulo para buscar sua realização individual, o que fortalece seus laços com os parentes. (SOUZA e DEPIERI, 2007)

Talvez pela postura do imigrante de atuar em atividades industriais e comerciais, as primeiras indústrias a surgirem no país pertenciam a imigrantes ou seus filhos, que trouxeram consigo uma cultura diferente daquela vivida pelos portugueses colonizadores, tendo os brasileiros como seus funcionários. É possível que esta seja uma das causas para uma parte do povo brasileiro ver na posição de empregado uma situação de segurança.

Entre os empreendedores, se destacaram os italianos, seguido pelos alemães nos períodos da Segunda Guerra Mundial e pós II Guerra. (BARBOSA e ANDRADE, 2010)

A imigração do Chile veio de todas as partes. Estes, através de seus descendentes, transformaram a cultura, a economia e a política local. Eles vieram principalmente da Espanha, Inglaterra, Itália, França, Croácia e Alemanha. Esta última patrocinada pelo governo chileno com o objetivo de colonizar as regiões meridionais do país. Como o sul do país era até então praticamente despovoado, os alemães exerceram forte influência na região, comparada apenas à exercida pela imigração alemã no sul do Brasil.

Os venezuelanos receberam imigrantes espanhóis, norte-americanos, italianos, libaneses, portugueses, alemães e brasileiros, de acordo com o Recenseamento Geral da População e Habitação – Censo de 2001. Tantas influências criaram no país um comércio que não pode ser associado ao de nenhum país de origem de seus imigrantes em específico, uma vez que reuniu características desde os comércios árabes até os europeus.

A partir desta breve exposição das características de cada país relacionadas ao empreendedorismo, este trabalho segue para o foco de seu problema: conhecer as semelhanças existentes entre as percepções brasileiras em relação à dos demais países, e em seguida entender quais fatores/variáveis sócio-econômicas poderiam ter influenciado tais percepções.

Seria o cenário macro-econômico estável ou não uma premissa para o impulsionamento da atividade empreendedora? A religião, que já influenciou governos em séculos passados, teria ainda hoje o poder de catalisar dentro de um indivíduo uma maior ou menor crença na obtenção de seus objetivos através de suas próprias ações?

Seguindo esta linha, o número de depósitos de patentes de residentes e não residentes de um país seria uma boa variável para mensurar a percepção sobre a dimensão criatividade? Um maior nível de atividade empreendedora poderia ser obtido através da busca voluntária ou não por conhecimento?

O número de variáveis que poderiam influenciar no grau de empreendedorismo de um país parece infinito, e somam-se as variáveis acima citadas o clima local, as taxas de inflação, a postura adotada pelos indivíduos para com sua rede de relações, o acesso à internet e a postura nacional em órgãos internacionais: mas será que tais variáveis podem influenciar o perfil empreendedor de um país?

## 2.1.2 Dinâmica Sócio-Econômica na América do Sul<sup>1</sup>

Com uma população estimada de 196.342.592 habitantes em 2008, crescendo a uma taxa estimada em 1,23% no mesmo ano e com uma expectativa de 71 anos, o Brasil apresentou o segundo menor Produto Interno Bruto (PIB) per capita dentre os cinco países envolvidos neste estudo em 2008, segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI). Este dado corresponde ao valor total de bens e serviços produzidos no país, dividido pela sua população. Em seu relatório *World Economic Outlook Database* (2009), o FMI apontou o PIB per capita brasileiro de 2008 superior a US\$ 8.000. O PIB total do país, de acordo com o relatório *World Development Indicators database* (2010), do Banco Mundial, foi de US\$ 1.575.151.000, o 10º maior do mundo.

O país possui uma taxa de alfabetização<sup>2</sup> que cresceu de 83,3% para 88,6% entre 2000 e 2008, de acordo como *World Factbook* da Agência Central de Inteligência dos Estados Unidos (CIA) de 2008, com gastos em educação equivalentes a 4% do PIB em 2004.

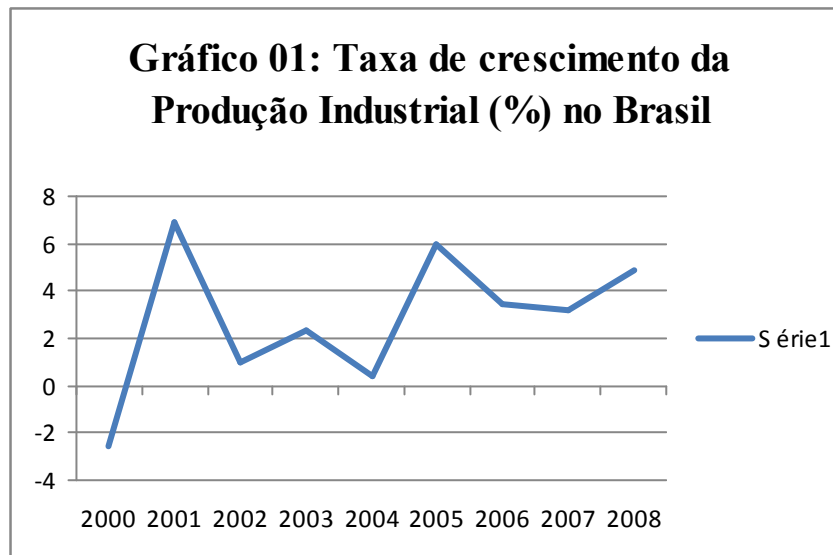
Em 2008, cerca de 86% da população brasileira vivia na zona urbana, e a religião predominante, de acordo com o censo de 2000, era a católica, com 73,6%, seguida pela protestante, que envolvia 15,4% dos brasileiros.

Este mesmo relatório aponta a taxa de crescimento da produção industrial no Brasil. Se em 2000 esta era negativa (-2,6%), em 2001 a mesma chegou a 6,9%. Em 2008 a taxa foi de 4,9%, e as oscilações durante este período podem ser vistas no gráfico 01:

---

<sup>1</sup> Os dados contidos nesta seção sobre o PIB dos países foi obtido através do relatório *World Development Indicators database – 2010*, do Banco Mundial. As informações sobre PIB per capita foram obtidas no relatório *World Economic Outlook Database – 2009*, disponível no site do Fundo Monetário Internacional. As taxas de alfabetização, crescimento da produção industrial, exportações, importações, inflação dos preços ao consumidor, energia produzida e consumida, desemprego, religião e população abaixo do nível de pobreza foram retiradas do relatório *World Factbook, 2008*, disponível no site da CIA.

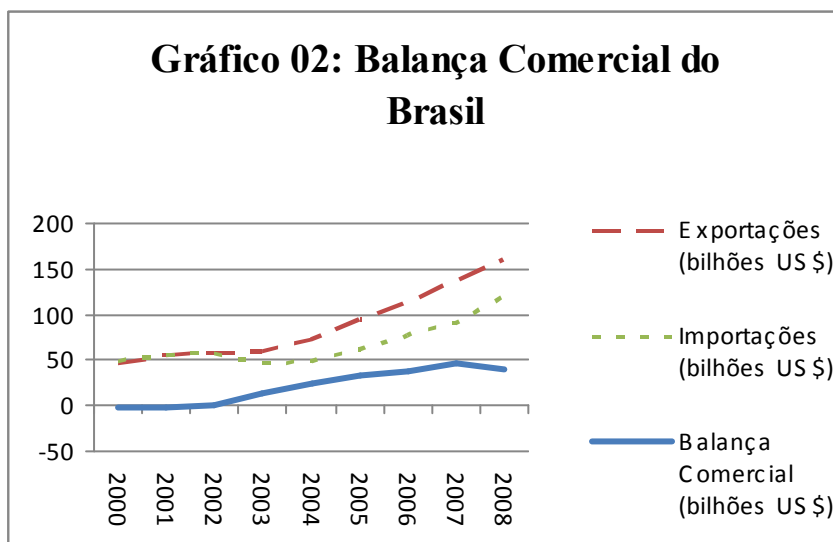
<sup>2</sup> De acordo com a CIA, não há uma definição universal para este índice, mas em geral tratam-se do número de indivíduos, homens e mulheres, capazes de ler e escrever com determinada idade.



Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

No tópico energia, o país produziu em 2008 mais de 437 bilhões de kiloWatt hora (kWh), sendo 82,7% produzida em hidroelétricas, consumindo no mesmo ano pouco mais de 402 bilhões de kWh.

A Balança Comercial brasileira foi favorecida pela desvalorização do dólar frente a moeda local, o Real, resultando em um aumento das exportações entre os anos de 2002 e 2008 superior ao aumento apresentado pelas importações – ver gráfico 02.



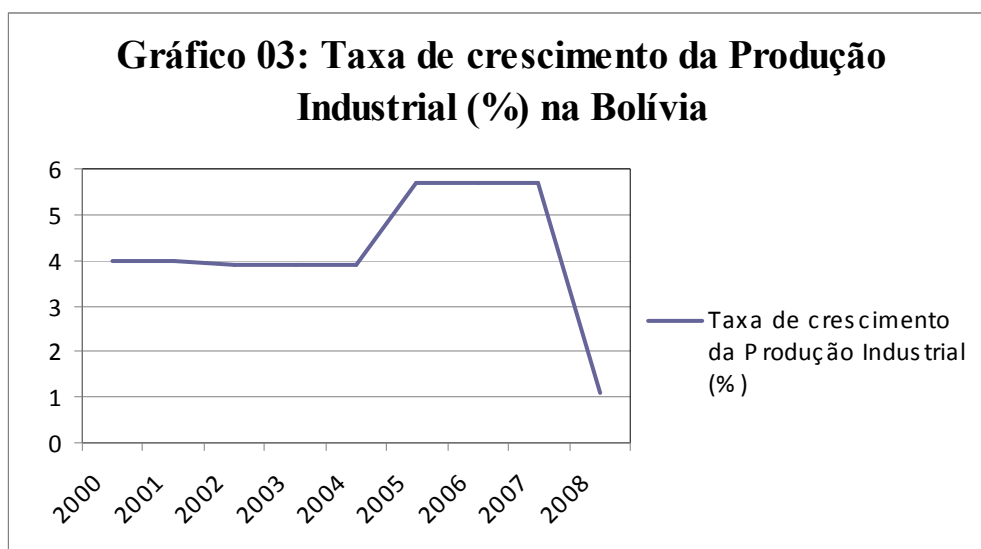
Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

Um dado preocupante é o aumento da porcentagem da população abaixo do nível de pobreza, de 17,4% em 2000 para 31% em 2008. A taxa de desemprego estimada para 2008 foi de 7,9%. (CIA, 2008)

A Bolívia possui o 100º PIB de 2008, de acordo com o Banco Mundial, no total de US\$ 16.674.000. O PIB per capita, de acordo com o FMI, foi o 124º, acima de US\$ 1.500 – o menor dentre os países aqui estudados –, e 66% de sua população vive em áreas urbanas.

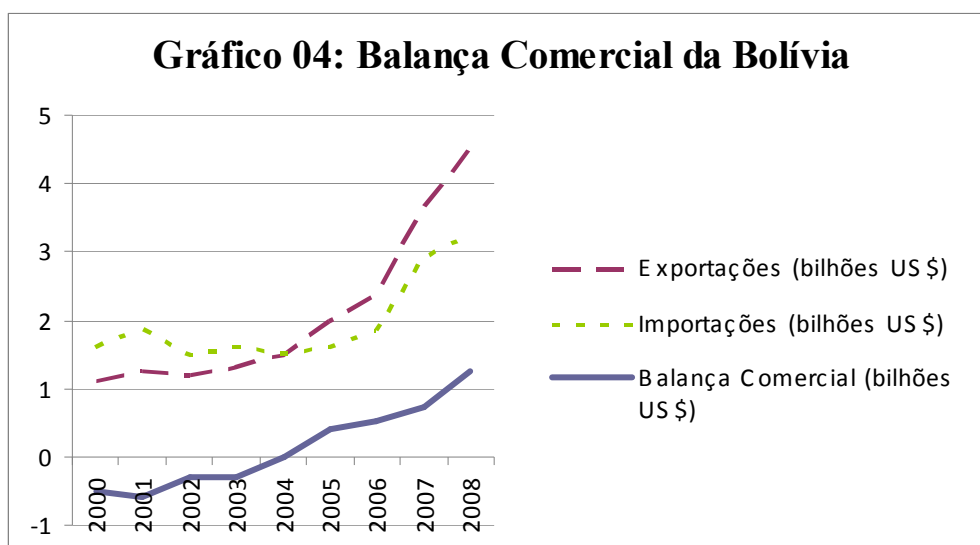
Dente seus 9.247.816 habitantes (2008), que crescem a uma taxa de 1,38%, com expectativa de vida de quase 67 anos, a porcentagem da população alfabetizada é semelhante à brasileira, passando de 83,1% em 2000 para 86,7% em 2008.

A produção industrial do país, que crescia a uma taxa superior a 5% desde 2005, apresentou uma redução para 1,1% em 2008 – ver gráfico 03.



Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

A Balança Comercial boliviana, após um período de déficit entre 2000 e 2004, conseguiu se equilibrar e apresentar superávits desde então até 2008.



Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

Um dado positivo é a redução da porcentagem da população que se encontra abaixo do nível de pobreza, de cerca de 70% em 2000, para cerca de 60% em 2008. A taxa de desemprego no mesmo ano foi estimada em 7,5%.

Em 2008 o país produziu ainda mais de 5 bilhões e meio de kWh (estimativa), sendo 54% oriunda de hidroelétricas. O consumo no mesmo ano foi estimado em 5,092 bilhões de kWh.

No Chile o PIB em 2008 foi de US\$ 169.458.000, o 46º maior do mundo. O PIB per capita, por sua vez, foi de mais de US\$ 10.000, o 57º, superior ao PIB per capita do Brasil. Em 2008 o país tinha cerca de 88% de sua população vivendo em áreas urbanas.

A taxa de alfabetização local também é superior à brasileira, e já em 2000 equivalia a 95,2% da população. Em 2008 esse número aumentou para 95,7% de sua população de 16.454.143 habitantes, que cresceu a 0,91% no mesmo ano, com uma expectativa de vida estimada em 77 anos.

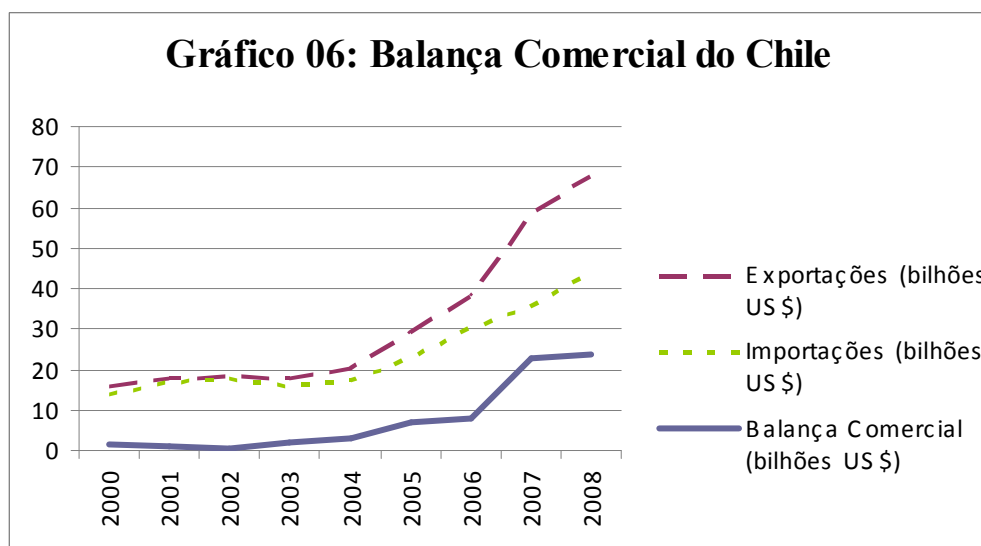
Já a taxa de crescimento da produção industrial apresenta uma elevação considerável: se no começo da década de 2000 esta era negativa (-1,3% em 2000), em 2008 a taxa já era superior à 11% - ver gráfico 05. A produção de energia no mesmo ano foi de 50,370 bilhões de kWh, com 51,5% desta oriunda de hidroelétricas e 47% de origem fóssil. O consumo estimado no mesmo ano foi de 45,520 bilhões de kWh.





Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

No período aqui considerado (2000 – 2008), a balança comercial chilena –ver gráfico 06 – se comportou sempre de forma superavitária – ver gráfico 06. A população abaixo do nível de pobreza é um dado que, assim como a porcentagem de pessoas alfabetizadas, vem se alterando de forma positiva para o país. Se antes (2000) 22% da população vivia em condições de extrema pobreza, em 2008 esse número já tinha sido reduzido para 18,2%. A taxa de desemprego no ano foi estimada em 7%.



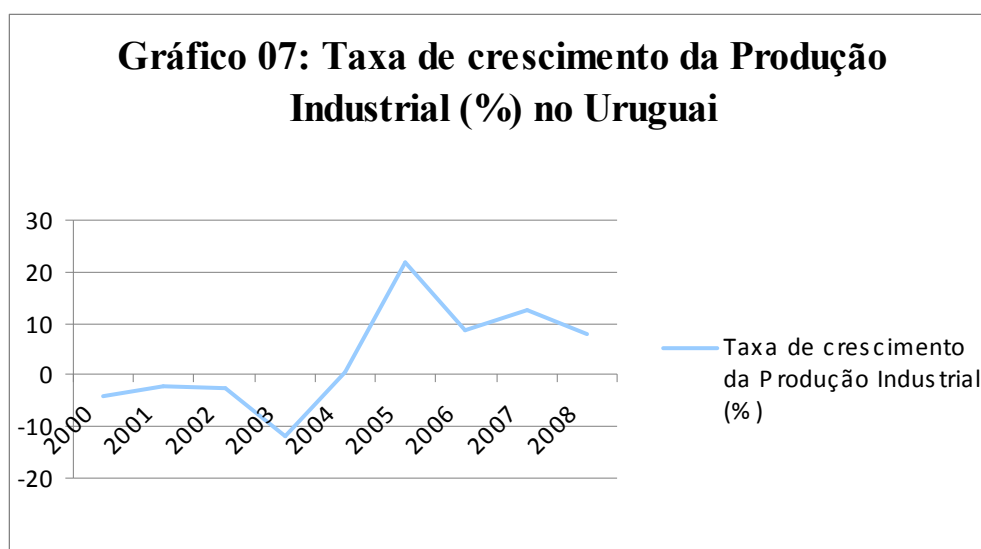
Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

O Uruguai, país ao sul do Brasil, possui o 80º PIB mundial, totalizando US\$ 32.186 milhões. Com uma população de 3.477,778 (estimativa para 2008), seu PIB per

capita de mais de US\$ 9.000 o coloca em 59º no ranking em 2008, apenas duas posições abaixo do Chile, ano em que a taxa de desemprego foi de 9,2%. A expectativa de vida da população era de 76 anos em 2008.

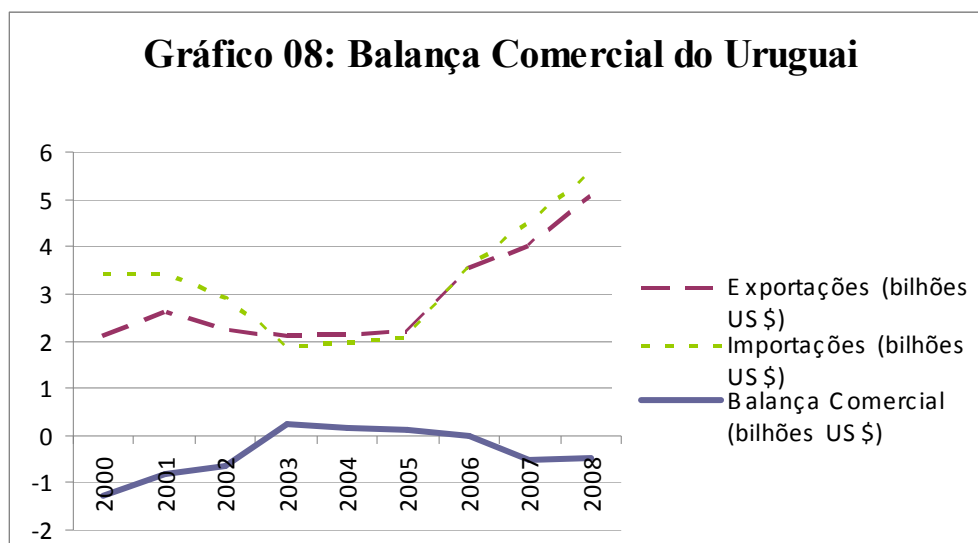
A taxa de alfabetização local consegue ser superior à chilena: já em 2000, 97,3% da população era alfabetizada. Este número aumentou para 98% em 2008. A porcentagem da população abaixo do nível de pobreza, porém, aumentou de 6% em 2000 para 27,4% em 2008, enquanto a parte de habitantes das zonas urbanas chegou a 92% do total da população no mesmo ano.

