

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Instituto de Sociologia e Política
Programa de Pós-Graduação em Sociologia



Dissertação

Condenados a vencer:
a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo

Larissa Ferreira Tavares

Pelotas, 2014

Larissa Ferreira Tavares

Condenados a vencer:

a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pelotas como requisito à obtenção de título de Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Attila Magno e Silva Barbosa

Pelotas, 2014

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

T231c Tavares, Larissa Ferreira

Condenados a vencer : a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo / Larissa Ferreira Tavares ; Attila Magno e Silva Barbosa, orientador. — Pelotas, 2014.

156 f.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, 2014.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedor de si. 3. SEBRAE. I. Barbosa, Attila Magno e Silva, orient. II. Título.

CDD : 338.04

Larissa Ferreira Tavares

Condenados a vencer: a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo

Dissertação aprovada, como requisito, para obtenção do grau de Mestre em Sociologia, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 13 de maio de 2014

Banca examinadora:

Prof. Dr. Attila Magno e Silva Barbosa (Orientador)
Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos

Profa. Dra. Elaine da Silveira Leite
Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos

Prof. Dr. Ricardo Mayer
Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Francielle Molon da Silva
Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Aos meus anjos no Céu, Mãe e Lemoa.
E aos meus anjos na Terra, Dinda e Marcio.
Com amor, carinho e muita, mas muita alegria.

Agradecimentos

Agradeço a Deus por me tornar uma pessoa mais forte todos os dias.

As minhas três mães, Mãe, Lemoa e Dinda, de perto ou longe, por me trazerem paz, me encorajar a viver e serem a razão de tudo o que faço. Meu carinho, admiração e amor serão eternos.

Ao meu querido “All Star”, meu amor, por me transformar em uma pessoa melhor a cada dia. Pelo apoio, atenção e o amor verdadeiro de que eu preciso. Pela pureza das ações, pelas sábias palavras, pelas boas risadas, pelas aventuras engraçadas, pela responsabilidade necessária e pelo cuidado sincero e acolhedor. Obrigada por existir e garantir que meu coração esteja sempre em paz e feliz. Meu amigo, meu exemplo, meu herói.

Ao meu orientador, Attila Magno e Silva Barbosa, por me entender, por brigar por mim e pelo meu tema e por mostrar, que sempre esteve ali, mesmo quando eu duvidei e achei que não conseguiria. Uma boa dupla, nadando de braçada, papai!

A minha querida professora e amiga Elaine Leite, por fazer dessa caminhada árdua, algo mais calmo, alegre, muito mais divertido, sorridente e feliz. Ao meu querido Professor Pedro Robertt pelo respeito e carinho ao longo desses dois anos.

Aos meus amigos, aqueles de fé, de longe ou de perto, que entenderam ou não essa minha necessidade de estar mais ausente. Minha gratidão por estarem novamente ao meu lado em mais uma conquista.

Aos meus colegas do mestrado turma 2012, em especial à Thilara, Ana Paula e Rodrigo, pela parceria, pela amizade que segue, pela cumplicidade e pelo apoio todo esse tempo. Aos colegas da turma 2011 e da turma 2013 meu eterno carinho e boas lembranças.

À professora Francielle Molon, pela importante contribuição em um momento importante de minha vida e pelo pronto aceite em ajudar nessa etapa. Ao professor Ricardo Mayer pelas contribuições ao longo do trabalho, pela atenção e cordialidade.

Aos meus colegas do IFSul campus Camaquã que me acolheram e me ajudam todos os dias.

Agradeço à CAPES pelo apoio financeiro.

Resumo

TAVARES, Larissa Ferreira. **Condenados a vencer:** a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo. 2014. 156f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2012.