As estimativas do CIA *World Factbook* eram de um crescimento de 7,9% da produção industrial em 2008. Essa onda positiva da produção uruguaia vem ocorrendo desde 2004. A produção de energia no país em 2008 foi de 9,2 bilhões de kWh, sendo 99,1% oriunda de hidroelétricas, enquanto o consumo foi estimado em pouco mais de 7 bilhões de kWh.



Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

A balança comercial do país se apresentou deficitária em 2008, conforme gráfico abaixo, com déficit de aproximadamente US\$ 491 milhões, de acordo com a CIA.



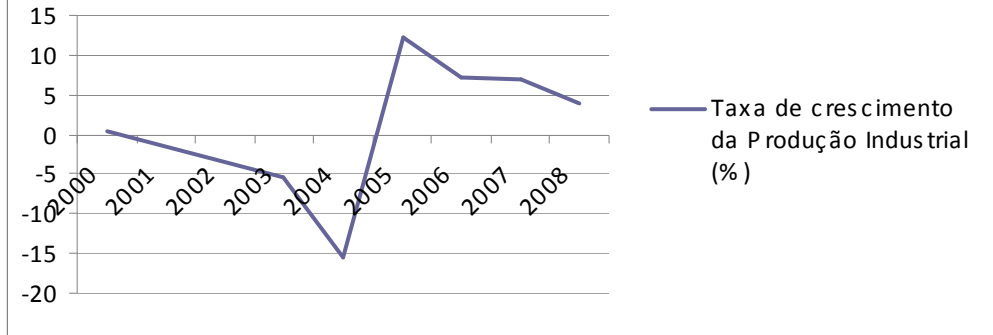
Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

Na Venezuela, o PIB de 2008 atingiu US\$ 314.150 milhões, colocando o país na 29ª posição. O país apresentou uma população estimada de 26.414.816 habitantes em 2008, crescendo a uma taxa estimada de 1,5% ao ano. Seu PIB per capita de mais de US\$ 11.000 o coloca na posição 53.

A taxa de alfabetização do país era de 93% em 2008, frente aos 91,1% obtidos em 2000, com um investimento de 3,7% do PIB em educação. Esse país predominantemente católico (96% da população) apresentou no mesmo ano uma expectativa de vida estimada em 73 anos, com 93% de sua população vivendo em áreas urbanas.

Com uma produção de energia de 110,7 bilhões de kWh em 2008, sendo 68,3% oriunda de hidroelétricas e 31,7% de origem fóssil, e um consumo de 83,840 bilhões de kWh, o país apresentou uma taxa de crescimento da produção industrial de 3,8% no mesmo ano, contra 4,9% do Brasil – ver gráfico 06.

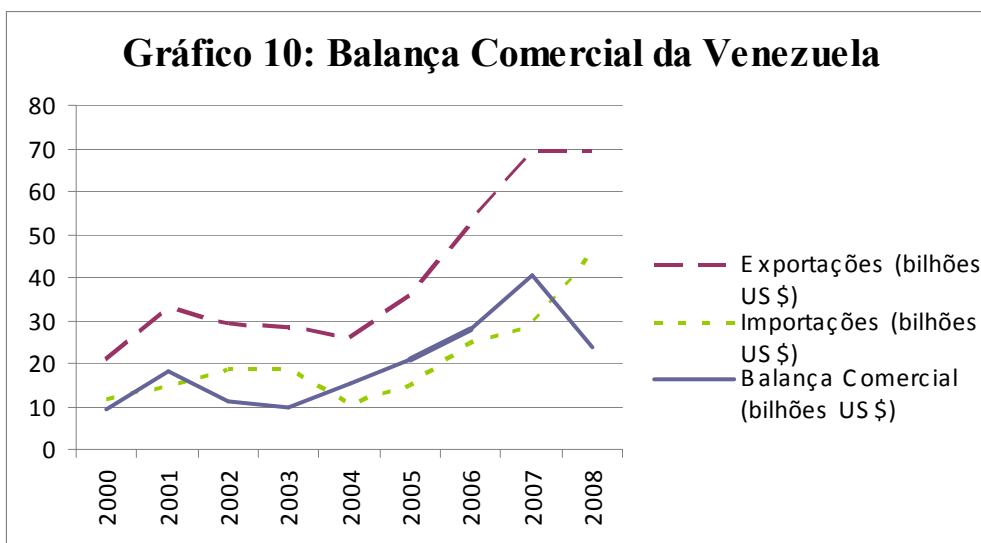
**Gráfico 09: Taxa de crescimento da Produção Industrial (%) na Venezuela**



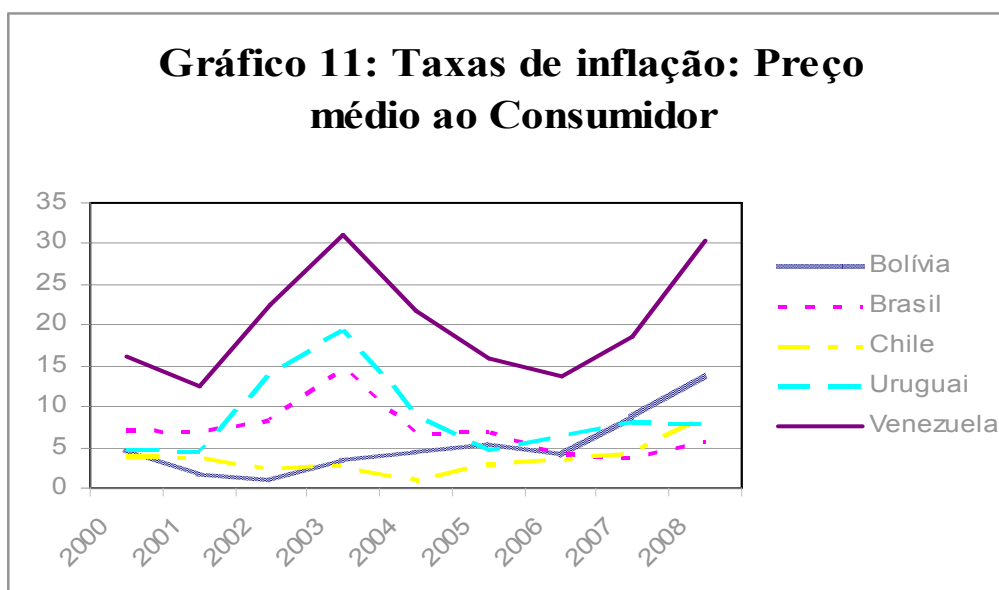
Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.

A balança comercial se apresenta superavitária no período de 2000 a 2008 – ver gráfico 07. Ao mesmo tempo, a porcentagem da população abaixo do nível de pobreza que era de 67% em 2000, caiu para 37,9% em 2008. O nível de desemprego em 2008 foi de 8,5%.

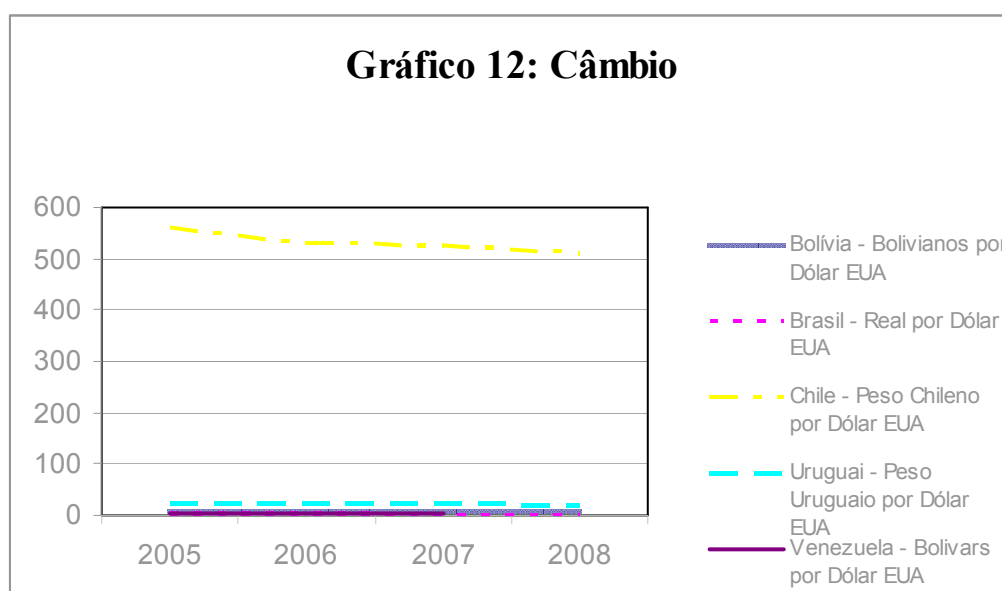
**Gráfico 10: Balança Comercial da Venezuela**



Fonte: CIA *World Factbook*, 2008.



Fonte: FMI *World Economic Outlook Database*, Abril 2010.



Fonte: CIA *World Factbook*, 2010.

Em resumo, considerando apenas os dados apresentados neste tópico, a Venezuela destaca-se por apresentar o maior PIB *per capita*, enquanto o Uruguai se destaca por ter 98% de sua população alfabetizada. O Brasil, por outro lado, apresenta um PIB *per capita* e uma taxa de alfabetização superiores apenas aos índices bolivianos. Em relação à taxa de crescimento da produção industrial, o destaque fica com o Chile e seu índice superior à 11% em 2008, enquanto o Brasil apresentou uma taxa de 4,9%. Sobre a taxa de inflação, a

Venezuela apresentou os maiores índices, enquanto a moeda boliviana foi a mais desvalorizada frente ao dólar norte americano.

## 2.2 Empreendedorismo<sup>3</sup>

Sociedades buscam constantemente meios de se desenvolverem economicamente. Sabendo que não existe uma única medida que quando adotada possa atingir esse objetivo, faz-se necessário o estudo dos mais diversos instrumentos disponíveis, munindo assim os agentes locais de informações necessárias para a escolha de políticas públicas que se adéquem às suas necessidades. O empreendedorismo surge como instrumento capaz de dinamizar uma economia, através da geração de novos postos de trabalho e do aumento que provoca na competitividade entre as empresas já instaladas, acarretando numa elevação das atividades inovativas.

Firmas empreendedoras tendem a desenvolver uma maior quantidade de novos produtos, tornando-se majoritárias em mercados selecionados, o que vem despertando nas grandes companhias a necessidade de reproduzir entre seus funcionários este mesmo espírito e cultura empreendedores, o intraempreendedorismo (VARELA, 1988). As principais diferenças entre corporações típicas e a cultura empreendedora são: uma corporação tende a não possuir um sistema de recompensa para funcionários que apresentem sugestões que possam aperfeiçoar as rotinas internas, criando um ambiente que favorece a conservação das decisões previamente tomadas.

Soma-se ainda o fato de decisões arriscadas serem postergadas continuamente, além da existência de um modelo de hierarquia tão complexa que, ao final do processo, nenhum indivíduo se sente efetivamente responsável por uma ação, visto que sempre há um superior hierárquico. Essas características não favorecem a criatividade, flexibilidade, independência e tomada de riscos calculados comum aos empreendedores (HISRICH, 2005).

O movimento que reúne esse novo grupo de profissional, o empreendedorismo, é um fenômeno social emergente, ligado diretamente a diversas variáveis econômicas e culturais, podendo ser considerado como um importante mecanismo de crescimento de

---

<sup>3</sup> Os conceitos do termo *empreendedor* citados neste item, referentes a Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say, Joseph Schumpeter, David McClelland, Henry Murray e Peter Drucker possuem como referência SANTOS, 2007.

uma economia capitalista – em especial nos países subdesenvolvidos –, capaz de revitalizar indústrias estagnadas e prover novos postos de trabalho.

Para Hofstede (2001), o desenvolvimento do empreendedorismo em determinada região está vinculado a quatro questões culturais<sup>4</sup>: Power Distance (distância do poder), Uncertainty Avoidance (aversão à incerteza), Individualism (individualismo) e Masculinity (masculinidade).

- Distância do poder: para o autor, esta variável aponta o grau de influência que o detentor do poder – superior hierárquico – em uma organização exerce sobre os demais funcionários, bem como a situação inversa. Quanto maior for o poder do superior hierárquico sobre seus funcionários, menores serão as chances destes desenvolverem características empreendedoras como iniciativa e liderança, uma vez que são condicionados a sempre obedecerem a ordens e nunca questionarem padrões e rotinas adotadas pelas empresas.
- Aversão à incerteza: nível de cautela que uma sociedade tem em relação a eventos futuros. Em sociedades com alto grau de aversão, as relações sociais tendem a ser consideravelmente formais, além de seguir rígidas regras e procedimentos de comportamento. Em relações as organizações, a comunidade prefere trabalhar em grandes empresas, visando um emprego estável, o que reflete um baixo nível de ambição, aversão a atividades competitivas e forte resistência a mudanças. A situação oposta, com menores níveis de aversão à incerteza, demonstra uma comunidade onde competição entre membros de uma organização é mais aceitável, além de vista como positiva, conduzindo à inovação e aperfeiçoamentos dos profissionais e dos processos.
- Individualismo: sociedades individualistas os valores individuais norteiam o comportamento e as ações da comunidade. Em sociedades coletivistas, por outro lado, as ações visam objetivos comuns ao grupo, gerando uma lealdade entre seus

---

<sup>4</sup> Em 1991, o autor identificou uma quinta dimensão, a “orientação no longo prazo” ou “orientação no curto prazo”, relacionada à expectativa de tempo de retorno de uma tarefa ou ação implementada. (SILVA *et al*, 2009)

membros. Desejos de realização individual são sobrepostos por desejos que atendam ao maior número de integrantes da comunidade.

- Masculinidade: os estereótipos de comportamento entre os gêneros podem ser definidos como pensamento racional para os homens e um comportamento orientado pelas relações interpessoais e afetivas para as mulheres. Quanto menores os índices de *masculinity* em uma sociedade, maior será a qualidade do ambiente de trabalho, tornando o clima mais favorável ao surgimento de novos negócios com perfil empreendedor.

Hofstede é ainda reconhecido na literatura sobre empreendedorismo por sua conceituação de cultura – variável que pode influenciar o indivíduo na formação de seu perfil empreendedor. Para este autor, cultura é "the collective programming of the mind which distinguishes the members of one group or category of people from another" (2001:4).

O desenvolvimento do empreendedorismo pode ser guiado por diversos atores, como instituições governamentais, gestores locais/regionais e instituições financeiras. Ele não pode, entretanto, ser generalizado, uma vez que os valores e as normas adotados entre as sociedades variam consideravelmente. Tentativas de transferir modelos de empreendedorismo para diferentes contextos culturais requerem intervenções específicas e/ou mudanças no comportamento social (RUSSEL, 1997).

O empreendedorismo pode ainda um movimento involuntário, reunindo indivíduos com padrões de comportamento diferentes daqueles adotados por empregados arquétipos de grandes ou pequenas empresas, ou seja, aqueles que não possuem o hábito de ser pró-ativos, agindo apenas de acordo com regras pré-estabelecidas por superiores hierárquicos.

Pró-ativo, criativo, tomador de riscos calculados, persistente, destruidor da ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, é assim que Schumpeter, Hisrich, McClelland e Brockhaus (THOMAS e MUELLER, 1998) definem o comportamento de um empreendedor. Dedicados e apaixonados pelos trabalhos que realizam, possuem um horário de trabalho diferenciado da maioria dos funcionários e/ou gerentes/administradores, dedicando-se 24 horas por dia, sete dias por semana, a seu negócio. (MADRUGA, 2006)



É nesse ponto que a literatura aponta os vários conceitos existentes para empreendedor, sendo uma destas divisões aquela que separa o indivíduo que abre uma empresa por não encontrar um emprego formal e não ter expectativa de encontrá-lo, ou seja, empreendedor por necessidade, daquele indivíduo que detecta alguma demanda reprimida que possa ser atendida através da inovação de algum produto ou serviço, o chamado empreendedor inovador, que realiza o empreendedorismo de oportunidade.

Sobre essa divisão, Acs (2006) defende que, mesmo podendo aumentar o número de empregos existentes, o empreendedor por necessidade não é capaz de impulsionar o desenvolvimento econômico de uma região. Segundo o autor, apenas o empreendedorismo de oportunidade, através de ações que resultem em mudança tecnológica, poderá impactar positivamente no desenvolvimento da área onde estão situados.

Richard Cantillon é na literatura o mais antigo autor a citar o *entrepreneur*. Na metade do século XVIII, descreveu-o em seu livro como o indivíduo que paga ao dono da terra pelo direito de explorá-la, sem, no entanto, ter certeza que ao final de determinado período obterá lucros. Surge então a associação entre empreendedor e indivíduo predisposto a assumir riscos para obter lucros.

Para Jean-Baptiste Say, o empreendedor é o indivíduo que reúne os fatores de produção. Para tanto, este indivíduo deve conhecer bem as etapas da produção do referido bem, trazendo pela primeira vez na literatura referente a esta temática a importância do conhecimento. Seu livro “Tratado de Economia Política”, publicado no início do século XIX, analisa o desenvolvimento econômico sob a ótica da criação de empresas. Mais uma vez, o perfil do empreendedor é associado ao de um tomador de riscos e ao de agente inovador – o que influenciaria mais tarde Schumpeter.

Esse empreendedor consegue alterar uma economia estagnada através da destruição criativa, da mão-de-obra desempregada, capacidade produtiva ociosa e insumos não vendidos, alterando as combinações dos insumos, criando assim novos produtos e/ou processos, que levariam ao desenvolvimento econômico. O indivíduo responsável pela combinação dos insumos é o empreendedor schumpeteriano.

O financiamento para essas inovações viria do capitalista, um indivíduo que possui recursos disponíveis para investir na compra de insumos para as novas combinações (SCHUMPETER, 1982).

Schumpeter defende ainda que o indivíduo só seja empreendedor enquanto desenvolve um produto/processo inovador. Quando este produto se encontra desenvolvido,

o indivíduo torna-se o gestor do negócio, e só retornará a ser um empreendedor quando estiver desenvolvendo uma nova combinação de insumos.

David McClelland, por sua vez, definiu o empreendedor como o indivíduo que controla os meios de produção, gerando mais que o necessário para o consumo próprio, podendo assim vender ou trocar esse excesso produzido e obter lucro. Essa descrição, no entanto, não traz como condição necessária que o indivíduo tenha aberto uma empresa para ser considerado um empreendedor.

Suas pesquisas envolvendo a temática do empreendedorismo focam-se na relação entre a variável necessidade de realização do indivíduo – descrita anteriormente nos trabalhos de Henry Murray – com o crescimento econômico da região onde este mesmo indivíduo vive; ou seja, países onde os indivíduos possuem uma maior necessidade de realização, terão um desenvolvimento econômico mais acelerado.

Compartilhando as idéias de Schumpeter, Peter Drucker defende que o empreendedor é o indivíduo inovador, que gera um novo produto/mercado, e não aqueles que apenas abriam uma empresa, porém não acrescentaram nenhum tipo de inovação. O empreendedor de Drucker precisa inovar de forma sistemática. O autor é reconhecido por divulgar o estudo acadêmico do empreendedorismo, porém é criticado por produzir textos carentes de embasamento teórico/científico.

Podemos perceber entre os conceitos de empreendedor acima citados, a divisão previamente dita entre dois tipos de empreendedor: o empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade – conceitos difundidos pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). O primeiro, o empreendedor de Schumpeter e Drucker, aproveita uma oportunidade existente no mercado para obter lucro. Ou seja, ele opta por atuar em um nicho de mercado que não esteja sendo plenamente atendido pelas empresas estabelecidas, vislumbrando ganhos econômicos.

Já o empreendedor por necessidade pode ser resumido como o indivíduo que abre um negócio após não ter conseguido encontrar um emprego no mercado de trabalho, e precisa encontrar alguma fonte de renda. É comum que este empreendedor não sobreviva por muito tempo, seja por falta de conhecimento sobre o ramo, seja por dificuldades para identificar oportunidades e/ou montar redes de relações, limitações de mercado ou ausência de perfil empreendedor – que requer desprendimento para trabalhar uma carga horária acima da média e ousadia para assumir riscos.

A nova ordem econômica mundial demanda pessoas capazes de enfrentar situações novas de maneira original, inovadora (FERREIRA, 2003). Os centros de formação profissional possuem uma posição estratégica neste processo, despertando indivíduos pró-ativos para que se possa buscar a redução da defasagem do desenvolvimento tecnológico e social de países subdesenvolvidos em relação aos países desenvolvidos economicamente (FERREIRA, 2003).

Para Ferreira (2003), a questão cultural é capaz de envolver uma sociedade pelo compartilhamento de valores, crenças e normas, influenciando o modo como as pessoas se comportam diante de diferentes eventos.

Valores culturais de uma sociedade orientam os mais diversos grupos em uma comunidade, de onde podem surgir futuros empreendedores (Shane et al., 1991, apud BAUGHN, 2003). Weber (2004) debatia que no nível social, diferenças nas atividades empreendedoras podem ser explicadas por fatores culturais e religiosos. McClelland – seguidor de Weber –, por sua vez, acrescenta que a influência paterna determina a maior ou menor necessidade que o indivíduo tem de buscar realização profissional, gerando ou não um maior predisposição empreendedora dentro de uma comunidade (THOMAS e MUELLER, 1998), ressaltando o papel da família na formação de um empreendedor.

A relação entre cultura e desenvolvimento econômico divide estudiosos: enquanto uma corrente defende que valores culturais são capazes de influenciar o desenvolvimento econômico de uma região, outra corrente acredita que o desenvolvimento econômico determina os valores de uma sociedade. E. E. Hagen, economista crível, surpreendeu ao concordar que a variação cultural explica o desenvolvimento econômico. (KINDLEBERGER, 1976)

Há uma forte crença que diferenças culturais podem influenciar na intensidade do surgimento de empreendedores, entretanto pesquisas nesta área ainda são escassas (DAVIDSSON e WIKLUND, 1995b). Lee e Peterson (2000) defendem que o empreendedorismo aparenta ser mais compatíveis com determinadas culturas do que com outras. As dificuldades em se comprovar estatisticamente uma forte relação entre cultura e empreendedorismo dão-se, segundo Davidsson e Wiklund (1995b), pelo fato de:

a) variações culturais são de difícil mensuração – questionários podem não captar a realidade local;

b) o número de empresas nascente não reflete o número de empreendedores de uma região, uma vez que muitas empresas surgem para suprir necessidades financeiras de seus fundadores, por exemplo, e não para suprir uma oportunidade de mercado e;

c) para se ter um indicador real da variação cultural de um país faz-se necessário pressupor que este é homogêneo – o que poderia até ocorrer num país pequeno como a Suécia, mas seria uma afirmação infundada para um país com proporções geográficas como o Brasil, por exemplo, composto por diversas sub-culturas.

Supondo a existência de um indivíduo com perfil empreendedor, disposto a inaugurar uma empresa com um perfil de suprir uma oportunidade de mercado detectada, de forma empreendedora e todas as demais características padrão, existe um novo obstáculo a ser superado: o acesso ao crédito. Para Schumpeter (1983), o capitalista (indivíduo detentor do capital) será o responsável por financiar este projeto, cabendo ao empreendedor apresentar todo o conceito da(o) nova(o) empresa/produto. A obtenção deste capital pode ainda originar-se de através poupanças e/ou emissão de papéis bancários, sendo mais fácil em países caracterizados como de cultura individualista – onde a proteção à novas empresas é mais forte (BAUGHN, 2003)–, conforme a classificação de Hofstede previamente apresentada e menores encargos administrativos.

### **2.2.1 Empreendedorismo nos países da América do Sul**

Sobre o cenário empreendedor que se formou nestes países após o processo de colonização européia e independência, vemos que, no Brasil, por exemplo, ainda é possível verificar a influência de seus colonizadores.

Em 2001 (b), Hofstede relata em seu trabalho que ambos são países predominantemente católicos, o que, de acordo com suas pesquisas, aponta forte correlação com elevada aversão à incerteza.

Pesquisa buscando comparar o perfil dos empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal, Silva *et al* (2009) constatou que há semelhanças com grandes escores nos construtos coletivismo, feminilidade e orientação no longo prazo. Os menores escores foram encontrados nos construtos distância do poder e aversão à incerteza.

Empreendedores brasileiros demonstram ainda maior predisposição a assumir riscos, o que pode ser entendido pelo fato de serem predominantemente empreendedores

por necessidade – ou seja, já se encontram numa situação difícil e, por isso, não há razão para se temer o futuro. (SILVA *et al*, 2009)

Ambos os países possuem ainda uma característica em comum: excesso de burocracia – uma herança trazida pelos colonizadores e que permanece nos dias de hoje, tanto no Brasil quanto em Portugal. (SILVA *et al*, 2009)

Desde o início do processo de colonização, o brasileiro não foi ensinado sobre o empreendedorismo. Esse atraso cultural resulta na visão de que para empreender basta utilizar seus dons, sua vontade e fé, não possuindo, entretanto, conhecimento técnico sobre como gerenciar uma empresa (BARBOSA e ANDRADE, 2010).

Buscando reverter esse histórico, encontra-se o professor Ronald Degen, da Escola Superior de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, responsável pela introdução do estudo do empreendedorismo no nível superior no Brasil na década de 1980 (WOLF *et al*, 2006). Existem ainda os programas de capacitação como o Empretec – lançado em 1993 pelo Sebrae –, considerado pela Organização das Nações Unidas como o melhor programa de empreendedorismo e já ofertado à cerca de 40.000 indivíduos.

Outro exemplo é o programa Brasil Empreendedor, direcionado às micro, pequenas e médias empresas, que, tendo sido criado em final de 1999, já tinha capacitado 1,6 milhões de pessoas em 2000. O site do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio informa ainda, em reportagem de 05/10/2001, que até agosto daquele ano o programa já tinha formado 4,5 milhões de empreendedores e realizado 2,6 milhões de operações de crédito.

A Endeavor, Organização Não-Governamental internacional criada em 1997 por um grupo de ex-alunos da Universidade de Harvard, que fortalece a cultura empreendedora e estimula a criação de novos negócios e o projeto Inovar, lançado em 2000 pela Financiadora de Estudos e Projeto (Finep) e que impulsiona o investimento de capital de risco nas pequenas e médias empresas de base tecnológica, são outros exemplos de projetos voltados para mudar a cultura de busca de estabilidade como empregado. (BARBOSA e ANDRADE, 2010)

Em 2003, o Brasil chegou a ser considerado o país com maior número de pessoas com o espírito empreendedor do mundo, dentre os 21 países pesquisados pelo GEM (SEBRAE, 2003). O povo brasileiro foi então considerado como um dos mais empreendedores do mundo por sua criatividade para superar crises.

Analisando mais detalhadamente essa afirmação, percebemos que a falta preparação/capacitação técnica para o empreendedorismo faz com que os empreendedores brasileiros não sejam inovadores aproveitando uma oportunidade de mercado, e sim pessoas que precisam de uma fonte de renda e, para isso, iniciam empresas sem nenhum teor inovador, ofertando produtos com baixo valor agregado – são os empreendedores por necessidade. (BARBOSA e ANDRADE, 2010)

Na Bolívia, o cenário econômico do país no século XXI é pouco estável para investimentos, em especial para os investidores externos, uma vez que seu atual presidente, Evo Morales, vem adotando políticas de estatização de empresas estratégicas, como as que exploram o gás natural.

Cientes da necessidade de compreender da melhor forma possível a macroeconomia boliviana, foi elaborado pela primeira vez em 2008 um relatório GEM pela *Maestría para el Desarrollo de la Universidad Católica Boliviana*. Percebeu-se que 45,6% da população economicamente ativa do país está envolvida com alguma atividade empreendedora, prevalecendo aqueles que se identificam como empreendedores por necessidade.

A probabilidade do empreendedor boliviano ser do sexo masculino é um pouco superior, com idade acima dos 34 anos e atuando principalmente no setor de serviços ao consumidor final. Ele possui ainda uma média de 12 anos de estudo, e apenas 9% destes empreendedores possuem nível superior. (FERNÁNDEZ, 2009)

De uma forma geral, o boliviano possui percepções favoráveis ao empreendimento, destacando-se a elevada auto-percepção sobre suas capacidades e habilidades necessárias à atividade.

Seus medos estão ligados à probabilidade de fracasso. Acredita-se que a ausência de um cenário nacional que apóie a atividade empreendedora seja a explicação para este temor boliviano. Talvez como consequência desta realidade, as expectativas de crescimento da maioria dos empreendimentos em etapas iniciais são baixas: 36% não almejam gerar postos de trabalho (ter empregados) nos próximos 5 anos.

Sobre a oferta de capacitação para iniciar e gerir um negócio, apenas 19% dos de sua população economicamente ativa e 30% dos empreendedores declaram ter recebido-a, ressaltando que a maior parte o fez de forma voluntária. A auto-aprendizagem e as universidades são as maiores provedoras deste tipo de capacitação, além de internet, fundações e agências governamentais.(FERNÁNDEZ, 2009)

Já o Chile merece destaque por sua estabilidade macroeconômica e níveis de desenvolvimento humano. O país tem implementado políticas agressivas voltadas ao empreendedorismo, oferecendo benefícios fiscais para as firmas que investirem em desenvolvimento e treinamento de seus funcionários. (SPENCER e GÓMEZ, 2001)

Os chilenos contam com programas que promovem atividades empreendedoras como o Fundo de Investimento Social e Solidário, que desde 1991 auxilia os micro-negócios, aperfeiçoando a qualidade de vida chilena e ajudando os trabalhadores autônomos a saírem da faixa de pobreza. Existe ainda a Corporação para Promover a Produção, que mantém diversos programas que facilitam o desenvolvimento de pequenas e médias empresas.

Fundada em 1939 pelo governo local, tem desenvolvido um importante papel na economia do país. Um de seus projetos de maior destaque é o Projeto de Promoções Associativas, testado em 1993 e lançado oficialmente no ano seguinte, visando aumentar a competitividade das micro e pequenas empresas através da associação de grupos de pequenos empresários que em empresas similares ou complementares. (SPENCER e GÓMEZ, 2001)

No país, a atividade empreendedora é considerada uma opção de carreira desejável por 80% da população economicamente ativa.

Em 2008, Amorós *et al* aponta um resumo do perfil do empreendedor chileno como sendo, em sua maioria, do sexo masculino, maior de 40 anos, atuando em atividades que oferecem produtos e/ou serviços ao consumidor final. Suas empresas são de pequeno porte, não gerando emprego, porém 28,8% dos empreendedores iniciantes apontam o desejo de criar 10 ou mais postos de trabalho em 5 anos e 33% dos empreendedores acreditam no crescimento futuro e aumento de participação no mercado, indicando características de empreendedores dinâmicos.

Como ponto favorável ao desenvolvimento de atividades empreendedoras, o chileno conta com um cenário macroeconômico estável, com baixa inflação, setor financeiro forte e sólidas políticas fiscais, bem como eficientes regulações das instituições relevantes às atividades empreendedoras (GREGORIO, 2005). Contribui ainda a existência de uma infraestrutura de logística e telecomunicações, além normas sociais e culturais pró-empreendedorismo – de acordo com a percepção dos entrevistados detectada por Amorós *et al* (2008).

Melhoras no acesso à educação voltada para o empreendedorismo também têm contribuído com a atividade no Chile. Dentre os entrevistados, 77,1% obteve educação empreendedora, contudo esta se deu informalmente, através da leitura de livros e observação de terceiros (AMORÓS *et al*, 2008).

Este fato aponta para o nível de auto-aprendizagem dos chilenos, um ponto positivo para os que desejam desenvolver atividades empreendedoras, porém ressalta a importância de maiores investimentos em educação formal para preparar o futuro empreendedor, além de capacitar constantemente aqueles que já atuam, o que contribuiria para a diminuição do número de empresas que vão à falência. (AMORÓS *et al*, 2008)

A percepção do empreendedor chileno, durante a década de 2000, aponta melhorias em relação aos programas governamentais de apoio ao empreendimento, porém o baixo investimento (por parte do governo e/ou da iniciativa privada) em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), bem como o difícil acesso à fontes de financiamento constituem as principais barreiras ao desenvolvimento do empreendedorismo no país. (AMORÓS *et al*, 2008)

Diferente do estruturado Chile, encontra-se o Uruguai. Quando se trata de empreendedorismo, o governo foca-se em promover atividades empreendedoras domésticas, como pode ser visto através do programa da Agência Nacional de Artes e Habilidades e Micro e Pequenas Empresas, criado em 1990. O programa coordena ações de micro e pequenas empresas, uma vez que estas representam 90% dos empreendimentos nacionais. (SPENCER e GÓMEZ, 2001)

O diferencial deste programa é que não há fontes de financiamento, apenas serviços de consultoria e treinamento para auxiliar empreendedores que estão elaborando seus planos de negócios.

Após uma recessão no final de 1998, apenas em 2003 o Uruguai começou a se recuperar lentamente, sendo favorecido pela economia externa, recuperando também a competitividade da produção nacional, o que impactou positivamente no cenário macroeconômico do país. (KRAUS, 2006)

Na busca por elaborar uma reforma acadêmica, enfatizando o empreendedorismo no nível superior, Kraus (2006) realizou um estudo com alunos da *Universidad Católica Del Uruguay* de cursos ligados diretamente ao setor empresarial ou não, que ingressaram em 2003. Os resultados mostraram que os alunos que optaram por cursos da área de



negócios têm uma atitude mais favorável ao empreendedorismo que os demais, mas que ter um parente direto empresário não implica em um aluno mais empreendedor.

Apesar de sua abrangência restrita, o trabalho aponta para um movimento de conscientização da importância da capacitação do indivíduo para o empreendedorismo, uma vez que este pode gerar empregos, contribuindo positivamente para o desenvolvimento nacional.

No relatório *La actividad emprendedora en el mundo – Los resultados Del GEM 2007* o Uruguai aparece com a mais baixa taxa de predomínio de atividades empresariais em estágio inicial (TEA) dentre os países da América Latina estudados pelo GEM. Além do Chile, o Uruguai é o único país da América Latina onde mais 50% de sua TEA é formada por empresas constituídas a partir de oportunidades encontradas, e não por necessidade financeira de seus fundadores.

No geral, contudo, assim como nos demais países da América Latina e Caribe, de acordo com o GEM 2007, as empresas uruguaias constituídas a partir de uma oportunidade foram superiores àquelas oriundas do desejo de independência de seus empreendedores. Entretanto, o Uruguai (bem como o Chile) aparece como um dos países onde a abertura empresas devido à busca por independência tem maior incidência, dentre os países latino-americanos estudados pelo GEM.

A dificuldade de se aprofundar no perfil empreendedor do uruguaio se dá pelo fato de que a formação de novas firmas tem sido uma área de pesquisa negligenciada, mesmo considerando sua importância para o crescimento econômico. (JUNG e CAMACHO, 2008).

No biênio de 2004-2005, metade das novas firmas formais – independente de seu porte, ou seja, do número de funcionários que possui, incluindo ainda as empresas individuais (sem empregados) – foram constituídas na capital do país, Montevideo, o que pode ser considerado natural, uma vez que esta região concentra a maior parte da população uruguaia e as atividades econômicas. (JUNG e CAMACHO, 2008)

Na Venezuela, por sua vez, de acordo com o último relatório do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* sobre o país (2007–2008), os empreendedores locais demonstraram ser, em sua maioria, empreendedores por oportunidade, e não mais por necessidade – uma alteração em seu perfil, uma vez que os relatórios de 2003 e 2005 apontaram a maioria como empreendedores por necessidade. Atualmente, para cada empreendedor por necessidade, existem em média 2,11 empreendedores por oportunidade.

Outra mudança ocorreu no gênero predominante: diferente dos resultados obtidos em 2003 e 2005, em 2007-2008 a maioria dos empreendedores foi do sexo masculino. O principal foco do empreendedor venezuelano ainda é o setor alimentício e têxtil, com destaque para o setor de estacionamentos que vem aparecendo nas pesquisas pelo crescente número na frota de carros do país. (FERNÁNDEZ *et al*, 2008)

As percepções do empreendedor venezuelano sobre a criação de novo negócios e temas relacionados ao empreendedorismo são bastante favoráveis. Empreender é uma opção desejável de carreira no país, e a população considera que aqueles bem-sucedidos possuem elevado padrão de vida e são respeitados na sociedade (FERNÁNDEZ *et al*, 2008). O ambiente nacional também é um ponto favorável para o empreendedor, uma os custos associados à infraestrutura, como telefonia fixa e internet, são baixos.

Entretanto, as percepções obtidas na Venezuela ainda resultam em pontuações inferiores à média global, à exceção dos casos de valoração da carreira e mulheres empreendedoras, onde os resultados se igualam à média mundial. Cabe ressaltar que, mesmo tendo seu valor reconhecido no país, houve uma diminuição na iniciativa empresarial feminina nos últimos anos, que pode ser justificada pelo aumento da liquidez monetária no país, o que as estimularia a permanecer em casar ou pelo repasse de recursos de programas sociais assistencialistas, uma vez que pesquisas anteriores relatam que a maioria das mulheres empreendedoras do país faz parte das camadas sociais atendidas por esses programas. (FERNÁNDEZ *et al*, 2008)

Dentre os problemas encontrados, assim como no Brasil, está a burocracia pública e o tempo de demora para obter as permissões e licenças necessárias para a inauguração de um novo empreendimento.

As atividades empreendedoras na Venezuela intensificam-se na região central do país, envolvendo estados como Aragua, Carabobo e Cojedes, onde cerca de 21,5% da população adulta está envolvida com o empreendedorismo<sup>5</sup>.

O país, assim como o Brasil, sofre com empresas que surgem, porém entram em processo de falência ainda “jovens”. As razões podem ser a ausência de uma formação empresarial adequada, que forneça as ferramentas básicas para o empreendedor e/ou de políticas e regulações para a atividade.

---

5 Possuem ou estão planejando a abertura de uma empresa.

Com a finalidade de assegurar que o movimento empreendedor continue a crescer e se fortalecer no país, existem ainda instituições como o *Centro de Empreendedores del Instituto de Estudios Superiores de Administración* (IIESA), que desde 2003 forma indivíduos capazes de gerar e/ou transformar idéias em empresas sustentáveis e inovadoras. Este centro é o braço do GEM no país.

Iniciativas de centros e grupos como o IIESA são fundamentais para o país, que, apesar de seus resultados positivos sobre a percepção de temas relacionados ao empreendedorismo, tem vivido uma diminuição da atividade empreendedora desde 2003 de 23,15%.

### CAPÍTULO 3

#### METODOLOGIA

Para a consecução dos objetivos propostos neste trabalho, a pesquisa adotou postura descritiva. A pesquisa descritiva tem por objetivo descrever o fenômeno analisado da forma em que se apresenta ao pesquisador (MARKONI e LAKATOS, 1990).

Foram utilizados dados secundários, obtidos através do questionário elaborado pelos professores Paulo da Cruz Freire Santos (Universidade Federal de Alagoas) e Fernando Celso Dolabela (Fundação Dom Cabral), aplicado em 2008 através de uma rede de pesquisadores pertencentes a Universidades e Institutos dos 11 (onze) países participantes – a saber: Chile, Brasil, Paraguai, Venezuela, Argentina, Uruguai, Equador, México, Colômbia, Bolívia e Panamá.