Derivadas da reestruturação produtiva e das reformas sociais e econômicas de inspiração neoliberal, o desmantelamento do Estado de Bem-Estar Social promoveu transformações nas relações entre Estado, sociedade e organizações fazendo com que, atualmente, o Estado e as empresas não garantam integração sólida para os trabalhadores. Considerando as condições de insegurança e instabilidade desse cenário, percebe-se hoje, a existência de um discurso que convoca o indivíduo a responsabilizar-se pela sua condição de empregabilidade, isto é, um discurso que dissemina a ideia do empreendedor de si mesmo como um indivíduo capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social no contexto do capitalismo flexível. Desse modo, nota-se um estímulo do Estado para a emergência de organizações responsáveis por garantir instrução necessária para o indivíduo vencer por si mesmo. É nesse cenário que o SEBRAE (Serviço de apoio às Micro e Pequenas Empresas) e suas ações merecem destaque. Objetivando analisar o papel do SEBRAE na disseminação e reprodução do empreendedorismo no Brasil, esse estudo, predominantemente qualitativo e descritivo-interpretativo, utilizou a técnica de estudo de caso tendo o SEBRAE como unidade de análise. A coleta de dados se deu de forma secundária através do site do SEBRAE, e primária, a partir da observação direta dos cursos de ensino à distância do SEBRAE no perfil “Quero empreender” (cartilhas e depoimentos do fórum de apresentação dos cursos). Após a análise, algumas questões recorrentes nesse material foram expostas a partir de duas categorias: “Empreendedorismo como movimento social mundial” e “SEBRAE vendedor de sonhos”. Refletindo sobre tais afirmações é possível perceber que a mídia, a literatura de negócios, juntamente com o SEBRAE, apontam que estimular, apoiar e educar para o empreendedorismo deve estar no topo das prioridades de um governo. Políticas públicas vêm sendo criadas cada vez com mais frequência e estão direcionadas a alavancar a ideia do empreendedorismo e legitimar esse cenário na tentativa de desenvolvimento. É possível pensar ainda que atualmente o Estado dissemina seu discurso pela voz do SEBRAE e apesar dos discursos, o empreendedorismo não é uma aventura possível para todos. Nessa tentativa surge um indivíduo ‘novo’ no mercado, que é inseguro e que para sobreviver é convocado a “virar-se” por conta própria, não olhar para trás e buscar sempre mais.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor de si. SEBRAE.

Abstract

TAVARES, Larissa Ferreira. **Condemned to win**: the role of SEBRAE on discursive production of the individual entrepreneur himself. 2014. 156f. Dissertation (Master Degree em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2012.

Derived from the productive restructuring and social and economic reforms neoliberal inspiration, the dismantling of the State Social Welfare promoted changes in the relations between state, society and organizations making currently the State and companies do not ensure sound integration for workers. Considering the conditions of insecurity and instability of this scenario, it is perceived today, the existence of a discourse that calls the individual to take responsibility for their condition of employment, that is, a discourse that spreads the idea of the entrepreneur himself as a individual able to overcome the uncertainties and insecurities of social life in the context of flexible capitalism. Thus, there is a stimulus for the emergence of the State of organizations responsible for ensuring necessary instruction for the individual win by himself. It is in this scenario that SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) and its shares are worth mentioning. Aiming to analyze the role of SEBRAE dissemination and reproduction of entrepreneurship in Brazil, this study predominantly qualitative and descriptive and interpretative, using the technique of case study based SEBRAE as unit of analysis. Data collection occurred secondarily through SEBRAE site, and primary, the direct observation of distance learning courses SEBRAE profile "I undertake" (booklets and statements of forum for presentation of courses). After the analysis, some recurring issues in this material were exposed from two categories: "Entrepreneurship as a global social movement" and "SEBRAE dream seller." Reflecting on such statements is possible to see that the media, the business literature, along with SEBRAE, indicate that encourage, support and educate for entrepreneurship should be top priorities of a government. Public policies are being created each time more often and are aimed at leveraging the idea of entrepreneurship and in an attempt to legitimize this scenario development. It is still possible to think that currently the state spreads through his speech by SEBRAE voice and despite the speeches, entrepreneurship is not a possible adventure for everyone. In this attempt a new individual market, which is unsafe and that to survive is called to turn around on their own, do not look back and seek ever more arises.

Key-words: Entrepreneurship. Self-entrepreneur. SEBRAE.