Foi coletada uma amostra de 1.309 (um mil trezentos e nove) latino americanos, homens e mulheres, que são empresários ou empregados de alguma empresa (Dolabela *et al*, 2008). Posteriormente, 02 questionários foram considerados *missing case*, ou seja, foram descartados por não terem sido totalmente respondidos.

Num primeiro momento, foram utilizados questionários específicos para empregados e empresários, buscando identificar dados demográficos, origem do respondente – se ele é ou não filho de empresários –, e informações relacionadas ao trabalho ou a empresa (para empregados e empresários, respectivamente).

Em seguida, foi aplicado um questionário (ver Anexo 01 – Questionário) que buscava captar a percepção dos entrevistados sobre as dimensões do empreendedorismo, de acordo com a divisão proposta por Dolabela *et al* (2008), através de 23 afirmativas, para as quais o respondente daria valor de 0 a 10, sendo 0 o equivalente a *totalmente desfavorável* e 10, *totalmente favorável*.

As afirmativas foram divididas entre as dimensões tolerância a incerteza, criatividade, ética, rede de relações, locus interno de controle, auto aprendizagem, conceito de si/necessidade de realização, capacidade de realização/planejamento, rede de relações, conhecimento do setor e liderança/persuasão (ver Quadro 01). As variáveis tiveram como base o sonho, a visão de futuro e a transformação do sonho em realidade (Dolabela, 2008), e foram segmentadas da seguinte forma:

Quadro 01: Dimensões ligadas ao empreendedorismo

| Dimensão                                 | Questão e Variável   |
|--|--|
| Tolerância a incerteza                   | É importante saber lidar com a ambigüidade, incerteza<br>As mudanças têm que ser buscadas<br>O risco é um elemento natural da vida e está em todas as situações  |
| Locus interno de controle                | As pessoas precisam acreditar que podem mudar alguma coisa<br>O futuro está a nossa disposição e nós podemos criá-lo e conquistá-lo<br>A pessoa deve ser independente<br>O emprego não é a única forma de se ingressar no mercado de trabalho                            |
| Criatividade                             | As pessoas criativas tendem a ser mais bem-sucedidas<br>A intuição é importante em todos os momentos   |
| Auto-aprendizagem                        | O erro é uma das fontes de aprendizagem<br>Cada um deve descobrir a melhor maneira de aprender   |
| Ética                                    | As pessoas devem guiar-se pela ética, em qualquer circunstância.   |
| Conceito de si/Necessidade de realização | Cada um deve procurar a realização de seu próprio sonho<br>O mais importante é que as pessoas possam fazer o que gostam<br>As pessoas devem buscar conhecer-se profundamente porque isso é importante em todos os aspectos da vida<br>As pessoas devem crer em si mesmas |
| Capacidade de realização/Planejamento    | Sonhar somente não basta; as pessoas devem saber fazer, transformar o sonho em realidade<br>Quando se deseja algo é essencial saber o que é necessário para realizá-lo<br>É importante saber estabelecer metas   |
| Rede de relações                         | Para se obter êxito é essencial conhecer as pessoas que podem nos ajudar   |
| Conhecimento do setor/Informação         | Para se obter êxito é essencial saber o que acontece além da porta da casa, no mundo<br>Quando se deseja algo é essencial saber como se consegue   |
| Liderança/Persuasão                      | É importante saber convencer os outros a que o ajudem  |

Fonte: Dolabela *et al*, 2008.

A partir das dimensões acima definidas por Dolabela *et al* (2008), este trabalho comparou os escores obtidos entre o Brasil e: Chile, Colômbia, Uruguai e Venezuela, buscando encontrar e/ou sugerir variáveis sócio-econômicas que possam explicar as semelhanças/diferenças encontradas entre os países em 2008, ano de aplicação do questionário.

Para isso, testes de hipóteses não paramétricos, do tipo Mann-Whitney, foram aplicados na amostra. O uso de tais testes se deu em função da não normalidade encontrada no conjunto dos dados (Kolmogorov-Smirnov a 1% de significância, aplicado por Dolabela *et al*, 2008). Para o tratamento dos dados foi utilizado o software de análise estatística SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

O estudo se concentrou nestes cinco países por serem os que apresentaram um maior retorno de questionários preenchidos, tornando os resultados estatisticamente

válidos. No Brasil, foram entrevistadas 265 pessoas, na Venezuela, 226, além de 168 bolivianos, 154 chilenos e 80 uruguaios. Assim, o número final da amostra foi de 893 questionários.

Cada membro do grupo de coleta de dados adotou a metodologia de aplicação que lhe pareceu mais conveniente, seja através de entrevistas, distribuindo os questionários e recolhendo-os já preenchidos ou enviando-os por correio eletrônico (e-mail). Foram entrevistados empresários, empresários em incubadoras, pessoas que são empregadas de uma empresa, autônomos e estudantes – possíveis futuros empreendedores.

A escolha dos indivíduos que responderam o questionário também foi de responsabilidade dos pesquisadores. Percebeu-se que alguns optaram por entrevistar pessoas que: atuam em empresas com as quais o pesquisador possuía vínculo – o mesmo para aqueles ligados à incubadoras – como proprietário ou empregado; pessoas que possuem negócio próprio ou já possuiu; e/ou serem estudantes empresários ou com objetivo de tornar-se um.

Entre as principais dificuldades encontradas, alguns pesquisadores informaram que: alguns entrevistados não compreendiam os conceitos das afirmações; baixo retorno dos questionários ou demora em respondê-los (no caso dos entrevistados que receberam o questionário e deveriam devolvê-lo preenchido); entrevistados alegavam falta de tempo para colaborar com a pesquisa; prazo curto para aplicação dos questionários<sup>6</sup>.

Para buscar compreender os resultados obtidos na dimensão **Tolerância a Incerteza**, foi considerado se o cenário macroeconômico dos países envolvidos demonstrou-se estável nos últimos anos, governos com credibilidade junto aos empreendedores, tornando o ambiente positivo para atividades empreendedoras, minimizando a incerteza de que investimentos no presente não sejam rentáveis no futuro.

Em relação ao **Lócus Interno de Controle**, foi considerada a religião predominante no país. Uma vez constatada que dois países com mesma religião predominante apresentam percepções distintas, foi considerado o histórico cultural deste país, buscando identificar variáveis que possam ter influenciado estes indivíduos a terem uma percepção maior/menor sobre seu lócus de controle interno.

Em relação à percepção sobre **Criatividade** dos entrevistados, foram considerados os números de patentes depositadas pelos países, utilizando os dados da Organização

---

<sup>6</sup> Estas informações foram relatadas por email por alguns dos pesquisadores envolvidos e não são unânimes. Para maiores informações, ver Anexo 02 – Opiniões de alguns dos pesquisadores envolvidos.

Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) – entidade integrante da Organização das Nações Unidas (ONU). A OMPI gera anualmente o relatório *Statistics on Worldwide Patent Activities*, onde constam dados como o número de depósitos realizado por residentes e por não-residentes – ou seja, patentes desenvolvidas em outras regiões, mas depositadas também nestes países para garantir a proteção dos direitos de seu desenvolvedor –, além de análises sobre os maiores países em termos de depósitos de patentes – um grupo que não inclui nenhum dos países aqui estudados.

O constructo **Auto-aprendizagem** foi interpretado com base no relatório sobre a Perspectiva Global sobre Educação e Treinamento no Empreendedorismo do GEM, lançado em 2010 com dados de 2008 – mesmo ano da coleta dos dados sobre percepção desta dimensão. Este relatório aponta o número de cursos formais ou informais ofertados em cada país, relacionados ao empreendedorismo (áreas financeiras e infra-estrutura, por exemplo), bem como a porcentagem da população nacional que buscou se capacitar voluntariamente.

A explicação da percepção dos entrevistados em relação à **Ética** foi comparada ao nível de percepção dos indivíduos em relação à corrupção no país, apontado pelo instituto *Transparency International*, em 2008, mesmo ano da coleta dos dados analisados neste trabalho.

Para o constructo **Conceito de si / Necessidade de Realização**, foi utilizada a teoria de Hall e Jones (1996), que cita a variável clima como uma das variáveis capaz de influenciar na necessidade de realização de um indivíduo, buscando ver se esta é capaz de explicar os resultados obtidos ao comparar Brasil com os demais países.

Considerando que a percepção sobre **Capacidade de Realização/Planejamento** está ligada ao cenário econômico nacional, foram consideradas as taxas inflações – preço médio ao consumidor – dos últimos 03 (três) anos nos países, ou seja, 2008, 2007 e 2006.

Tendo sido obtida a percepção sobre **Rede de Relações** através de uma pergunta sobre a importância de conhecer pessoas que possam ajudar a alcançar seus objetivos, foi resgatada a origem dos imigrantes predominantes em cada país, e se estes são oriundos de países “quentes” em suas relações interpessoais ou não, no intuito de compreender se estes teriam uma percepção convergente sobre esta dimensão.

A dimensão **Conhecimento de Setor / Informação** foi confrontada com índices de acesso à internet dos países envolvidos, utilizando dados do *Internet World Stats (IWS)*<sup>7</sup>.

Por último, a fim de entender as razões que podem ter exercido influência sobre a percepção de **Liderança / Persuasão** dos entrevistados, foi apresentada uma visão geral sobre a postura latino americana em órgãos internacionais – como os ligados à Organização das Nações Unidas (ONU) – e o número de multinacionais originais do Brasil, Chile, Bolívia, Venezuela ou Uruguai. Foram ainda considerados os números de depósitos feitos por não residentes e o perfil de colonização que ocorreu nos cinco países aqui estudados.

Para comparar as percepções dos brasileiros e os demais países participantes, o instrumento utilizado foi o teste não-paramétrico de Mann-Whitney, além do teste da somas dos *ranks*, descrito por Wilcoxon – também não-paramétrico.

O teste de Mann-Whitney é utilizado para testar se duas amostras independentes originam-se de populações com médias semelhantes. Adéqua-se a este trabalho por não considerar o tipo de distribuição populacional e/ou variância das amostras – testes paramétricos exigiriam distribuição normal de mesma variância, o que não ocorre com as populações aqui estudadas. (FONSECA e MARTINS, 2006)

As hipóteses levantadas nesse trabalho foram:

H: Ao se comparar o Brasil com outro país, há relação entre as percepções dos indivíduos sobre as dimensões do empreendedorismo?

H<sub>0</sub> = indivíduos possuem mesma percepção sobre determinada dimensão (Asymp  $\geq$  0,05)

H<sub>a</sub> = indivíduos não possuem mesma percepção sobre determinada dimensão (Asymp  $<$  0,05)

O teste não-paramétrico da soma dos *ranks* analisa o número de vezes que uma variável de determinada amostra excede uma variável de outra amostra. A distribuição exata dessas amostras apresenta-se como um problema para grandes amostras. Mann e Whitney calcularam a distribuição para pequenas amostras e demonstraram que ela é aproximadamente normal para grandes amostras. (MOOD *et al*, 1963)

---

<sup>7</sup> *Internet World Stats* é um site internacional com dados sobre população e estatística relacionada à Internet – banda larga e dados de penetração da rede.



Existe ainda o teste de Wilcoxon para comparar pares de dados de duas amostras, verificando a magnitude das diferenças dos valores entre os pares. Se o menor valor encontrado, resultante da combinação da soma dos *ranks* correspondentes as diferenças positivas e a soma dos *ranks* correspondentes as diferenças negativas for igual ou menor que o valor crítico da tabela de Wilcoxon, rejeita-se a hipótese de nula ( $H_0$ ) de que as amostras provêm população. (PÉREZ, 2001)

## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

#### 4.1 Tolerância à Incerteza

Tabela 01: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Tolerância à Incerteza

| Brasil em relação à:   | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mann-Whitney U         | 17532,000 | 28995,000 | 11674,000 | 16483,500 |
| Z                      | -1,780    | -,930     | -2,223    | -4,672    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,075      | ,353      | ,026      | ,000      |

Fonte: elaboração própria

Nesta dimensão buscou-se compreender como os indivíduos percebem o futuro que os aguarda, e, considerando que o atual cenário econômico seja favorável ao desenvolvimento de atividades empreendedoras, se este permanecerá assim nos anos seguintes.

O histórico político-econômico, bem como a existência de marcos regulatório para os mais diversos mercados, serve como indicador para aumentar a percepção sobre a dimensão *Tolerância à Incerteza*, ou o contrário.

Ao relacionar o Brasil como os demais países, percebemos que em dois dos quatro casos há semelhantes percepções sobre a dimensão, são eles: Chile e Venezuela. Uruguaios e bolivianos apresentaram percepção distinta.

O Brasil, após sofrer com elevadas taxas de inflação, encontrou um programa de estabilização econômica que tornou estável a economia do país: o Plano Real.

A adoção desta nova moeda, que em 2010 completa 16 anos, pode ser considerada um marco para a economia nacional, uma vez que esta é um dos fatores que proporcionou o controle inflacionário, reduzindo o risco país, e construindo um cenário favorável ao investimento/empreendedorismo.

No caso do Chile, o país conseguiu proporcionar aos seus habitantes um estável cenário econômico, permitindo que estes possam fazer planos para investimentos futuros, pois acreditam que a economia permanecerá constante, e que, caso destinem seus recursos

financeiros para determinado empreendimento, a probabilidade de, no futuro, a economia ruir e que eles venham a ter prejuízos é baixa.

O panorama chileno vem sendo construído há mais de duas décadas, com a retirada dos militares do governo. Desde então, se buscou uma política que equilibrasse a macroeconomia, com instituições estáveis.

De 1990 a 1997, o Chile apresentou um crescimento de econômico de até 7% ao ano, com a dívida externa sob controle.

É possível perceber que estes dois países, com a mesma percepção sobre a dimensão “Tolerância à Incerteza” – sendo o *rank* médio da percepção chilena superior ao brasileiro –, possuem em comum uma economia estável, construída por seus governantes continuamente ao longo das duas últimas décadas, o que nos mostra que a formação de uma macroeconomia estável aumenta no indivíduo a sensação de segurança para investir e acreditar que no futuro a economia permanecerá como se encontra, e que mais dificilmente será destruída por uma crise financeira.

A Venezuela, país que também possui percepção semelhante à brasileira, é um país cuja economia concentrava-se na agricultura até o início do século XX, quando os militares que então o governavam investiram na indústria do petróleo, que responde por grande parte do PIB do país. Destaca-se ainda a exploração do gás natural.

Entre 1928 e 1970 chegou a ser o maior exportador petrolífero do mundo, e no início do século XXI conta como um dos cinco maiores.

Essa concentração em torno do petróleo impactou a economia venezuelana, por exemplo, durante a queda do preço das commodities em 1986 e flutuações nos preços na década de 1990, seguidos por um período de instabilidade política nacional, crise bancária e má administração do Banco Central. Para estabilizar a economia, acordos com FMI e Banco Mundial foram assinados, o governo vendeu grande parte dos bancos para investidores estrangeiros e privatizou indústrias.

Nada disso foi capaz de impedir a superinflação sofrida pelos venezuelanos no início do século XXI.

Os problemas econômicos, somados à corrupção e concentração da riqueza do país por parte dos políticos revoltou a população, que respondeu através do apoio à candidatura do Coronel do Exército Hugo Chávez em 1998, com mais de 90% de aprovação, após uma tentativa frustrada de golpe militar em 1992.

Chávez, polêmico por suas estatizações, alegando resgate do poder para o povo venezuelano, foi reeleito em 2000 e em 2006, o que o permitirá governar até 2012. Em 2007, entretanto, viveu sua primeira derrota, quando a Venezuela votou contra uma mudança constitucional que permitiria um número ilimitado de reeleições e maior concentração de poder nas mãos do presidente.

Talvez venha desse novo formato de governo e percepção de tolerância à incerteza semelhante à dos brasileiros – com *rank* médio superior. Se por um lado a Venezuela se tornou uma incógnita para investidores estrangeiros, tendo em vista as estatizações lideradas por seu governo, o discurso de que o poder financeiro está sendo resgatado pelos venezuelanos pode ser o impulso necessário para que a população se sinta confortável para investir, acreditando na política macroeconômica nacional.

Chile e Venezuela são países que possuem percepções sobre incerteza semelhantes à brasileira, e quando aplicamos o teste de Mann-Whitney nestes dois países observamos que eles possuem percepções semelhantes entre si sobre esta dimensão.

Divergindo dos resultados obtidos quando se comparou o Brasil aos países acima citados, o nível de tolerância à incerteza uruguaio, não semelhante e inferior ao demonstrado pelos brasileiros, pode ser o reflexo de uma população que ainda traz em sua memória recente lembranças das crises enfrentadas no final do século XX e início do século XXI.

No país, destacam-se as indústrias de transformação de petróleo e carvão. O Uruguai é ainda um país exportador de commodities e possui como grandes parceiros (consumidores) Brasil e Argentina. A ausência do poder de gerir o mercado que responde por boa parte do PIB uruguaio – commodities – pode também ter influenciado diretamente a percepção de sua população sobre o futuro, incerteza e como lidar com estes fatores.

Por ter sua economia atrelada à destes parceiros, sofreu quando, em 1999 a desvalorização do Real afetou suas exportações. Antes que pudesse se recuperar, teve que lidar com a quebra da economia Argentina em 2001, após esta ter lidado por cerca de uma década contra hiperinflação e declarar moratória de sua dívida, quando a população foi às ruas e o país teve cinco presidentes em 12 dias.

Entre 1999 e 2002, seu PIB encolheu aproximadamente 20% e o desemprego atingiu 19% da população economicamente ativa.

Após estas crises, o país começou em 2003 a viver um processo de retorno do crescimento econômico, com médias superiores a média geral de sua história econômica. Uma explicação para essas melhoras é o fato de que o cenário mundial ingressou em uma

fase propícia às exportações, com recuperação dos preços das commodities, expandindo o comércio exterior uruguaio.

Em 2008, o cenário econômico do Uruguai já se apresentava bastante positivo no pós-crise. Entretanto, essa recuperação ainda é recente – apenas sete anos desde a crise da Argentina –, e talvez por essa razão os uruguaios ainda não apresentam percepção sobre esta dimensão (Tolerância à Incerteza) semelhante à brasileira ou chilena, que já possuem uma macroeconomia estável há duas décadas, em média.

Outro país que não possui percepção semelhante à do Brasil é a Bolívia. Os bolivianos possuem uma percepção inferior à do povo brasileiro, e a resposta para essa menor tolerância pode se dar pelo histórico político nacional, que contabiliza mais de 190 revoluções e golpes.

A má distribuição da renda faz com que um país com notáveis fontes de recursos naturais como petróleo e gás natural seja uma das nações mais pobres do continente.

O cenário político, com sua conturbada democracia, vem atraindo atenção internacional desde 2006, quando Evo Morales assumiu a presidência do país. Ressaltando sua origem indígena, o presidente promoveu políticas de redistribuição de renda e nacionalização dos recursos, criando rivais no lado oriental da Bolívia, que busca maior autonomia econômica. Os indígenas do ocidente do país, por outro lado, apóiam as decisões do governo.

Ainda assim, o relatório do GEM 2008 aponta a Bolívia como o país com maior taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) entre os 43 países pesquisados, de 30% da população; ou seja, um em cada três bolivianos está envolvido com alguma atividade empreendedora.

O próprio relatório chama a atenção para esse resultado: o país foi classificado como 2º colocado no ranking de empreendedorismo por necessidade, perdendo apenas para a Colômbia. À esta explicação, somam-se os fatos de que o país teve um crescimento de 6,1% do seu PIB em 2008, baixa atividade industrial e 37,7% de sua população viver em condições de extrema pobreza, incentivando à procura de atividades que possam gerar renda para as famílias.

Em resumo, diferente de países com uma política macroeconômica considerada estável como Brasil e Chile, a Bolívia ainda não proporciona um cenário onde seus habitantes se sintam seguros para realizar investimentos. A percepção de tolerância à incerteza é moldada nos indivíduos ao longo do tempo, e a Bolívia precisará se manter

sócio-economicamente estável para que, ao longo dos anos, a população mude sua percepção sobre o país e, conseqüentemente, sua tolerância à incerteza.

## 4.2 Locus Interno de Controle

Tabela 02: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Locus de

| Controle Interno       |           |           |           |           |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Brasil em relação à:   | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
| Mann-Whitney U         | 18639,000 | 24628,000 | 12096,500 | 22030,500 |
| Z                      | -,818     | -3,689    | -1,757    | -,291     |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,413      | ,000      | ,079      | ,771      |

Fonte: elaboração própria

O nível de percepção sobre o locus de controle interno aponta a percepção que os entrevistados possuem sobre o quanto de suas recompensas é fruto de seus esforços. Locus de controle externo, por outro lado, reflete uma percepção de que o que ocorre ao indivíduo é resultado de fatores externos, como sorte, destino ou acaso. (ROTTER, 1966; NORIEGA et al, 2003; KHANDELWAL e DHAR, 2003; RIBEIRO, 2000)

Os estudos sobre essa dimensão se iniciaram entre as décadas de 1950 e 1960, com destaque para Julian Rotter e sua teoria da aprendizagem social, com foco na conceituação do locus de controle.

Assemelha-se ao conceito de auto-eficácia, (LUCAS e COOPER, 2005; BICA, VERDIN e VICARI, 2005) uma dimensão que influencia no desempenho dos indivíduos e nos resultados provenientes destes, introduzindo no indivíduo a idéia de que ele é capaz de, através de suas atitudes, interferir diretamente nos rumos de seu futuro.

Quando comparamos as percepções entre os países envolvidos, percebemos que brasileiros possuem a mesma percepção que chilenos, uruguaios e bolivianos, apresentando um escore superior ao dos dois primeiros países e um pouco inferior ao boliviano – uma diferença insignificante estatisticamente.

Uma das razões culturais que poderia influenciar na percepção do indivíduo sobre o locus de controle interno é a religião, uma vez que esta é considerada um fator social relevante para o desenvolvimento econômico de uma região. Acredita-se que países com

predominância protestante teriam uma maior percepção do que países predominantemente católicos, uma vez que os preceitos puritanos envolvem amor ao trabalho, satisfazendo-se espiritualmente através deste, e à poupança. Weber (2004) defende ainda que houve uma relação entre a Reforma Protestante e o crescimento econômico.

Erich Fromm apresenta em seus trabalhos duas classificações para as religiões, as masculinas – Protestantismo e Judaísmo – e as femininas – Catolicismo. As primeiras seriam classificadas como masculinas por representar o estereótipo de amor paterno, que demonstraria amor aos seus filhos exigindo um bom desempenho destes. O catolicismo representaria então o amor materno, que é oferecido ao filho sem exigir nada em troca. (KINDLEBERGER, 1976)

Esse ponto pode servir como justificativa para o fato de Chile, Uruguai e Bolívia apresentarem uma percepção semelhante à brasileira, uma vez que todos possuem a dominância de uma mesma religião, a católica. A Venezuela, no entanto, surge como uma exceção uma vez que, mesmo com predominância católica, possui uma percepção distinta da encontrada no Brasil.

É importante destacar que existem exemplos que demonstram que a busca por melhorias econômicas não está ligado exclusivamente a países protestantes, uma vez que o norte da Itália e os Países Baixos, católicos em sua maioria, também participaram ativamente das revoluções industriais e comerciais européias.

Em resumo, a religião é apenas uma das variáveis que podem tentar explicar a percepção dos indivíduos, uma vez que seria leviano afirmar que uma religião é capaz de impor aos seus adeptos uma personalidade única e imutável ao longo do tempo, ou ainda que católicos de países com culturas diferentes tenham a mesma postura. A própria Igreja Católica vem se identificando com o progresso científico, além de, entre os trabalhadores, não ser mais unanimidade a idéia de conformação com a vida que se tem, valores que começaram a se alterar especialmente após a Segunda Guerra Mundial. (KINDLEBERGER, 1976)

Dito isto, uma outra razão que pode explicar a percepção venezuelana sobre o tema é sua posição geográfica. Sendo, dentre os países aqui estudados, o mais próximo da América Central e do Norte, sofreu uma maior influência de holandeses, franceses e ingleses que se instalaram nos país e nas regiões circunvizinhas e trouxeram consigo um histórico de busca por realização pessoal e maior crença na própria capacidade.

Kindleberger (1976) defende que um país que passou por derrotas em guerras, conflitos cria uma geração seguinte com indivíduos que possuem um maior locus de controle interno, ou seja, uma maior vontade de buscar realizar seus objetivos através de suas próprias ações. A Venezuela se encaixa neste perfil de país, uma vez que passou por inúmeros conflitos com a coroa espanhola enquanto era ainda uma colônia e não havia ainda se constituído como um país independente, o que poderia explicar sua percepção diferente e superior à brasileira.

Exemplos de movimentos independistas são a Revolta dos Comuneros, que envolveu toda a colônia em 1797, e a Revolução Venezuelana após a Espanha ter sido dominada por Napoleão Bonaparte – ambos sem sucesso. Simón Bolívar, comandante das forças venezuelanas, sofreu também diversas derrotas contra as forças espanholas no início do século XIX antes que a colônia finalmente conseguisse sua independência da coroa espanhola.

Focando na influência que a dimensão Locus de Controle Interno pode exercer sobre a atividade empreendedora, a literatura existente não é uníssona sobre qual a melhor postura a ser adotada: maior grau de locus de controle interno ou externo.

Rotter (1966) sugere que indivíduos com maior grau de locus de controle interno se esforçam mais na busca de suas realizações e estão mais atentos ao ambiente a fim de definir seu comportamento, o que auxiliaria ações de empreendedorismo por oportunidade. Entretanto, esta característica pode atrapalhar o indivíduo no momento em que coloca sobre ele um acentuado sentimento de culpa por erros e falhas que venham a ocorrer – uma vez que ele se considera responsável pelo que lhe ocorre, descartando em maior ou menor grau fatores externos como sorte e/ou destino.



### 4.3 Criatividade

Tabela 03: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão

| Criatividade           |           |           |           |           |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Brasil em relação à:   | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
| Mann-Whitney U         | 16524,000 | 23730,000 | 11432,000 | 18340,500 |
| Z                      | -2,657    | -4,269    | -2,492    | -3,210    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,008      | ,000      | ,013      | ,001      |

Fonte: elaboração própria

A dimensão Criatividade buscou captar a percepção dos envolvidos sobre a capacidade de um indivíduo criativo ser mais bem-sucedido, além da importância da intuição na vida destes.

A fim de compreender a relação dos cinco países envolvidos neste estudo com a dimensão Criatividade, uma variável a ser considerada é o número de patentes depositadas pelos mesmos. Para tanto, serão utilizados os dados dos relatórios *Statistics on Worldwide Patent Activities* de 2006, 2007 e 2008 da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) – entidade integrante da Organização das Nações Unidas (ONU).

Existem ressalvas quanto à utilização de tal variável, uma vez que alguns países possuem uma cultura de depositar suas patentes mais desenvolvida que outros, seja por já ter compreendido a importância de registrar suas invenções, ou por ter acesso mais facilmente à informações sobre o processo de depósito em si. Todavia, esta variável apresenta-se como uma fonte de subsídios segura sobre a atividade empreendedora organizada nos países aqui estudados.

Por seus baixos números de depósitos de patentes quando comparados a países como Estados Unidos e Japão, relatórios mundiais como os da OMPI ainda trazem poucas informações sobre Brasil, Bolívia, Chile, Uruguai e Venezuela.

No relatório de 2006, a OMPI afirma que desde 1995 o número de depósitos de patentes no Brasil vem aumentando significativamente. Em 2004 o Brasil depositou 6.248 patentes, entre residentes e não residentes. Em 2005 esse número aumentou para 6.381, com a maioria dos depósitos feita por residentes. O relatório de 2008 chama a atenção para o notável crescimento no número de depósitos de não-residentes ocorridos no Brasil, que

representou 84,2% do total de 24.074 depósitos, além de baixa atividade de patentes no exterior e alta presença de requerentes estrangeiros no seu mercado doméstico.

O país apresentou ainda uma média de 20,19 depósitos de patentes por residentes para cada milhão de habitantes em 2008.

O Chile chama a atenção pelo número de depósitos de não-residentes em 2004, 39.700, além dos 240 depósitos de residentes. Esse número caiu drasticamente em 2005, quando o número de depósitos por não-residentes foi de 2.646 (ainda superior ao número de depósitos por não-residentes no Brasil), e 361 por residentes.

Os dois países, quando comparados, não apresentam percepções semelhantes sobre a dimensão criatividade, sendo a percepção dos chilenos superior à dos brasileiros – o que pode ser explicado pelo número de depósitos superior que ocorre no Chile.

Em 2008, o Chile apresentou uma média de 17,69 depósitos por residentes para cada milhão de habitantes – infelizmente este dado não está disponível para a Bolívia, Uruguai e Venezuela.

O Uruguai, país com percepção semelhante à do Brasil, depositou 37 patentes por residentes e 514 por não-residentes em 2004. Em 2005, não houve depósito por residentes, e 510 por não-residentes. A percepção brasileira sobre esta dimensão é superior à uruguaia, fato que poderia ser justificado pelo número baixo de depósitos que ocorrem no Uruguai.

É preciso ressaltar que os dados levam em consideração apenas o número final de depósitos, não considerando a diferença colossal entre as populações dos dois países.

O número de depósitos de patente, contudo, não é capaz de explicar o caso da Venezuela. O país apresenta a maior divergência de percepção em relação ao Brasil e não apresentou nenhum depósito por residentes em 2008. O número de depósitos de não-residentes, contudo, foi próximo ao do Brasil, com 2.200 depósitos. Ainda assim, a percepção do venezuelano sobre a dimensão criatividade é superior à do brasileiro.

A situação da Bolívia é a mais delicada de ser estudada, uma vez que o país praticamente não é citado em relatórios internacionais. Dentre os relatórios da OMPI, o país é citado no de 2008 com apenas 5 patentes depositadas no país, mas ainda assim possui uma percepção superior à brasileira sobre a dimensão.

#### 4.4 Auto-Aprendizagem

Tabela 04: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Auto-aprendizagem

| Brasil em relação à:   | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mann-Whitney U         | 15079,500 | 22281,000 | 12408,000 | 18432,000 |
| Z                      | -3,928    | -5,209    | -1,420    | -3,146    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000      | ,000      | ,156      | ,002      |

Fonte: elaboração própria

Nesta dimensão, questionou-se sobre a importância de descobrir a melhor forma para aprender – no sentido de adquirir conhecimento – e a percepção dos indivíduos sobre o erro como fonte de aprendizagem.

A fim de compreender o que poderia ter influenciado na percepção dos indivíduos sobre este constructo e considerando que o objetivo deste trabalho é voltado para o empreendedorismo nos países envolvidos, serão verificados os resultados obtidos pelo GEM sobre a Perspectiva Global sobre Educação e Treinamento no Empreendedorismo, lançado em 2010 com dados de 2008 – mesmo ano da coleta dos dados sobre percepção desta dimensão.

Ou seja, será verificado se o panorama de oferta de cursos – formais ou informais – que capacitem um empreendedor desde áreas financeiras a temas relacionados à infraestrutura física exerce alguma influência sobre a percepção da necessidade de buscar conhecimentos para se atingir um objetivo.

O relatório divide os países questionados em três grupos, que em livre tradução seriam: países guiados pelos fatores, países guiados pela eficiência e países guiados pela inovação. A Bolívia foi classificada dentro do primeiro grupo, formado por países que tendem a ter economias voltadas para a extração. Brasil, Chile e Uruguai foram classificados dentro do segundo grupo, que reúne países focados em redução de custos de produção. Infelizmente não existem dados sobre a Venezuela.

A percepção chilena sobre a dimensão difere da brasileira, apresentando um escore superior. Uma das razões pode se dar pelo fato de o país se destacar pelos elevados níveis de treinamento para abertura de negócios que atingiram mais de 40% de sua população economicamente ativa.

Destaca-se ainda o fato de que cerca de 25% da população chilena buscou esta capacitação de forma voluntária, o que demonstra uma vontade intrínseca dos indivíduos de obter conhecimento.

A Venezuela possui percepção diferente da encontrada no Brasil, com escore superior. Quando comparada ao Chile – país que também possui percepção diferente da brasileira, a Venezuela apresentou uma percepção semelhante.

O Brasil, por outro lado, surge no relatório da GEM como um dos países com menor índice de população economicamente ativa que recebeu algum tipo de capacitação sobre abertura de negócios, menos de 10%. A porcentagem de brasileiros que buscou treinamento voluntariamente é ainda menor, cerca de 6%.

A Bolívia também apresenta percepção diferente da brasileira. Mesmo capacitando apenas uma pequena porcentagem de sua população (menos de 20% dos adultos em idade de trabalho), seus escores ainda são maiores que os brasileiros. Uma justificativa pode ser encontrada no fato de que cerca de 13% da população buscou voluntariamente treinamento, contra os 6% brasileiros.

A exceção é o Uruguai. O país é o único com a mesma percepção que o Brasil. Tendo capacitado uma porcentagem maior de sua população para a abertura de negócios quando comparado ao Brasil, o país obteve um escore superior nesta dimensão. Mais de 20% dos uruguaios em idade de trabalho (de 18 a 64) já receberam treinamento em abertura de negócios, e cerca de 18% da população buscou voluntariamente estes treinamentos.

#### 4.5 Ética

Tabela 05: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Ética

| Brasil em relação à:   | Chile   | Venezuela | Uruguai | Bolívia |
|------------------------|---------|-----------|---------|---------|
| Mann-Whitney U         | 1,848E4 | 2,815E4   | 1,263E4 | 1,816E4 |
| Z                      | -1,086  | -1,667    | -1,285  | -3,597  |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,278    | ,096      | ,199    | ,000    |

Fonte: elaboração própria

A dimensão *Ética* busca detectar qual a percepção dos indivíduos quando questionados sobre a necessidade de serem éticos, em qualquer circunstância, não apenas nas relacionadas à suas empresas ou ambiente de trabalho. Para traçar um paralelo entre os resultados obtidos, será demonstrado também o Índice de Percepção da Corrupção de cada país, obtido pela *Transparency International* em 2008, mesmo ano da coleta dos dados analisados neste trabalho.

Os dados obtidos nesta dimensão devem ainda ser vistos com cautela, uma vez que vai contra a natureza humana assumir que concorda com ações anti-éticas.

Deve-se atentar para o fato de que a coleta dos dados em relação à ética capta a percepção do entrevistado sobre esta dimensão, e não necessariamente seu comportamento. Logo, deve-se tratar com cautela os resultados obtidos, uma vez que os indivíduos tendem a demonstrar serem mais éticos do que eles realmente são (BUCAR et al, 2003)

O Brasil aparece como país com os mais elevados escores, demonstrando que os brasileiros entrevistados se posicionam como bastante favoráveis à adoção de uma postura ética.

Essa elevada percepção da necessidade de ser ético, entretanto, não condiz com a realidade apontada pelo Índice de Percepções de Corrupção da *Transparency International*, uma organização social civil contra a corrupção, publicado no mesmo ano da coleta dos dados aqui analisados, 2008, utilizando pesquisas de 2008 e 2007.

No relatório sobre percepção da corrupção, o Brasil aparece com uma nota 3,5, em uma escala onde 0 significa muito corrupto e 10, livre de corrupção. Este é o resultado obtido através de sete pesquisas sobre a temática: GI 2008 (Introspecção Global, anteriormente Centro Mundial de Pesquisas de Mercado); WEF 2007: Relatório de Competitividade Global pelo Fórum Econômico Mundial; MIG 2007: Grupo Internacional Mercantil; IMD 2007 e 2008: Relatório de Competitividade Mundial pelo Instituto de Desenvolvimento Gerencial; EIU 2008: Unidade de Inteligência do Economista; BTI 2007: Índice de Transformação Bertelsmann.

O Brasil traz em seu histórico a colonização portuguesa, conhecida por sua burocracia que engessa todas as áreas. Essa burocracia persiste no século XXI, estimulando a busca por meios não legais para resolver situações – atitude alcunhada por “jeitinho brasileiro”.

Existem ainda os escândalos políticos que, devido a impunidade, costumam não condenar seus infratores, desencadeando entre os brasileiros a sensação de que atitudes corruptas trazem apenas benefícios, sem nenhum ônus.

O Chile, após ser submetido as mesmas pesquisas, obteve uma pontuação de 6,9 no Índice de Percepções da Corrupção de 2008, notavelmente superior à brasileira. O teste de Mann-Whitney aponta que os dois países possuem percepção semelhante sobre a dimensão, entretanto a percepção chilena sobre a Ética é superior à brasileira, o que pode ser comprovado através do índice de percepção de corrupção, que é bastante favorável ao Chile, uma vez que numa escala de 0 a 10, onde 10 significa livre de corrupção, o Chile obteve 6,9 contra 3,5 do Brasil. A diferença entre os índices de percepção da corrupção mostra que os dois países vivem realidades distintas.

Diferente do ocorrido com o Chile, a Venezuela obteve um índice de percepção de corrupção inferior ao brasileiro, de 1,9 – o país seria mais corrupto que o Brasil –, quando submetida às mesmas sete pesquisas que os demais. Em comum com o caso Brasil x Chile, o país apresenta semelhante percepção sobre a ética à dos brasileiros, com  $Asymp \geq 0,05$ . Ainda assim, a Venezuela possui uma percepção de Ética superior a detectada no Brasil.

Os resultados, mais uma vez, apontam para caminhos distintos, porém não excludentes. A população possui uma percepção da necessidade de ser ético que não condiz com os valores apontados pelo Índice de Percepção de Corrupção, obtido pela composição de diferentes pesquisas no setor privado e entre consultores.

Considerando o fato de sociedades com elevados níveis de “negócios éticos” serem mais propícias ao empreendedorismo, tendendo inclusive a baixar os custos de regulação (BUCAR et al, 2003), a Venezuela pode ser compreendida por duas vertentes: (i) atualmente, devido a seu elevado índice de percepção de corrupção, o país não oferece um cenário favorável ao empreendedorismo, ou (ii) no médio-longo prazo, a Venezuela tenderá a ser um país favorável ao empreendedorismo por sua elevada percepção sobre a necessidade de ser ético em qualquer situação.

O Uruguai apresenta uma percepção sobre a necessidade de ser ético semelhante à brasileira. Sobre o índice de percepção da corrupção, o Uruguai obteve um expressivo índice de 6,9, quando comparado ao índice brasileiro de 3,5, numa escala onde 0 significa muito corrupto e 10, livre de corrupção. O índice de percepção de corrupção uruguaio foi obtido através de cinco pesquisas (Índice de Transformação Bertelsmann - BTI 2007, Unidade de Inteligência do Economista - EIU 2008, Grupo Internacional Mercantil - MIG 2007, Relatório de Competitividade Global pelo Fórum Econômico Mundial - WEF 2007

e Introspecção Global, anteriormente Centro Mundial de Pesquisas de Mercado - GI 2008).

Ainda assim, a percepção brasileira sobre Ética foi superior, o que pode apontar um viés nas respostas dada pelos brasileiros sobre a dimensão, sobrevalorizando sua real percepção sobre a necessidade de adotar uma postura ética, pois, como já dito, o indivíduo tende a se definir como mais ético do que suas ações diárias demonstram. (BUCAR *et al*, 2003)

Como para se criar um cenário propício ao desenvolvimento de atividades empreendedoras não basta que uma das dimensões apresentadas neste estudo seja percebida como positivamente relacionada às necessidades do empreendedor, o Uruguai aparece como um exemplo de país que, mesmo sem apresentar uma percepção elevada sobre tolerância à incerteza, o que pode ser explicado como reflexo da sua macroeconomia traumatizada por crises recentes relacionadas aos países consumidores do petróleo por ele exportado, possui uma percepção positiva sobre a necessidade de ser ético em suas atitudes.

Se somado ao fato de sua economia ter se apresentado positiva em 2008, a percepção sobre a dimensão Ética semelhante à do brasileiro pode surgir como fator benéfico à empreendimentos na região.

Com um nível de percepção sobre Ética inferior à brasileira, a Bolívia apresenta-se em mais uma dimensão como uma região pouco propícia para o desenvolvimento do empreendedorismo.

A região, que já sofre com uma conturbada democracia – o que interfere nas políticas macroeconômicas voltadas, direta ou indiretamente, para os empreendedores –, apresentou em 2008 um índice de percepção de corrupção de 3,0, o que classifica o país como bastante corrupto.