Sumário

RESUMO	6
ABSTRACT	7
1 INTRODUÇÃO	10
2 A NOVA ORDEM SOCIOECONÔMICA, O NOVO INDIVÍDUO DO TRABALHO E O DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO	20
2.1 A NOVA ORDEM SOCIOECONÔMICA E A EMERGÊNCIA DO INDIVÍDUO EMPREENDEDOR DE SI MESMO	20
2.2 AS INTERPRETAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO	29
2.3 EMPREENDEDORISMO EM WEBER E SCHUMPETER: UM DIÁLOGO PERTINENTE	32
2.4 EMPREENDEDORISMO NA LITERATURA DE NEGÓCIOS	38
2.5 O EMPREENDEDORISMO E O NOVO ESPÍRITO DO CAPITALISMO	43
3 O PAPEL DO ESTADO BRASILEIRO E A ATUAÇÃO DO SEBRAE NA REPRODUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO	50
3.1 DO BEM ESTAR INCONDICIONAL PARA O BEM ESTAR EM TROCA DE TRABALHO	50
3.2 SURGIMENTO DO SEBRAE	55
3.2.1 Serviços oferecidos pelo SEBRAE	61
3.3 OS PEQUENOS NEGÓCIOS E A INFORMALIDADE NO BRASIL: CRIAÇÃO DA LEI GERAL	67
3.3.1 Histórico da Lei Geral	73
3.3.2 Benefícios da Lei Geral	79
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	83
4.1 OS PRODUTOS DO SEBRAE: OS CURSOS À DISTÂNCIA	84
4.2 DA CONSOLIDAÇÃO À REALIZAÇÃO DE UM “SONHO”: O PAPEL DO SEBRAE NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO	93
4.3 ANÁLISE DO MATERIAL	99
4.3.1 Empreendedorismo como movimento social mundial	99
4.3.1.1 Atribuições do Empreendedor	99
4.3.1.2 Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento	103
4.3.2 Categoria: SEBRAE Vendedor de sonhos	110
4.3.2.1 Ressocializando os excluídos do mercado	110
4.3.2.2 Eu empresário!	115

5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	126
	REFERÊNCIAS	131
	ANEXOS	139

1 Introdução

O trabalho, desde as reflexões que deram origem à Sociologia no século XIX, tem sido um tema central nas discussões sobre a formação das sociedades modernas que emergiram com o advento da industrialização. Mesmo atualmente, após alguns autores questionarem sua centralidade como categoria sociológica¹, ele ainda se apresenta como objeto de análise daqueles que o pensam como uma aposta da sociedade moderna no desenvolvimento econômico e social do Estado-Nação por meio do desenvolvimento industrial (NARDI, 2002).

Em decorrência das transformações sociais, políticas e econômicas ocorridas nos últimos dois séculos, o trabalho, na forma como se apresentou até boa parte da segunda metade do século XX, isto é, como elemento de coesão social, viu-se colocado em xeque, pois conforme sugere Nardi (2002), no capitalismo contemporâneo, o emprego torna-se menos provável uma vez que os postos de trabalho não são suficientes a todos os indivíduos.

Na esteira de Nardi (2002), Bendassolli (2000) discute sobre a questão emprego e afirma que com o advento do novo capitalismo, isto é, com o avanço de novas formas de tecnologias, o surgimento da flexibilização nas relações de trabalho e em função de variáveis econômicas promovidas pela globalização, viu-se a constituição de um cenário social em que o mercado de trabalho não é capaz de oferecer emprego a todos os indivíduos, emprego esse, segundo ele, no sentido

¹ Conforme afirma Cardoso (2011), esse movimento teórico questiona a centralidade do trabalho como categoria fundamental sociológica, propondo assim a descentralização no conjunto do pensamento social. Os primeiros escritos se dão na década de 1960 com a publicação de Habermas, intitulada Técnica e ciência como ideologia (cf. Habermas, 1968, 1978). O debate segue na década de 1970 a partir de outros textos produzidos por Habermas como a obra Para a reconstrução do materialismo histórico (cf. Habermas, 1976, 1983), bem como a obra de André Gorz, Adeus ao proletariado (cf. Gorz, 1980, 1982). Na década de 1980 a discussão continua a partir de publicações mais polêmicas, como a obra A teoria da ação comunicativa (cf. Habermas, 1981, 1984, 1987b). Em seguida, Claus Offe, em seu livro Trabalho & Sociedade (cf. Offe, 1984, 1989), amplia esse movimento teórico crítico juntamente com outros autores, como por exemplo, Adam Schaff, com Sociedade informática (cf. Schaff e Friedrichs, 1982, 1990), e Robert Kurz, com O colapso da modernização (cf. Kurz, 1991, 1992).

“tradicional” do termo, em que a relação empregador-empregado era uma relação potencialmente estável e marcada por um conjunto de garantias sociais.

Em um cenário econômico e social global configurado pela lógica da reestruturação produtiva, pelas reformas sociais e econômicas de inspiração neoliberal, pelos avanços da tecnologia de informação, pela mundialização sociocultural e das lutas sociais pela democracia, assim como pela fragilização do Estado de Bem-Estar Social, nas últimas três décadas do século XX, o que se viu foram profundas transformações nas relações entre o Estado, a sociedade e as organizações (PAES DE PAULA, 2001). Tais transformações podem ser descritas a partir de dois aspectos: as transformações do Estado e da organização produtiva.

O primeiro ponto refere-se às transformações do papel do Estado decorrentes da crise do modelo de Estado de Bem Estar Keynesiano (*Welfare State*), adotado em larga medida pelos países centrais do capitalismo após a II Guerra Mundial como modelo de desenvolvimento socioeconômico até meados dos anos 1970, caracterizado por forte intervenção estatal na economia via amplo investimento em infraestrutura e políticas de pleno emprego. Esse modelo de estado deu passagem para um modelo de estado chamado Estado mínimo, inspirado em uma agenda neoliberal a partir da qual foram promovidas transformações que asseguraram as condições econômicas, políticas e culturais necessárias à valorização do capital e da reprodução da força de trabalho. No Brasil, não houve um Estado de Bem-estar Social, mas a proteção salarial começa a ser amplamente distribuída nos períodos das ditaduras (SILVA, 2011).

Em relação às transformações da organização produtiva, pode-se citar conforme o debate de alguns autores a passagem do regime de produção keynesiano/fordista – regime de produção rígido onde o bem-estar social decorrente das relações de trabalho era tido como direito basilar, para o regime de produção pós-keynesiano/pós-fordista, no qual emerge uma lógica de flexibilização das relações de trabalho e dos direitos trabalhistas como estratégia de redução de custos e de aumento de competitividade empresarial.

Conforme afirma Lima (2004), nesse cenário, na falta de opções de emprego, o trabalho significa:

(...) mais do que uma procura militante por autonomia ou democracia no trabalho. Em grande medida, o trabalho associado tem-se tornado uma

atividade complementar e temporária enquanto os trabalhadores procuram um emprego como assalariados (LIMA, 2004, p. 2).

Portanto, é preciso destacar que atualmente não apenas o Estado, mas fundamentalmente as empresas não operam no sentido de garantir uma integração sólida para a grande massa de trabalhadores, já que, devido à disseminação das práticas flexibilizantes no mundo empresarial, a ideia de curto prazo, não só em sua matriz econômica, como também social, torna-se uma diretriz ordenadora das dimensões objetiva e subjetiva dos indivíduos em idade economicamente ativa. Os empregos assim como surgem, também desaparecem e a destruição criativa conforme afirmou Schumpeter exige pessoas que estejam à vontade com a ideia de não calcular as possíveis consequências da mudança ou não saber o que virá posteriormente (SENNET, 2006).

Considerando as condições de insegurança e de instabilidade apresentadas por tal cenário, percebe-se a existência de um discurso que convoca o indivíduo a responsabilizar-se pela sua condição de empregabilidade, fazendo de “si mesmo” um “capital humano”. Em outras palavras: “o indivíduo é convocado a tomar seu lugar e a fazer de si mesmo seu melhor patrimônio” (BENDASSOLLI, 2000, p. 217). Nesse novo paradigma, conforme Ehrenberg (2010) tem-se a valorização da imagem de indivíduo “autônomo” e “independente” diante de filiações coletivas estáveis, um indivíduo móvel que se vê impelido a encontrar por si mesmo referências para sua existência e realização por meio de sua ação pessoal.

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

No Brasil, políticas econômicas de inspiração neoliberal foram criadas no país durante os governos de Fernando Collor de Mello e Fernando Henrique Cardoso na década de 1990. No governo de Fernando Collor de Mello, o conjunto de medidas

adotadas por ele ficou mais tarde conhecida como “operação desmonte”, o qual priorizava:

(...) eliminação da inflação, a *liberalização da economia e a redução da intervenção estatal*, a partir de um intenso processo de *privatização* de empresas públicas, de um programa de *desregulamentação* da economia e de reformas estruturais no Estado (exonerações/demissões voluntárias ou não, venda de imóveis, redução de ministérios) (SOUZA, 2000; CARVALHO, 2003 *apud* RODRIGUES, 2013).