A combinação de cenário político instável, população em condições de extrema pobreza, elevado nível de corrupção e baixa percepção sobre a necessidade de ser ético, resulta em um grande obstáculo para o desenvolvimento de atividades empreendedoras, principalmente o empreendedorismo por oportunidade, que apresenta um maior valor agregado aos produtos, gerando mais renda para o país.

Enquanto isso o país segue com elevadas taxas de empreendedorismo por necessidade, o que pode, num primeiro momento, contribuir com a criação de novos postos de emprego, gerando renda para as famílias, mas que preocupa por ser um

movimento resultante do grande número de bolivianos fora do mercado formal de trabalho e sem perspectiva de retorno breve.

#### 4.6 Conceito de Si/Necessidade de Realização

Tabela 06: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Conceito de Si/Necessidade de Realização

| Brasil em relação à:   | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mann-Whitney U         | 12630,500 | 22375,000 | 12782,500 | 21191,000 |
| Z                      | -6,042    | -5,129    | -1,004    | -,955     |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000      | ,000      | ,315      | ,340      |

Fonte: elaboração própria

A dimensão “Necessidade de Realização” buscou captar a percepção dos indivíduos sobre a importância de realizar seus sonhos, se conhecer, acreditar em si mesmos e fazer o que gosta. Esta dimensão busca mostrar porque alguns países se sentem mais motivadas a buscar sua realização pessoal, impulsionando seu desenvolvimento econômico.

Dentre as inúmeras teorias que buscam explicar porque alguns países conseguem um desenvolvimento econômico superior aos demais, Hall e Jones (1996) citam a variável clima.

Para esses autores, países com clima tropical, por serem mais quentes e úmidos, diminuiriam a produtividade do capital humano, que se sentiria desconfortável para trabalhar. Por outro lado, existem teorias baseadas no clima que defendem que a suavidade dos trópicos acomoda seus habitantes, tolhendo nestes a necessidade de se esforçar para ter uma vida confortável e, consequentemente, reduzindo seus níveis de desejo de realização.

Supondo-se então que quanto mais adverso for o clima em um país, maior será a percepção da necessidade de realização de seus indivíduos, torna-se compreensível o escore do Brasil sobre esta dimensão não ser semelhante ao chileno, além de inferior. O Chile, dada sua grande extensão territorial, abrange diversos climas: mesmo sendo tropical



ao norte, sua região central, onde está situada a capital Santiago, é temperada. Ao sul, o clima é bastante frio e inóspito.

Ao ser comparado com o Brasil, de clima majoritariamente tropical, os níveis de percepção superiores em relação à necessidade de realização condizem com a teoria supracitada.

A teoria, contudo, precisa ser flexibilizada para explicar a relação entre Brasil e Venezuela, ambos os países de clima tropical, porém com percepções diferentes. A Venezuela possui uma percepção superior à brasileira sobre esta dimensão, o que poderia se tornar compreensível uma vez que o território venezuelano se encontra completamente entre os trópicos de câncer e de capricórnio – região teoricamente pouco favorável à atividade econômica –, enquanto o Brasil possui sua região ao extremo sul abaixo do trópico de capricórnio, além das grandes extensões de floresta amazônica que apresentam um clima diferente, ainda que também pouco propício à atividade econômica.

As percepções se mostram semelhantes quando o Brasil é comparado ao Uruguai e à Bolívia. A diferença é que o Uruguai é um país de clima temperado, o que segundo a teoria aqui exposta o faria ter uma percepção superior à brasileira – o que não foi detectado entre os entrevistados. Uma possível explicação é que o país se encontra próximo da zona tropical, não tendo, por exemplo, invernos tão rigorosos.

A Bolívia, por sua vez, apresenta clima semelhante ao brasileiro – tropical – o que pode explicar a semelhança em relação à percepção. O país apresenta escores superiores do Brasil, e uma possível explicação é que este possui grande amplitude térmica, o que reproduz desde calor equatorial até frio ártico nas regiões de montanhas. Próximo dos 3000 metros de altitude em diante, o clima já é considerado temperado, com geadas no inverno, mostrando-se mais adverso que o clima predominante no Brasil – o que justificaria a maior percepção sobre esta dimensão.

Independente de a razão ser a acomodação de seus indivíduos, é importante ressaltar que o clima tropical traz obstáculos como alternâncias de períodos muito secos com chuvas ininterruptas, dificultando inclusive a habitação nos trópicos úmidos. A diversidade biológica de florestas nestas regiões requer maiores investimentos em pesquisa e desenvolvimento para sua exploração econômica do que uma floresta conífera homogênea.

#### 4.7 Capacidade de Realização / Planejamento

Tabela 07: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Conceito

|                        | de Si/Necessidade de Realização |           |           |           |
|------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Brasil em relação à:   | Chile                           | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
| Mann-Whitney U         | 15253,500                       | 27463,000 | 11473,500 | 19689,500 |
| Z                      | -3,820                          | -1,923    | -2,461    | -2,153    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000                            | ,055      | ,014      | ,031      |

Fonte: elaboração própria

Sonhar não basta, as pessoas devem transformas os sonhos em realidade; é essencial saber o que fazer para atingir um sonho; é importante estabelecer metas. Estas foram as afirmações apresentadas aos entrevistados para tentar compreender a percepção destes sobre o constructo Capacidade de Realização/Planejamento.

Planejar e estabelecer metas, contudo, requer um conhecimento básico de como o cenário tende a se comportar durante o período seguinte, para o qual o empreendedor está se programando. A estabilidade econômica volta a ser uma variável que pode explicar porque os entrevistados demonstraram tais percepções.

Buscando entender esta dimensão, serão comparadas as respostas obtidas nesta pesquisa com as taxas de inflação – preço médio ao consumidor – dos últimos três anos, incluindo o ano da coleta dos dados sobre a percepção dos indivíduos e os dois anos anteriores (2008, 2007 e 2006). A escolha do último triênio para comparação com os dados sobre percepção é baseada no fato de que o indivíduo recorre à sua memória inflacionária mais recente para se planejar, exercendo esta uma influência maior do que as taxas do início da década de 1990, por exemplo.

Logo, a inflação será utilizada como um *proxy* de estabilidade econômica, e através de comparações entre a percepção dos envolvidos e as taxas inflacionárias apresentadas por seus respectivos países, buscaremos concluir se esta é uma variável relevante ou não para a formação de tal percepção.

Tabela 07.1 – Taxas de inflação – Preço médio ao Consumidor

| País             | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------------|------|------|------|
| <b>Bolívia</b>   | 4,3  | 8,7  | 14   |
| <b>Brasil</b>    | 4,2  | 3,6  | 5,7  |
| <b>Chile</b>     | 3,4  | 4,4  | 8,7  |
| <b>Uruguai</b>   | 6,4  | 8,1  | 7,9  |
| <b>Venezuela</b> | 13,6 | 18,7 | 30,4 |

Fonte: FMI World Economic Outlook Database, Abril 2010.

A exceção fica a cargo da Venezuela – único país com percepção semelhante à brasileira. O país apresentou no triênio 2006-2008 taxas de inflação notavelmente superiores as dos demais países aqui apresentados. Entretanto, quando comparado ao Brasil, apresenta percepção semelhante e, contrariando a hipótese aqui proposta de que elevada taxa de inflação poderia interferir negativamente na percepção do indivíduo sobre sua capacidade de realização/planejamento, o escore venezuelano é superior ao brasileiro.

Ao ser comparado com o Brasil, o Chile por sua vez possui uma percepção diferente e escore superior sobre a Capacidade de Realização/Planejamento. Mesmo apresentando taxas superiores em 2007 e 2008, uma retrospectiva nos mostra que da década de 2000 nos mostra que de 2000 a 2006 o país apresentou taxas inflacionárias inferiores à brasileira. Sendo assim, é possível acreditar que estes seis anos tenham influenciado mais fortemente a percepção dos chilenos do que os últimos dois anos – que inclui ainda o próprio ano da pesquisa.

A Bolívia, por sua vez, segue no sentido oposto. Apresenta uma percepção diferente, porém seu escore é inferior ao brasileiro. As taxas de inflação, neste caso, convergem com os dados obtidos, pois os bolivianos conviveram com taxas de inflação superior às encontradas no Brasil em 2006, 2007, 2008, como pode ser visto na tabela acima.

Os resultados detectados na Bolívia são semelhantes aos Uruguaios: percepção diferente e escore inferior ao brasileiro, acompanhados de taxas inflacionárias superiores no triênio.

## 4.8 Rede de Relações

Tabela 08: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Rede de

| Brasil em relação à:   | Relações  |           |           |           |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                        | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
| Mann-Whitney U         | 16667,000 | 30333,000 | 11889,000 | 22246,000 |
| Z                      | -2,572    | -,084     | -2,004    | -,123     |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,010      | ,933      | ,045      | ,902      |

Fonte: elaboração própria

Para esta dimensão, os entrevistados foram questionados sobre a importância de conhecer alguém que possa os ajudar em seus objetivos. As redes de relações podem ser formadas em quaisquer ambientes, para inúmeros fins. Lanzer (1978) defende que a forma como o indivíduo se relaciona com o próximo resulta de sua cultura, preceitos e caráter. Culturas “quentes”, como as latinas, se destacam como mais propícias a se relacionar com os demais de forma agradável, prezando por um clima mais aconchegante dentro de uma corporação. Culturas “frias”, como os nórdicos, prezam pela objetividade, deixando em segundo plano a necessidade de agradar o próximo.

Sendo assim, seriam plausíveis as percepções de chilenos e uruguaios divergirem da brasileira, uma vez que ambos são culturas fortemente influenciados pela imigração alemã – essencialmente recatada – ao contrário do Brasil onde, mesmo havendo uma grande colônia alemã no sul do país, foi colonizado em sua maioria por portugueses, um povo latino e mais disposto a interagir em sociedade.

Cabe ressaltar ainda que até o sul do país, onde existe uma grande concentração de descendentes alemães, a cultura diverge da região nordeste, por exemplo, amplamente povoada por portugueses.

No sentido oposto, países mais próximos da linha do Equador como Venezuela e Bolívia que, assim como o Brasil, foram colonizados em sua maioria por latinos (porém, no caso destes dois países foram os espanhóis, e não os portugueses como no Brasil), possuem percepção semelhante à brasileira. Ou seja, estes países percebem de modo semelhante ao brasileiro o quão importante pode ser conhecer alguém com possibilidades de auxiliá-los em seus objetivos.

## 4.9 Conhecimento de Setor / Informação

Tabela 09: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão

| Conhecimento de Setor/Informação |           |           |           |           |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Brasil em relação à:             | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
| Mann-Whitney U                   | 15012,500 | 29170,500 | 10775,500 | 20693,500 |
| Z                                | -4,089    | -,831     | -3,248    | -1,366    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           | ,000      | ,406      | ,001      | ,172      |

Fonte: elaboração própria

Durante a mensuração da percepção de conhecimento de setor/informação, levou-se em consideração questões como a necessidade de um conhecimento abrangente e de saber como obter seus objetivos.

Para buscar compreender esta dimensão, será comparado o acesso à internet dos países envolvidos, uma vez que esta é uma grande fonte bibliográfica para aqueles que procuram se informar sobre os mais diversos assuntos.

Segundo o *Internet World Stats* (IWS), 34% da população brasileira tinha acesso à internet no final de 2008, o que corresponde a 67.510.400 usuários, sendo 6.788.100 conexões de banda larga<sup>8</sup> – 10% do total de usuários. O país domina o mercado online na América Latina em termos de números de usuários. Em termos de penetração da rede em seu território, perde para Uruguai e Chile.

A migração de conexões discadas (56 Kbps) para banda larga cresce no país desde 2002. Em julho de 2005 o governo aprovou uma lei de incentivos fiscais no mercado de computadores a fim de torná-los mais acessível à população.

O país detém ainda o recorde de tempo conectado: em maio de 2008 o brasileiro passou, em média, 23 horas e 48 minutos navegando na internet.

O Chile aparece com 8.369.036 usuários no mesmo período, um número bastante abaixo do brasileiro, entretanto correspondendo a 50,4% de sua população. Destes, 15,7% possuem conexão banda larga. O país possui uma moderna infra-estrutura de telecomunicação, além de um coeso sistema regulatório para o setor e as maiores taxas de penetração de computadores e internet da América Latina.

<sup>8</sup> Conexão à internet acima da velocidade padrão dos modems analógicos (56 Kbps).

Na Venezuela, apenas 28,2% da população tem acesso à internet, sendo 11,36% conexões banda larga. A média de disseminação da internet pelo país é a mais baixa dentre os países da América Latina.

O Uruguai conseguiu oferecer internet a 38,3% de sua população em 2008, totalizando 1.340.000 usuários, dos quais 12,31% tiveram acesso a conexões banda larga.

A situação da Bolívia é a mais delicada, uma vez que apenas 10,2% de sua população teve acesso à internet em 2008, o que corresponde a 1.000.000 de usuários, sendo a conexão via banda larga acessível a 3,4% destes usuários.

Nesta dimensão, o Brasil apresenta-se com percepção semelhante à obtida na Venezuela e na Bolívia, sendo que a diferença entre *Rank Médio* brasileiro e o Venezuelano é insignificante. A utilização da porcentagem de habitantes com acesso à internet parece plausível para justificar as percepções, uma vez que Brasil, Venezuela e Bolívia são os países onde uma menor parte relativa da população tem acesso.

No caso do Chile, os dois países não possuem mesma percepção sobre o tema, sendo a percepção chilena superior à brasileira. A situação condiz com a porcentagem da população com acesso à rede: 50,4% dos chilenos tiveram acesso à internet em 2008, contra 34% dos brasileiros.

O Uruguai é uma exceção: possui percepção diferente da brasileira, porém inferior, mesmo 38,3% de sua população tendo acesso à rede – número superior aos 34% da população brasileira. Obviamente o acesso à internet é apenas um dos instrumentos que pode ser utilizado no processo de conhecimento de setor/informações. Publicações impressas e palestras/seminários podem ainda ter influenciado na percepção desta dimensão por parte dos indivíduos entrevistados.

Esta dimensão poderia ainda tentar ser explicada pelo número de livros per capita lidos, porém trabalhos que apresentem estes dados utilizando a mesma metodologia de coleta para os países aqui estudados não foram encontrados.

#### 4.10 Liderança / Persuasão

Tabela 10: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão

| Liderança/Persuasão    |           |           |           |           |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Brasil em relação à:   | Chile     | Venezuela | Uruguai   | Bolívia   |
| Mann-Whitney U         | 18779,000 | 29285,000 | 12044,000 | 22104,000 |
| Z                      | -,704     | -,752     | -1,827    | -,236     |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,481      | ,452      | ,068      | ,814      |

Fonte: elaboração própria

Nesta última dimensão, todos os países apresentaram uma percepção semelhante à brasileira. A dimensão Liderança / Persuasão questionou sobre a importância de saber convencer os outros a que o ajudem, e a fim de entender porque os quatro países demonstram percepção semelhante, pode-se seguir uma linha de raciocínio que resgate a presença dos envolvidos neste estudo – e da América do Sul em geral – nos órgãos internacionais como os ligados à ONU, que objetivam simplificar as cooperações em direito e segurança internacionais, desenvolvimento social e direitos humanos.

A América do Sul ainda hoje possui um papel pequeno dentro de setores internacionais importantes, que costumam ser liderados pelo Velho Mundo e pelos Estados Unidos, por ser uma potência econômica. Apesar do recente destaque conseguido pelo Brasil durante o governo do Presidente Luis Inácio Lula da Silva, o país não é, por exemplo, um membro permanente do Conselho de Segurança da ONU<sup>9</sup>.

Uma segunda linha de raciocínio na busca por uma variável que consiga explicar o perfil da América do Sul sobre esta dimensão, existe o estudo do *The Boston Consulting Group* (BCG)<sup>10</sup> que aponta o número de empresas multinacionais existentes na América Latina como um todo: dentre 100 empresas, 34 são brasileiras, 21, chilenas e apenas 1 venezuelana – não sendo detectada nenhuma multinacional boliviana ou uruguaia. Estes números demonstram a baixa influência que os países aqui estudados exercem na economia mundial.

Retomando os dados sobre patentes obtidos no tópico 4.3 – Criatividade, percebe-se ainda o considerável número de depósitos realizados nos cinco países relevantes para

<sup>9</sup> O Brasil conseguiu uma vaga como membro temporário durante o biênio 2010 – 2011 no Conselho de Segurança da ONU, porém este período é posterior ao da coleta dos dados aqui analisados, que ocorreu em 2008.

<sup>10</sup> Os resultados obtidos por esta empresa de consultoria em estratégia e gestão empresarial foram publicados no site da Revista Época Negócios em setembro de 2009.

este estudo feito por não-residentes que desejam assegurar a patente de seus inventos naqueles países. Este fato, que pode ser interpretado como uma realidade comum aos cinco países, o que ajudaria a compreender a percepção semelhante da Venezuela, Chile, Bolívia e Uruguai em relação ao Brasil, é mais uma variável que pode demonstrar o perfil latino americano de submissão na economia mundial, e não de liderança e/ou persuasão.

Uma revisão do processo de colonização dos cinco países – já apresentada neste estudo – pode ainda servir como instrumento para compreender o porquê de estes países possuírem uma cultura mais propensa à submissão do que à liderança: Brasil, desde seu descobrimento pelos portugueses foi tratado como uma colônia de exploração – ou seja, serviria num primeiro instante apenas para fornecer suprimentos à coroa portuguesa. Situação semelhante ocorreu no Chile, Venezuela e Bolívia, porém em relação à coroa espanhola. O Uruguai transitou entre colônia de portugueses e espanhóis, sendo ainda território brasileiro, antes de obter sua independência.

Por mais que os países tenham obtido sua independência da Espanha e de Portugal, o primeiro momento da colonização pode ter retardado o desenvolvimento de uma cultura mais autônoma, não instigando, por exemplo, uma postura semelhante à adotada nos Estados Unidos quando ocupado por ingleses e tratado como uma colônia para povoamento, e não apenas para exploração.



## CAPÍTULO 5

### CONCLUSÕES

Na busca pelo conhecimento de determinadas regiões/países, todo esforço é válido para compreender como seus habitantes se comportam e buscar, assim, a ferramenta para o desenvolvimento econômico que melhor se adéqüe àquele cenário.

Mesmo considerando o empreendedorismo como meio para desenvolver economicamente um país, seria imprudente aceitar a existência de um modelo padrão de atividade empreendedora que possa ser adotado em qualquer país ou cidade do mundo. Sendo assim, são cruciais estudos que busquem compreender como o empreendedor se comporta em cada parte do mundo.

Este trabalho buscou, primeiramente, apresentar a percepção dos brasileiros sobre dez dimensões ligadas ao empreendedorismo, a saber: tolerância à incerteza, locus interno de controle, criatividade, auto-aprendizagem, ética, conceito de si/necessidade de realização, capacidade de realização/planejamento, rede de relações, conhecimento de setor/informação e liderança/persuasão.

Esta percepção foi apresentada através de uma comparação com as percepções de bolivianos, uruguaios, venezuelanos e chilenos sobre as mesmas dimensões.

Em seguida, buscou-se encontrar variáveis que pudessem explicar os resultados obtidos, seja através de uma revisão da colonização que ocorreu no país, o cenário econômico nos últimos anos ou o acesso à internet.

Todos os países estudados situam-se na América do Sul e, a exceção do Brasil, que foi colonizado por portugueses, foram colonizados pela Coroa espanhola. A escolha destes cinco países se deu 1) pelo fato de o Brasil ser o país onde o trabalho foi escrito e 2) os demais países terem apresentado a maior amostra de questionários respondidos sobre percepção das dez dimensões acima citadas – questionários estes elaborados pelos Prof. Dr. Paulo da Cruz e Fernando Dolabella.

Os dados foram submetidos ao teste de Mann-Whitney, a um nível de significância de até 5%, através do software de análise estatística SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Na dimensão “Tolerância à Incerteza”, o Brasil apresentou percepção semelhante ao Chile e à Venezuela. A busca pela compreensão de tais percepções foi feita através de uma apresentação do cenário macroeconômico dos países envolvidos.