Já no governo de Fernando Henrique Cardoso, a ideia era de um governo mais eficaz em que para atender e oferecer os serviços que a população demanda era preciso reduzir a presença do Estado (RODRIGUES, 2013).

Em decorrência dessas políticas adotadas na época, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) assumiu um papel de destaque no cenário socioeconômico brasileiro, colaborando com a capacitação dos empreendedores ao disponibilizar os saberes necessários para criação e manutenção de uma empresa eficiente (ESCARLATE, 2010).

Constituído por meio de parcerias entre os setores público e privado na década de 1960 e ganhando força na década de 1990, o SEBRAE é uma instituição privada sem fins lucrativos e de utilidade pública que promove programas de capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados. Entre outras coisas, tem como uma de suas linhas de atuação a demanda “pela redução da carga tributária e da burocracia, facilitando a abertura de mercados e ampliação de acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação das micro e pequenas empresas” (SEBRAE 2013).

Segundo o sítio do SEBRAE Nacional (2013)², parte desse esforço ganhou visibilidade com a aprovação da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituída em 14 de dezembro de 2006 (Lei Complementar Federal 123/2006). O objetivo principal da referida lei é “regulamentar o disposto na Constituição Brasileira, que prevê o tratamento diferenciado e favorecido à microempresa e à empresa de pequeno porte” (SEBRAE, 2013), visando o estabelecimento de um ambiente favorável ao crescimento dos pequenos negócios. Entre outras coisas ela versa sobre temas de incentivos aos pequenos negócios contribuindo para facilitar a “desburocratização e desoneração relacionados às Micro e Pequenas Empresas em um único diploma legal”, e “o desenvolvimento e a

² www.sebrae.com.br. Acesso em 01/04/2014.

competitividade das microempresas e empresas de pequeno porte brasileiras” (SEBRAE, 2013), assumindo como estratégia a geração de emprego, melhor distribuição de renda, inclusão social, além de reduzir a informalidade e fortalecer a economia.

Ainda assim, é preciso destacar que a implementação da Lei Geral trouxe alguns desdobramentos importantes. Em relação ao conceito de Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e o Microempreendedor Individual, a Lei Geral uniformizou o conceito de Micro e Pequena Empresa ao enquadrá-las com base em sua receita bruta anual. Também trouxe o enquadramento de Microempreendedor Individual, caracterizado pela pessoa que trabalha por conta própria legalizando-se como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional³, com receita bruta anual de até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) possuindo no máximo um único empregado e não sendo sócio ou titular de outra empresa.

Para fins de ilustração do crescimento da importância dos pequenos negócios para a economia brasileira, é preciso mencionar a existência da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de abrangência anual e que avalia mundialmente o nível nacional de atividade empreendedora. Tal avaliação teve início no ano de 1999, com a participação de 10 países e parceria com a Inglaterra, por meio da *London Business School*, e também dos Estados Unidos, através do *Babson College*. Conforme dados do sítio da organização, ao longo desses anos, mais de 80 países participaram do programa, e atualmente, no mundo, o GEM é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora⁴.

Conforme a pesquisa GEM do ano de 2012, a Taxa Total de Empreendedorismo apresentou um aumento de 20,9% em 2002 para 30,2% em 2012. Evolução “compatível com o dinamismo da economia brasileira no período” (RELATÓRIO GEM 2012 p.11).

Segundo dados do IBGE/DIESSE, nos últimos cinco anos, em média, mais de 600 mil novos negócios foram registrados no Brasil anualmente, sendo que os Microempreendedores Individuais (MEI), não computados naqueles números, já

³ De acordo com o sítio da Receita Federal o Simples Nacional pode ser caracterizado como um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos que são aplicáveis às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, abrangendo a participação de todos os entes federados (União, Estados, Distrito Federal e Municípios). Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br>. Acesso em: 21/06/2013.

⁴ <http://www.ibgp.org.br/gem> Acesso em: 01/04/2014.

somam mais de 1,5 milhão de registros. Ainda conforme os dados do Governo Federal em 2010, 58% das empresas de pequeno porte fecharam as portas antes de completar cinco anos, sendo 62% o índice em 2009.

Entre os principais “motivos descritos pelos empreendedores estão a falta de clientes (29%), capital (21%), concorrência (5%), burocracia e os impostos (7%)” (SEBRAE, 2013). Segundo o SEBRAE Nacional (2013), outros fatores influenciam no processo de “mortalidade das Micro e Pequenas Empresas como a falta de planejamento, de técnicas de marketing, de avaliação de custos e fluxo de caixa, entre outros”⁵. Ainda, conforme o Departamento Nacional de Registro Comercial (DNRC), ligado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria, e Comércio Exterior (MDIC), no Brasil, 440 mil novas empresas são constituídas por ano. Dessas, cerca de 80 mil fecham suas portas anualmente⁶.

Com base nesses dados e considerando a resignificação da influência do Estado, da noção de indivíduo, como também das mudanças no mundo do trabalho, o discurso voltado para o empreendedorismo, surge para ressocializar “os excluídos do mundo empresarial e banidos do emprego formal” (MELO, 2008, p. 21). Nesse sentido, a noção de empreendedor de si mesmo emerge como prática discursiva de um cenário político, social e econômico instaurado pelo receituário neoliberal, tendo como objetivo a tentativa de “transferir” responsabilidades, outrora atribuídas ao Estado, aos indivíduos.

Desse modo, “em lugar da vida dentro da instituição, o atual discurso é movido em direção a maior iniciativa dos indivíduos e a capacidade empreendedora pessoal” (SENNET, 2006, p. 48). O indivíduo é convocado a engajar-se em novos projetos permanecendo o tempo necessário para aproveitar as oportunidades de adquirir conhecimentos com o objetivo de manter-se empregável (BARBOSA E MARTINS JR, 2012). Conforme Bolstanki e Chiapello (2009), esse novo espírito do capitalismo erguido sob a égide do empreendedorismo, isto é, sob uma lógica organizacional de conexão em redes, salienta em seu discurso o desenvolvimento tanto pessoal como também da empregabilidade (BARBOSA E MARTINS JR, 2012).

Diante da “dinâmica social e econômica atual e refletindo sobre a construção da formação discursiva do empreendedorismo como um elemento útil à

⁵ [www.Sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) Acesso em 01/04/2014.

⁶ <http://drei.smpe.gov.br/> Acesso em 1/04/2014.

compreensão das relações de poder existentes no mundo do trabalho” (COSTA *et al*, 2008, p. 998) este estudo tem como objetivo analisar o papel do SEBRAE na disseminação e reprodução do empreendedorismo no Brasil. Por sua vez, os objetivos específicos são:

- ✓ Analisar o material institucional do SEBRAE e conteúdos dos cursos e palestras realizados pelo SEBRAE;
- ✓ Discutir as peculiaridades do discurso do SEBRAE na construção do indivíduo empreendedor;
- ✓ Analisar, a partir de uma perspectiva histórica, as relações entre o SEBRAE, o Estado e a empresa no desenvolvimento da noção de empreendedorismo no Brasil.

Tendo a atuação do SEBRAE como estudo de caso adota-se uma perspectiva predominantemente qualitativa, fazendo uso da análise de conteúdo para analisar o objetivo proposto neste trabalho. A coleta de dados se dá de forma secundária via pesquisa documental na qual serão analisados os materiais institucionais do SEBRAE e também de forma primária a partir dos cursos do ensino à distancia promovidos pelo sítio do SEBRAE e depoimentos de participantes no fórum de apresentação.

Este estudo nasceu da ideia de questionar os impactos nos indivíduos em relação às transformações ocorridas no Estado e no mundo do trabalho, que contribuíram para um cenário de insegurança e instabilidade, como também para a sensação de que este indivíduo é responsabilizado pela sua condição de empregabilidade e sobrevivência no mercado.

Devido à imposição da lógica da reestruturação produtiva, o Brasil já na década de 1980 presenciava, de forma ainda muito incipiente, o empreendedorismo como movimento social mundial. Nesse contexto, tratava-se de uma força social responsável por desencadear “comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas” (COLBARI, 2007, p. 76).

Assim, considerando o capitalismo conexcionista, autores como Boltanski e Chiapello, Lopèz-Ruiz, Leite e Máximo e Melo (2008, p. 45) apontam que o

“empreendedorismo é uma ideologia do capitalismo atual que surge para garantir a adesão e a legitimidade às atividades antes não valorizadas”.