A dimensão seguinte, “Locus Interno de Controle”, demonstrou que o Brasil possui percepção não semelhante apenas à venezuelana. Buscou-se entender esta diferença comparando as religiões dos países, bem como a história e cultura destes, ou seja, quais fatores poderiam ter influenciado na percepção de um país, que não existiram nos demais.

Quando comparados os resultados obtidos sobre a dimensão “Criatividade”, constatou-se que a percepção brasileira diverge de todas as demais. A fim de perceber os fatores que poderiam ter influenciado tais percepções, foram apresentados os números de patentes depositadas pelos países, utilizando os dados da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

Os dados referentes à dimensão “Auto-aprendizagem” mostraram que o Brasil possui percepção semelhante apenas à uruguaia. Este resultado, bem como o resultado obtido da comparação Brasil x Venezuela, Bolívia e Chile, foi relacionado ao número de cursos formais/informais ofertados nos países e a porcentagem da população que buscou-os de forma voluntária – dados do GEM.

As percepções dos entrevistados brasileiros sobre a dimensão “Ética” mostraram-se semelhantes as percepções chilenas, venezuelanas e uruguaias. Estes resultados foram comparados à percepção em relação à corrupção no país – dados do Instituto *Transparency International* –, a fim de melhor compreender o que poderia ter influenciado a percepção sobre ética em cada país.

Os resultados referentes à dimensão “Conceito de si/necessidade de realização” mostraram que brasileiros possuem percepção semelhante aos uruguaios e aos bolivianos. Para tentar entender tais resultados, assim como o fato de a percepção brasileira não ser semelhante à chilena ou à venezuelana, foi seguida a teoria de Hall e Jones (1996) e considerado o clima de cada país como variável capaz de influenciar a percepção dos indivíduos.

Brasileiros apresentaram ainda percepção semelhante a de venezuelanos em relação à dimensão “Capacidade de realização/planejamento”. Buscando encontrar uma justificativa para as percepções dos países envolvidos no estudo, foram resgatadas as inflações anuais dos últimos três anos, a contar de 2008, ano da coleta dos dados sobre percepção, ou seja: 2008, 2007 e 2006.

Na dimensão “Rede de relações”, o Brasil mostrou percepção semelhante à Bolívia e à Venezuela. Por ser um constructo de difícil mensuração, optou-se por resgatar como os imigrantes que se instalaram nos países estudados tendem a se relacionar em sociedade.

Seguindo os testes, detectou-se que, para a dimensão “Conhecimento de setor/informação”, o Brasil possui percepção semelhante à Bolívia e Venezuela, assim como na dimensão anterior. Considerando o acesso à internet uma variável para mensurar o acesso à informação, compararam-se as percepções dos países com a taxa de sua população que está conectada à rede mundial de informação.

A última dimensão, “Liderança/persuasão”, mostrou que o Brasil possui percepção semelhante a todos os demais países. Supôs-se então que uma justificativa para tais resultados poderia ser encontrada na postura da América do Sul como um todo nos órgãos internacionais, como a ONU, e no número de multinacionais que estes países possuem espalhadas pelo mercado mundial.

Espera-se ter colaborado para a ampliação da literatura existente sobre empreendedorismo na América do Sul, em especial no Brasil, fornecendo informações sobre o perfil dos possíveis empreendedores locais e buscando, quando possível, compreender quais fatores sócio-econômicos e/ou culturais levaram à formação de tais percepções.

As respostas aqui encontradas podem ainda servir como base para a elaboração de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento econômico local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E ANEXOS

### 6.1 Referências Bibliográficas

ACS, Z. **How is entrepreneurship good for economic growth?** Innovations: Technology, Governance, Globalization, v. 1, n. 1, p. 97-107, 2006.

\_\_\_\_\_. BOSMA, N. S.; AUTIO, E.; CODURAS, A.; LEVIE, J. **Global Entrepreneurship Monitor – 2008 Executive Report**. 2009.

ALBUQUERQUE, E. da M. **Sistema nacional de inovação no Brasil: uma análise introdutória a partir de dados disponíveis sobre a ciência e a tecnologia**. Revista de Economia Política, vol. 16, nº 3 (63), julho-setembro/96.

AMORÓS, José Ernesto; GUERRA, Massiel; HARRIS, Bárbara. **Global Entrepreneurship Monitor - Reporte Nacional de Chile 2008**. Santiago - Chile, 2008.

BARBOSA, Áurea; ANDRADE, Liana. **O Empreendedor Brasileiro**. Disponível em [http://www.fa7.edu.br/rea7/iniciacao\\_cientifica/arquivos/%C1urea.doc](http://www.fa7.edu.br/rea7/iniciacao_cientifica/arquivos/%C1urea.doc), acessado em 05/01/2010.

BAUGHN, C. Christopher; NEUPERT, Kent E. **Culture and National Conditions Facilitating Entrepreneurial Start-ups**. Journal of Internacional Entrepreneurship, volume 1, p. 313-330. Kluwer Academic Publishers. Netherlands, 2003.

BENEDETTI, Mauricio Henrique; GUARDANI, Fátima; CARVALHO, Carlos Soares; DAROS, Jéssica de Oliveira; BIZARRI, Renata. **As Necessidades de Auto-realização e a Motivação do Empreendedor: uma Análise de Empreendedores de Micro e Pequenas Empresas da Região de Barueri**. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Brasília-DF, 2005

BICA, Francine. VERDIN, Regina. VICARI, Rosa Maria. **Delineamento de um Agente para detectar a Auto-Eficácia do Aluno no Ensino-Aprendizagem via Web**. Novas Tecnologias na Educação, V. 3 Nº 1. CINTED-UFRGS, 2005.

BRUNEAU, Juanita. MACHADO, Hilka. **Empreendedorismo nos Países da América Latina Baseado nos Indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**. Panorama Socioeconómico, vol. 24, no. 033. Chile, 2006.

BUCAR, Branko. GLAS, Miroslav. HISRICH, Robert D. **Ethics and entrepreneurs: An international comparative study**. Journal of Business Venturing 18, 261-281. Elsevier, 2003.

COLMAN, David. NIXSON, Frederick. **Desenvolvimento econômico: uma perspectiva moderna**. Rio de Janeiro. Campus, 1983.

CROCCO, Marco Aurélio et al. **Metodologia de identificação de aglomerações produtivas locais**. Revista Nova Economia. Belo Horizonte, 2006.

DEGREGORI, Carlo Iván. **Movimientos Étnicos, Democracia y Nación en Perú y Bolívia**. Faultlines of Democratic Governance in the Americas. Miami, 1995.

DAVIDSSON, Per. **Determinants Of Entrepreneurial Intentions**. In Proceedings RENT XI Workshop, Piacenza, Italy. Disponível em [http://eprints.qut.edu.au/archive/00002076/01/RENT\\_IX.pdf](http://eprints.qut.edu.au/archive/00002076/01/RENT_IX.pdf) . 1995a

DAVIDSSON, Per; WIKLUND, Johan. **Cultural Values and Regional Variations in New Firm**. Frontiers of Entrepreneurship Research – 1995b Edition, disponível em <http://www.babson.edu/entrep/fer/ferform.html>

DOLABELA, Fernando C. **O segredo de Luísa**. Cultura Editores Associados. São Paulo – SP: 1999.

DOLABELA, Fernando. FREIRE DOS SANTOS, Paulo da Cruz. BARROS DANTAS, Anderson de. NASCIMENTO, Thiago Cavalcante. **Cultura Familiar e Empreendedorismo na América Latina**. XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, 2008.

\_\_\_\_\_. **A influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora em empresários Ibero-americanos**. Congreso Latinoamericano y del Caribe Sobre Espiritu Empresarial, Brasil, 2008b.

DOSI, G. **Sources, procedures and microeconomic effects of innovation**. Journal of Economic Literature, Nashville, vol. 26, nº 3, 1988.

\_\_\_\_\_. WINTER, S; RUMELT, R; TEECE, D. J. **Understanding Corporate Coherence – theory and evidence**. Journal of economic behavior and organization 23, 1-30, North-Holland, 1994.

\_\_\_\_\_. **Some Notes on National Systems of Innovation and Production, and their Implications for Economic Analysis**. In Archibugi D., J. Howells and J. Michie (eds.), Innovation Policy in a Global Economy, Cambridge, Cambridge University Press, 35-48, 1999.

EDQUIST, C. **Systems of Innovation: perspectives and challenges**. In Fagerberg, J.; Mowery, D.; Nelson, R. The Oxford Handbook of Innovation. Oxford University Press, 2005.

ERTHAL, Rui. **A Colonização Portuguesa no Brasil e a Pequena Propriedade**. GEOgraphia, Vol. 2, No. 4, 2000.

FEIJÓ, Ricardo. **Desenvolvimento econômico: modelos, evidencias, opções políticas e o caso brasileiro**. Ed. Atlas. São Paulo, 2007.

FERNÁNDEZ, Federico; RODRÍGUEZ, Aramí; VIDAL, Rebeca. **Informe ejecutivo, Venezuela 2007 – 2008, Global Entrepreneurship Monitor**. Caracas, 2008.

FERNÁNDEZ, Marco Antonio; Gover Barja, Mario Ávila, Patricia Murillo, Henry Oporto. **Reporte Nacional de Bolivia 2008, Global Entrepreneurship Monitor**. Primera Edición. La Paz, Bolivia, 2009.

FERREIRA, José Amaury. **Formação de Empreendedores: Proposta de Abordagem Metodológica Tridimensional para a Identificação do Perfil do Empreendedor**. Florianópolis, 2003. 110 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)- Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2003.

FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL. **World Economic and Financial Surveys – World Economic Outlook Database**, 2010.

FONSECA, Jairo Simon; MARTINS, Gilberto de Andrade. **Curso de Estatística**. 6<sup>a</sup> edição. Ed. Atlas. São Paulo, 2006.

FREEMAN, C; SOETE, L. **The economics of industrial innovation**. 3rd ed. 1999.

FURTADO, Celso. **Teoria e política do desenvolvimento econômico**. Ed. Nacional. São Paulo, 1920.

\_\_\_\_\_. **A Economia latino-americana: formação histórica e problemas contemporâneos**. Editora Nacional, 3. ed. São Paulo, 1986.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **La actividad emprendedora em El mundo – Los resultados Del GEM 2007**. Revista de Antiguos Alumnos Del IEEM, 2007.

GREGORIO, José De. **Crecimiento Económico En Chile: Evidencia, Fuentes y Perspectivas**. Estudios Públicos, n. 98, 2005.

GRZYBOVSKI, Denize. **Colonização e Empreendedorismo: uma análise histórico-social da Região Colonial no Rio Grande do Sul e sua importância na formação de empresas familiares industriais**. In: II Seminário de História Regional: imigração,

colonização e movimentos sociais, 2007, Passo Fundo. Caderno de Resumos do II Seminário de História Regional: Imigração, colonização e movimentos sociais. Passo Fundo : Editora da UPF, 2007.

GUPTARA, Prabhu. **Ethics and Values: A Global Perspective – Business Ethics: A European Review**. Volume 8, Number 3. Blackwell Publishers Ltd., 1999.

HAGEN, Everett Einar. **Economia do desenvolvimento**. São Paulo. Atlas, 1971.

HALL, Robert E; JONES, Charles I. **The Productivity of Nations**. The National Bureau of Economic Research – NBER Working Paper No. 5812, 1996.

HARMES-LIEDTKE, Ulrich. **Benchmarking Territorial Competitivo**. Mesopartner: Buenos Aires, 2005.

HERRERA, Hernán; BROW, Daniel. **O espírito empreendedor na América Latina**. Universia Knowledge Wharton, 2008. Disponível em <http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&id=1490&language=portuguese>, acessado em 05/01/2010.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Corporate Versus Intrapreneurial Culture**. Entrepreneurship. 6 ed. New York: McGraw-Hill Irwin, 2005.

HOFSTEDE, G. **Cultures and Organizations: Software of mind**. McGraw-Hill. London, 2001.

\_\_\_\_\_ **Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations**. Sage Publications, 2ª ed. Califórnia, 2001b.

JUNG, Andrés; CAMACHO, Micaela. **Factors associated to New Firm Formation in Uruguay**. Departamento de Economía da Universidad Católica do Uruguay. Uruguai, 2008.



KHANDELWAL, Shalini; DHAR, Upinder. **Locus of Control and Hierarchy as Determinants of Organizational Commitment**. Hawaii International Conference on Business, 2003.

KINDLEBERGER, Charles. **Desenvolvimento Econômico**. Tradução de Sonia Schwartz. São Paulo. McGraw-Hill do Brasil, 1976.

KRAUS, Catherine. **Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay**. Revista Electrónica FCE, n. 6. Universidad Católica del Uruguay. Uruguay, 2006

LANZER, Edela. **Clima e cultura organizacionais: como se manifestam e como se manejam**. Porto Alegre: Edgar Blücher, 1978.

LEE, Sang M. PETERSON, Suzanne J. **Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness**. Journal of Business 35 (4), 401 – 416, 2000.

LUCAS, William. COOPER, Sarah. **Measuring Entrepreneurial Self-Efficacy**. Conference "Bridging the Gap: Entrepreneurship in Theory and Practice". Singapore, 2005.

MADRUGA, Cláudia M. da S. **Perfil do Empreendedor de Sucesso**. 2006. Extraído de <http://www.psicopedagogia.com.br/artigos/artigo.asp?entrID=795>

MALACH-PINES, Ayala; LEVY, Haim; UTASI, Agnes; HILL, T. L. **Entrepreneurs as cultural heroes - A cross-cultural, interdisciplinary perspective**. Journal of Managerial Psychology, Vol. 20 No. 6, p. 541-555. Emerald Group Publishing Limited, 2005

MALERBA, F.; BRESCHI, S.; ORSENIGO, L. **Technological Regimes and Schumpeterian Patterns of Innovation**. The Economic Journal, 110 (april). Royal Economic Society, 2000.

\_\_\_\_\_. **Sectoral systems of innovation and production**. Research Policy 31, 247-264, 2002.

MARCONI, M. A. e LAKATOS, E. M. **Técnica de pesquisa**. 2. ed. Atlas. São Paulo, 1990.

MOOD, Alexander McFarlane; GRAYBILL, Franklin A.; BOED, Duane C. **Introduction to the theory of statistics**. McGraw-Hill, Inc. USA, 1963.

MORRIS, Michael H. SCHINDEHUTTE, Minet. WALTON, John. ALLEN, Jeffrey. **The Ethical Context of Entrepreneurship: Proposing and Testing a Developmental Framework**. Journal of Business Ethics 40, 331-361. Kluwer Academic Publishers, 2002.

NELSON, R. **The co-evolution of technology, industrial structure and supporting institutions**. In Dosi, G., Teece, D., Chytry, J. Technology, organization and competitiveness. 1998

NORIEGA, José Ángel Vera; ALBUQUERQUE, Francisco José Batista de; ALVAREZ, Jesús Francisco Laborín; OLIVEIRA, Liana Mirela Souza; CORONADO, Guadalupe. **Locus de Controle em uma População do Nordeste Brasileiro**. Psicologia: Teoria e Pesquisa. Vol.19 n.3, pp.211-220, 2003.

OECD – Organization for Economic Cooperation and Development. **Stimulating Private Enterprise in Transition Economies**. The OECD Observer, 1999.

\_\_\_\_\_. **The OECD Compendium of Patent Statistics**. 2008

PERAZZO, Ivone; ROSSEL, Cecilia; MAZZUCHI, Graciela; PINTOS, Fernando; CARRASCO, Paula. **Políticas Activas de Empleo em Uruguay – Cuatro abordajes complementarios**. Oficina Internacional Del Trabajo, 2009.

- PÉREZ, César. **Técnicas Estadísticas con SPSS**. Pearson Educación, S. A. Madri, 2001.
- PORTER, Michael E. **On competition: estratégias competitivas essenciais**. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- PNUD. **Relatório de Desenvolvimento Humano 2004 – Liberdade Cultural num Mundo Diversificado**. Nova Iorque. Oxford University Press, 2004.
- RIBEIRO, Célia. **Em torno do conceito Locus de Controle**. Máthesis 9, 297 – 314, 2000.
- RIVAS, Charo Méndez. **Responsabilidad social de empresarios y empresas en Venezuela durante el siglo XX**. Strategos Consultores, 1ª ed. Caracas, 2003.
- ROESE, André; BINOTTO, Erlaine e BÜLLAU, Hélio. **Empreendedorismo e a cultura empreendedora: um estudo de caso no Rio Grande do Sul**. Anais do XXIII ENANPAD. Salvador, BA: ANPAD, 2004.
- ROTTER, B. **Generalized expectancies for internal vs. external control of reinforcement**. Psychological Monographs, 80(1), n. 609, 1-28. 1966
- RUSSEL, Robert D. **The Impact Of National Culture on the Emergence of Entrepreneurship**. (1997). Disponível em <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1997/P126Russell.PDF>
- SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2007. 324 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.
- SANZ, Óscar García. **Hacia la Competencia general de Promoción del Espíritu emprendedor y su inserción en el Sistema Nacional y Autonómico de Cualificaciones**

**Profesionales.** Proyecto Final del Curso Diseño de Cualificaciones y Competencias profesionales, 2005.

SCHUGURENSKY, Daniel. NAIDORFF, Judith. **Parceria universidade-empresa e mudanças na cultura acadêmica: Análise comparativa dos casos da Argentina e Canadá.** Educação & Sociedade. Vol. 25 no. 88. Campinas, 2004.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico.** Ed. Abril Cultural. São Paulo, 1982.

\_\_\_\_\_. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SILVA, Marco Antonio Oliveira Monteiro da. CORREIA, Manuela Faia. GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro. **Cultura e orientação empreendedora: Uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal.** RAC, Curitiba, v. 13, n. 1, art. 4, p. 57-71, 2009.

SIMÕES, Kátia. **O DNA dos Vencedores.** Pequenas Empresas – Grandes Negócios. Edição 195. Editora Globo S. A.: 2005.

SOLYMOSSY, Emeric. MASTERS, John K. **Ethics Through an Entrepreneurial Lens: Theory and Observation.** Journal of Business Ethics 38: 227–241. Kluwer Academic Publishers, 2002.

SOUZA, Eda Castro Lucas de. DEPIERI, Cristina Castro Lucas de Souza. **Cultura e Atitude Empreendedora: Um Estudo em Empresas no Distrito Federal.** Teorias Organizacionais, v. 6, n. 3, 90-100, FACES R. Adm, 2007.

SPENCER, Jennifer; GÓMEZ, Carolinda. **Can Government Policies Promote Entrepreneurship? Evidence from Costa Rica, Uruguay and Chile.** The Center for Latin American Issues – The George Washington University – Working Paper Series. Washington, DC, 2001

STEIN, Stanley J. **A Herança Colonial da América Latina: ensaios de dependência econômica**. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1976.

THOMAS, A. S., MUELLER, S. L. **Are entrepreneurs the same across cultures?** USASBE 13th Annual Meeting. Clearwater, Florida. 1998.

VALE, G. M. V. **Empreendedores coletivos em redes organizacionais – novos agentes gerando um padrão diferenciado de competitividade**. Anais do XXVIII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Curitiba, 2004.

VARELA, Rodrigo. **La Epoca Del Espiritu Empresarial**. 1998. Disponível em <http://www1.lanic.utexas.edu/pyme/esp/infopyme/archive/enero99/articulos0199/2.html>, acessado em 20/01/10

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. Tradução de Pietro Nassetti, Editora Martin Claret. São Paulo, 2004.

WIPO. **WIPO Patent Report – Statistics on Worldwide Patent Activity**. 2006

WIPO. **WIPO Patent Report – Statistics on Worldwide Patent Activity**. 2007

WIPO. **WIPO Patent Report – Statistics on Worldwide Patent Activity**. 2008

WOLF, Sérgio Machado *et al.* **Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação entre a Teoria e a Prática**. Revista de Ciências da Administração – v.8, n.15, jan/jun 2006.

*Sites visitados:*

<http://www.finep.gov.br/programas/prime.asp>, acessado em 10 de julho de 2009.