Devido ao encolhimento de algumas funções do Estado por conta de políticas econômicas inspiradas no receituário neoliberal⁷ e ao processo de enxugamento estrutural das empresas, atualmente nota-se um estímulo, da parte dos poderes estatais, para a emergência de organizações responsáveis por garantir ou fornecer instrução necessária para que o indivíduo possa vencer por si mesmo. Dentre estes agentes, o SEBRAE e suas ações merecem destaque.

A fim de consolidar-se como instituição capaz de contribuir para a produção de respostas sociais adequadas à atual configuração da economia brasileira, o atual discurso do SEBRAE direciona-se no sentido de:

(...) estimular, apoiar e educar para o empreendedorismo deve estar no topo das prioridades de um governo, tendo em vista que o empreendedor exerce uma influência marcante no processo de desenvolvimento econômico, humano e social de seu país, pois com suas realizações é capaz de ampliar o potencial de uma comunidade, gerando empregos, recursos e novos valores (ESCARLATE, 2010, p.4).

Deste modo, como contribuição teórica, este estudo se justifica primeiramente por tentar enriquecer o volume de pesquisas e trabalhos publicados tanto na área de Sociologia como também na área de Administração sobre o tema empreendedorismo e a teoria do indivíduo empreendedor de si mesmo; e logo, considerando que talvez, o conceito atual de empreendedor encontrado no Brasil não seja o mesmo proposto por Schumpeter (1988), busca-se fazer uma reflexão a fim de contribuir para o aprimoramento e o aprofundamento de tais teorias.

No aspecto prático, este trabalho pretende trazer um alerta não apenas para o meio acadêmico, como também para a sociedade, sobre as atuais transformações objetivas e subjetivas que o mundo do trabalho está atravessando e o impacto que isto pode causar na identidade dos indivíduos e da sociedade. Busca-se também uma reflexão dos impactos deste cenário de constante busca por qualificação, desta transformação do indivíduo em empresa que vive atualmente em um ambiente incerto e inseguro, fruto de uma insegurança ontológica, de “quais as consequências morais, psicológicas e éticas desse novo panorama do indivíduo-sem-emprego”?

⁷ “Aqui se entende o conjunto de princípios ordenados para o ajuste estrutural do mercado, que consiste basicamente nas seguintes regras básicas: liberalização do mercado e do sistema financeiro, fixação dos preços pelo mercado, fim da inflação (“estabilidade macroeconômica”) e privatizações” (CHOMSKI *apud* BARBOSA, 2011, p. 122).

(BENDASSOLLI, 2000, p. 20), além de despertar no leitor o alerta de quais seriam os impactos desse discurso que responsabiliza os indivíduos pela sua sobrevivência e é reificado por instituições, tais como o SEBRAE.

Visando a melhor compreensão do trabalho, a partir do questionamento levantado e dos objetivos apresentados, este estudo foi estruturado conforme a sequência apresentada a seguir.

Na introdução traz-se a o contexto atual do tema da pesquisa bem como a justificativa do estudo e os procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa.

O primeiro capítulo discute a nova ordem socioeconômica, o novo indivíduo que emerge no mercado de trabalho atual e o discurso do empreendedorismo. Versando sobre a emergência do indivíduo empreendedor de si mesmo, as interpretações e debates sobre empreendedorismo, o diálogo de Weber e Schumpeter sobre o tema, o termo na literatura de negócios e ainda o empreendedorismo e o novo espírito do capitalismo mencionado por Boltanski e Chiapello.

O segundo capítulo contempla a discussão do papel do Estado brasileiro e a atuação do SEBRAE na reprodução do empreendedorismo. As discussões nesse capítulo giram em torno do modelo de Estado de Bem-Estar Social e o regime adotado no Brasil, o surgimento do SEBRAE e caracterização da organização. Logo após, discorre-se acerca da aprovação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/2006), a qual estabeleceu um ambiente favorável ao crescimento dos pequenos negócios e contabiliza avanços no Simples Nacional (Supersimples) e no incentivo à formalização do Empreendedor Individual (Lei Complementar 128/2008).