<http://www.inova.ufmg.br>, acessado em 11 de julho de 2009;

<http://www.mdic.gov.br/portalmDIC/sitio/interna/noticia.php?area=2&noticia=3760>,  
acessado em 12/04/2010;

[www.portaldoestudante.wordpress.com](http://www.portaldoestudante.wordpress.com), acessado em 29/01/10;

<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/colonizacao-da-america/colonizacao-da-america-1.php>, acessado em 29/01/10;

[http://portalexame.abril.com.br/degustacao/secure/degustacao.do?COD\\_SITE=35&COD\\_RECURSO=211&URL\\_RETORNO=http://portalexame.abril.com.br/internacional/m0152549.html](http://portalexame.abril.com.br/degustacao/secure/degustacao.do?COD_SITE=35&COD_RECURSO=211&URL_RETORNO=http://portalexame.abril.com.br/internacional/m0152549.html), acessado em 17/04/10;

<http://www.exitoexportador.com/sur.htm>, acessado em 17/04/10;

<http://www.internetworldstats.com/stats10.htm#spanish>, acessado em 17/04/10;

[http://en-us.nielsen.com/tab/product\\_families/nielsen\\_netratings](http://en-us.nielsen.com/tab/product_families/nielsen_netratings), acessado em 17/04/10;

<http://www.itu.int/en/pages/default.aspx>, acessado em 17/04/10;

<http://www.census.gov/>, acessado em 17/04/10.

<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI92555-16357,00AMERICA+LATINA+JA+POSSUI+MULTINACIONAIS+DE+PESO.html>,  
acessado de 17/05/10.

## 6.2 Anexos

### 6.2.1 Anexo 01 – Questionário

# Pesquisa sobre a influência da cultura familiar no desenvolvimento do potencial empreendedor.

Pesquisa coordenada por:

Fernando Dolabela, consultor da Fundação Dom Cabral.

Pesquisadores associados:

Anderson Dantas, professor da Universidade Federal de Alagoas.

Paulo da Cruz Freire dos Santos, professor da Universidade Federal de Alagoas.

## Para ser preenchido pelo pesquisado

Dados demográficos:

1. Sexo: a)  masculino.; b)  feminino.
2. Data de nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
3. Escolaridade: a)  Ensino médio incompleto; b)  Ensino médio completo; c)  superior incompleto; d)  superior completo; e  pós-graduado
4. É filho (a) de pessoas que possuíam negócio: a)  sim;  não
5. Localidade onde reside:

Rua \_\_\_\_\_ no. \_\_\_\_\_

Cidade - \_\_\_\_\_; Estado - \_\_\_\_\_.CEP \_\_\_\_\_/\_\_\_\_

6 –

Para empregados:

Empresa em que trabalha:

a) Nome da empresa  
atual \_\_\_\_\_

b) Produto/serviço \_\_\_\_\_

c) Cidade \_\_\_\_\_

d) Há quanto tempo trabalha, considerando todos os empregos anteriores?

Para empreendedores:

Empresa:

a) Nome \_\_\_\_\_

b) Produto/serviço \_\_\_\_\_

c) Quantidade de empregados \_\_\_\_\_

d) Faturamento anual R\$ \_\_\_\_\_

## Questionário

Caro (a) Senhor(a),

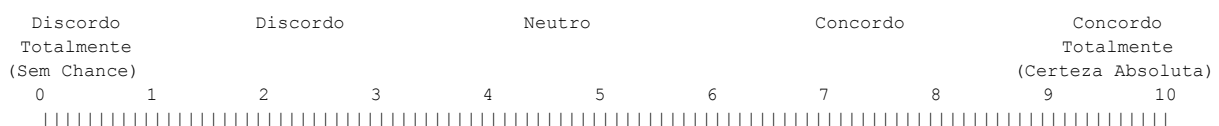
Esta pesquisa tem por objetivo avaliar a influência da educação familiar (relações com os pais) na atividade profissional dos filhos.

Esta pesquisa é de cunho absolutamente confidencial, suas respostas não serão tornadas públicas de forma individualizada; elas estão somadas às de dezenas de outros pesquisados.

**Para responder às questões a seguir, pedimos-lhe que leve em conta o seguinte:**

- As respostas que você dará às questões apresentadas a seguir devem **refletir a percepção que você tem sobre a cultura de sua família** (a maneira como agiam, pensavam sobre o dia a dia e suas perspectivas para o futuro). Para tanto, ao responder às perguntas, é necessário que lembre o ambiente familiar em que foi criado e apóie-se na “mensagem” que os seus pais e familiares lhe transmitiam através de conversas, gestos, exemplos, modelos, concepção do mundo.
- Assim, ao responder as perguntas abaixo, lembre-se **das atitudes e palavras dos seus pais a respeito de cada questão.**

Abaixo de cada questão há uma régua que vai de 0 a 10, com vários graus de concordância, sendo que 0 significa discordância total das frases e 10 concordância total. Entre 0 e 10 o Sr(a) pode escolher qualquer valor na escala, riscando um X (xis) sobre a linha milimetrada.



1. [ ] É importante saber lidar com a ambigüidade, incerteza.

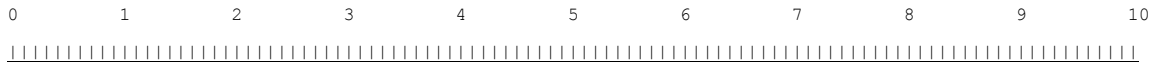


2. [ ] Mudanças devem ser procuradas.

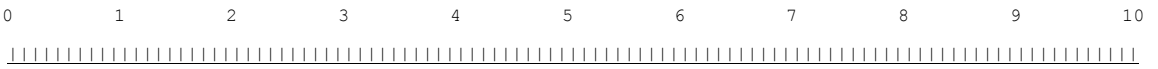


3. [ ] Risco é um elemento natural da vida e está em todas as situações.





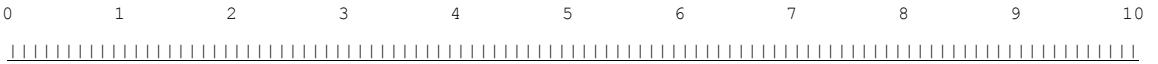
4. [ ] As pessoas devem acreditar que podem mudar alguma coisa.



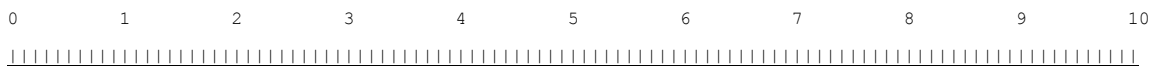
5. [ ] Pessoas criativas tendem a ser mais bem sucedidas.



6. [ ] A intuição é importante em todos os momentos.



7. [ ] O erro é uma fonte de aprendizado.



8. [ ] Cada um deve descobrir a sua melhor forma para aprender.



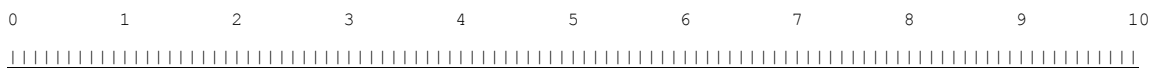
9. [ ] O futuro está à nossa disposição e nós podemos criá-lo e conquistá-lo.



10. [ ] A pessoa deve ser dona do próprio nariz.



11. [ ] O emprego não é a única forma de uma pessoa se inserir no trabalho.



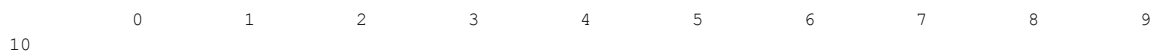
12. [ ] As pessoas devem pautar-se pela ética, em qualquer circunstância.



13. [ ] Cada um deve procurar realizar o próprio sonho.



14. [ ] O mais importante é a gente fazer o que gosta.



15. [ ] Sonhar só não basta; as pessoas devem saber fazer, transformar o sonho em realidade.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
10

16. [ ] As pessoas devem procurar se conhecer profundamente porque isso é importante em todos os aspectos da vida.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

17. [ ] As pessoas devem acreditar em si mesmas.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

18. [ ] Para se ter sucesso é essencial conhecer as pessoas que podem nos ajudar.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

19. [ ] Quando se deseja algo é essencial saber o que é necessário para realizá-lo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

20. [ ] Para se ter sucesso é essencial saber o que acontece além da porta da rua, no mundo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

21. [ ] É importante saber convencer os outros a lhe ajudar .

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

22. [ ] É importante saber fixar metas.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

23. [ ] Quando se deseja algo é essencial saber como se consegue.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## 6.2.2 Anexo 02 – Ranks

|  | País   | N   | Mean Rank | Sum of Ranks |
|--|--------|-----|-----------|--------------|
| Tolerância à Incerteza                           | Chile  | 153 | 218,41    | 33417,00     |
|  | Brasil | 256 | 196,98    | 50428,00     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Lócus Interno de Controle                        | Chile  | 153 | 198,82    | 30420,00     |
|  | Brasil | 256 | 208,69    | 53425,00     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Criatividade                                     | Chile  | 153 | 225,00    | 34425,00     |
|  | Brasil | 256 | 193,05    | 49420,00     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Auto-Aprendizagem                                | Chile  | 153 | 234,44    | 35869,50     |
|  | Brasil | 256 | 187,40    | 47975,50     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Ética  | Chile  | 153 | 212,23    | 32471,50     |
|  | Brasil | 256 | 200,68    | 51373,50     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Conceito de Si /<br>Necessidade de<br>Realização | Chile  | 153 | 250,45    | 38318,50     |
|  | Brasil | 256 | 177,84    | 45526,50     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Capacidade de<br>Realização/<br>Planejamento     | Chile  | 153 | 233,30    | 35695,50     |
|  | Brasil | 256 | 188,08    | 48149,50     |
|  | Total  | 409 |           |              |
| Rede de Relações                                 | Chile  | 153 | 224,07    | 34282,00     |
|  | Brasil | 256 | 193,61    | 49563,00     |
|  | Total  | 409 |           |              |

|                                       |        |     |        |          |
|---------------------------------------|--------|-----|--------|----------|
| Conhecimento do Setor<br>/ Informação | Chile  | 153 | 234,88 | 35936,50 |
|                                       | Brasil | 256 | 187,14 | 47908,50 |
|                                       | Total  | 409 |        |          |
| Liderança / Persuasão                 | Chile  | 153 | 210,26 | 32170,00 |
|                                       | Brasil | 256 | 201,86 | 51675,00 |
|                                       | Total  | 409 |        |          |

### Ranks

|  | País      | N   | Mean Rank | Sum of Ranks |
|--|-----------|-----|-----------|--------------|
| Tolerância à Incerteza                           | Brasil    | 256 | 241,76    | 61891,00     |
|  | Venezuela | 238 | 253,67    | 60374,00     |
|  | Total     | 494 |           |              |
| Locus Interno de Controle                        | Brasil    | 256 | 224,70    | 57524,00     |
|  | Venezuela | 238 | 272,02    | 64741,00     |
|  | Total     | 494 |           |              |
| Criatividade                                     | Brasil    | 256 | 221,20    | 56626,00     |
|  | Venezuela | 238 | 275,79    | 65639,00     |
|  | Total     | 494 |           |              |
| Auto-Aprendizagem                                | Brasil    | 256 | 215,54    | 55177,00     |
|  | Venezuela | 238 | 281,88    | 67088,00     |
|  | Total     | 494 |           |              |
| Ética  | Brasil    | 256 | 238,46    | 61044,50     |
|  | Venezuela | 238 | 257,23    | 61220,50     |
|  | Total     | 494 |           |              |
| Conceito de Si /<br>Necessidade de<br>Realização | Brasil    | 256 | 215,90    | 55271,00     |
|  | Venezuela | 238 | 281,49    | 66994,00     |
|  | Total     | 494 |           |              |

|   |             |     |        |          |
|---|-------------|-----|--------|----------|
| Capacidade de Realização / Planejamento | de Brasil   | 256 | 235,78 | 60359,00 |
|   | / Venezuela | 238 | 260,11 | 61906,00 |
|   | Total       | 494 |        |          |
| Rede de Relações                        | Brasil      | 256 | 246,99 | 63229,00 |
|   | Venezuela   | 238 | 248,05 | 59036,00 |
|   | Total       | 494 |        |          |
| Conhecimento do Setor / Informação      | Brasil      | 256 | 252,55 | 64653,50 |
|   | Venezuela   | 238 | 242,07 | 57611,50 |
|   | Total       | 494 |        |          |
| Liderança / Persuasão                   | Brasil      | 256 | 242,89 | 62181,00 |
|   | Venezuela   | 238 | 252,45 | 60084,00 |
|   | Total       | 494 |        |          |

### Ranks

|                           | País      | N   | Mean Rank | Sum of Ranks |
|---------------------------|-----------|-----|-----------|--------------|
| Tolerância à Incerteza    | Brasil    | 256 | 189,90    | 48614,00     |
|                           | Uruguai   | 107 | 163,10    | 17452,00     |
|                           | Total     | 363 |           |              |
| Locus Interno de Controle | de Brasil | 256 | 188,25    | 48191,50     |
|                           | Uruguai   | 107 | 167,05    | 17874,50     |
|                           | Total     | 363 |           |              |
| Criatividade              | Brasil    | 256 | 190,84    | 48856,00     |
|                           | Uruguai   | 107 | 160,84    | 17210,00     |
|                           | Total     | 363 |           |              |
| Auto-Aprendizagem         | Brasil    | 256 | 176,97    | 45304,00     |
|                           | Uruguai   | 107 | 194,04    | 20762,00     |
|                           | Total     | 363 |           |              |

|  |         |     |        |          |
|--|---------|-----|--------|----------|
| Ética  | Brasil  | 256 | 186,17 | 47658,50 |
|  | Uruguai | 107 | 172,03 | 18407,50 |
|  | Total   | 363 |        |          |
| Conceito de Si /<br>Necessidade de<br>Realização | Brasil  | 256 | 185,57 | 47505,50 |
|  | Uruguai | 107 | 173,46 | 18560,50 |
|  | Total   | 363 |        |          |
| Capacidade de<br>Realização /<br>Planejamento    | Brasil  | 256 | 190,68 | 48814,50 |
|  | Uruguai | 107 | 161,23 | 17251,50 |
|  | Total   | 363 |        |          |
| Rede de Relações                                 | Brasil  | 256 | 189,06 | 48399,00 |
|  | Uruguai | 107 | 165,11 | 17667,00 |
|  | Total   | 363 |        |          |
| Conhecimento do Setor<br>/ Informação            | Brasil  | 256 | 193,41 | 49512,50 |
|  | Uruguai | 107 | 154,71 | 16553,50 |
|  | Total   | 363 |        |          |
| Liderança / Persuasão                            | Brasil  | 256 | 188,45 | 48244,00 |
|  | Uruguai | 107 | 166,56 | 17822,00 |
|  | Total   | 363 |        |          |

### Ranks

|                              | País    | N   | Mean Rank | Sum of Ranks |
|------------------------------|---------|-----|-----------|--------------|
| Tolerância à Incerteza       | Brasil  | 256 | 239,11    | 61212,50     |
|                              | Bolivia | 175 | 182,19    | 31883,50     |
|                              | Total   | 431 |           |              |
| Lócus Interno de<br>Controle | Brasil  | 256 | 214,56    | 54926,50     |
|                              | Bolivia | 175 | 218,11    | 38169,50     |
|                              | Total   | 431 |           |              |

|  |         |     |        |          |
|--|---------|-----|--------|----------|
| Criatividade                                     | Brasil  | 256 | 200,14 | 51236,50 |
|  | Bolivia | 175 | 239,20 | 41859,50 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Auto-Aprendizagem                                | Brasil  | 256 | 200,50 | 51328,00 |
|  | Bolivia | 175 | 238,67 | 41768,00 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Ética  | Brasil  | 256 | 232,56 | 59535,50 |
|  | Bolivia | 175 | 191,77 | 33560,50 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Conceito de Si /<br>Necessidade de<br>Realização | Brasil  | 256 | 211,28 | 54087,00 |
|  | Bolivia | 175 | 222,91 | 39009,00 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Capacidade de<br>Realização /<br>Planejamento    | Brasil  | 256 | 226,59 | 58006,50 |
|  | Bolivia | 175 | 200,51 | 35089,50 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Rede de Relações                                 | Brasil  | 256 | 216,60 | 55450,00 |
|  | Bolivia | 175 | 215,12 | 37646,00 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Conhecimento do Setor<br>/ Informação            | Brasil  | 256 | 222,67 | 57002,50 |
|  | Bolivia | 175 | 206,25 | 36093,50 |
|  | Total   | 431 |        |          |
| Liderança / Persuasão                            | Brasil  | 256 | 217,16 | 55592,00 |
|  | Bolivia | 175 | 214,31 | 37504,00 |
|  | Total   | 431 |        |          |

### 6.2.3 Anexo 03 – Opiniões de alguns dos pesquisadores envolvidos.

Foram enviados emails aos pesquisadores envolvidas na aplicação dos questionários cujos resultados foram apresentados neste trabalho, com as seguintes questões:

- 1) Quais foram os critérios utilizados para selecionar os que responderam o questionário?
- 2) Quem são eles? Empresários, estudantes, funcionários?
- 3) Como o questionário foi aplicado? entrevista? e-mail?
- 4) Quais foram as dificuldades encontradas para aplicar o questionário?

Seguem algumas respostas:

Cleusa Rocha Asanome, [cleusara@gmail.com](mailto:cleusara@gmail.com), Brasil – 31/03/2010

- 1) Empreendedores incubados na INTUEL
- 2) Empresários de empresas incubadas e nascentes, podem ser tanto estudantes como formados;
- 3) Email.
- 4) Taxa de retorno baixa devido ao uso de email.

Julio Cesar Koehler, [juliocesarkoehler@gmail.com](mailto:juliocesarkoehler@gmail.com), Bolívia – 31/03/2010

- 1) Las entrevistas se realizaron aleatoriamente a los empresarios y empleados que quisieran responder.
- 2) Los hombres de negocios eran personas con empresa propia; los empleados, funcionarios a sueldo en diferentes posiciones dentro de la empresa, principalmente administrativas.
- 3) Entrevistas (todas).
- 4) Que algunos conceptos se debían explicar. Lamentablemente no recuerdo cuáles.

Ana Maria Rusque, [amrusque@unete.com.ve](mailto:amrusque@unete.com.ve), Venezuela – 03/04/2010

- 1) Los estudiantes del Doctorado trabajaron en las instituciones donde ellos trabajan. y con otras empresas que contactaron.
- 2) Solo Empresarios y empleados..



- 3) E-Mail.
- 4) Mucha gente no contestó y otra tardo bastante.

Ana Fonnegra, [afonnegra@interlink.net.ve](mailto:afonnegra@interlink.net.ve), Venezuela – 31/03/2010

- 1) Emprendedores con negocios propios, pequeños comerciantes.
- 2) Trabajan por su cuenta.
- 3) Email.
- 4) Que enviaram las respuestas.

Manuel Rodriguez, [rodriguez\\_manu@yahoo.es](mailto:rodriguez_manu@yahoo.es), Venezuela – 31/03/2010

- 1) Que fueran emprendedores o que lo hubieran sido en algún momento de su vida, también privo la condición de que en su familia hubiera alguna experiencia de emprendedor.
- 2) Todos los nombrados, hay empleados, estudiantes y hombres de negocios independientes (emprendedores)
- 3) En mi caso todas (las veinte) fueron realizadas en persona utilizando la técnica de la entrevista.
- 4) La falta de tiempo de los entrevistados y la poca colaboración

Regis Silas Cardoso, [rsc@cefetgo.br](mailto:rsc@cefetgo.br), Brasil, 31/03/2010

- 1) O critério adotado foi: primeiro houve uma sondagem em sala de aula para identificar os alunos empresários e os que pensavam abrir um negócio. Após isso, selecionamos, de forma a representar todo o universo de alunos, uma pequena amostra de cada segmento nas diversas turmas.
- 2) Bom, como dito anteriormente, são estudantes. Para as duas categorias da pesquisa: empresários; pretensos empreendedores.
- 3) O questionário foi entregue e, após preenchido, recolhido.
- 4) Não houve dificuldades, o que acho que não foi adequado, no meu caso, foi o tempo para atendimento a pesquisa. Ela chegou com uma certa urgência.