No terceiro capítulo, realiza-se uma análise sobre o material pesquisado, no que diz respeito à obtenção de dados secundários, esses foram obtidos via pesquisa na internet, a saber: artigos e relatórios de pesquisa sobre empreendedorismo; notícias referentes à organização do SEBRAE em matérias jornalísticas, material contido no sítio do próprio SEBRAE e na base de dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e Governo Federal. Além disso, logo após o contato inicial com uma secretária do SEBRAE Pelotas foi disponibilizado alguns materiais e a coleta de dados primários se deu primeiramente a partir da técnica de observação

direta utilizada na Feira do Empreendedor do SEBRAE (promovida em Porto Alegre no ano de 2012), nas palestras oferecidas ao longo da Feira, em conversas informais com participantes e funcionários da Feira e ainda nos cursos presenciais ofertados gratuitamente pelo SEBRAE Pelotas no primeiro semestre de 2013, a saber: Empreendedor Individual (EI) e Palestra de sensibilização ao Empretec⁸ (palestra de 3 horas de carga horária que objetiva apresentar e divulgar o seminário junto aos empresários da região a ser realizado o treinamento).

Além disso, foram analisados os conteúdos dos cursos à distância oferecidos pelo SEBRAE: AE- Aprenda a Empreender; IPGN- Iniciando um Pequeno e Grande Negócio e MEI- Microempreendedor Individual e ainda o curso de oficinas de SMS oferecidas pelo SEBRAE, isto é, os conceitos e as dicas sobre empreendimento transmitidas para o celular via mensagem (SMS). Tais dados são tratados mediante análise de conteúdo.

Por fim, nas considerações finais, são retomadas brevemente as discussões abordadas ao longo do trabalho e tecidos comentários sobre o papel do SEBRAE na construção da lógica do novo indivíduo e os impactos disso na sociedade.

⁸ Seminário desenvolvido pelas Nações Unidas e realizado no Brasil em parceria com o SEBRAE. Segundo o sítio do SEBRAE (2013), este curso tem como objetivo estimular e desenvolver as características individuais do empreendedor, de forma a propiciar sua competitividade e permanência no mercado, por meio de metodologia vivencial especialmente desenvolvida para este fim, cuja abordagem se dá pelas 10 características empreendedoras. Este programa fixa a imagem do SEBRAE como principal instituição de fomento ao empreendedorismo. Disponível em: <http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/cursos-e-palestras>. Acesso em: 21/06/2013

2 A nova ordem socioeconômica, o novo indivíduo do trabalho e o discurso do empreendedorismo.

Com o propósito de sustentar a ideia lançada nesta pesquisa e alcançar o objetivo proposto apresenta-se neste capítulo, os marcos teóricos que sustentam este trabalho. Assim, discutiremos de que modo o quadro político e econômico desencadeado a partir das transformações do Estado contribui para a construção social de um novo indivíduo trabalhador por meio da disseminação da narrativa do empreendedor de si mesmo. Logo, apresentaremos as origens e sentidos das interpretações sobre o empreendedorismo, desde a primeira menção do termo, e suas possíveis diferenciações e abordagens; as definições e visões de Weber e Schumpeter sobre o tema; o empreendedorismo abordado na literatura de negócios e por último, a discussão sobre o empreendedorismo e o novo espírito do capitalismo a partir das ideias de Boltanski e Chiapello.

2.1 A nova ordem socioeconômica e a emergência do indivíduo empreendedor de si mesmo

Derivadas não só da reestruturação produtiva, como também das reformas do Estado, dos avanços da tecnologia de informação, da mundialização sociocultural e das lutas sociais pela democracia, o esgotamento do Estado de bem-estar social acarretou algumas transformações entre as relações do Estado, sociedade e organizações (PAES DE PAULA, 2001).

Inerentes ao modelo de acumulação flexível, o desemprego estrutural, a precarização do trabalho e a perda da força dos sindicatos são características importantes que disseminam a lógica do mercado em relação à administração dos fluxos econômico-financeiros, em tempos de globalização, ser atualmente mais eficiente que o Estado; e ainda a crescente responsabilização dos indivíduos tanto pela sua condição de empregabilidade quanto pela permanência ou não em determinada condição de existência material (BARBOSA, 2011).

Em consequência da diminuição e reformulação das políticas trabalhistas e da intervenção da empresa ou economia, atualmente os direitos trabalhistas e a

segurança mediada via carteira de trabalho assinada está comprometida. É dentro desse contexto que é disseminado, cada vez mais, o discurso do novo indivíduo, caracterizado como um indivíduo

polivalente, desvinculado de filiações coletivas, um indivíduo resiliente que se percebe como o único responsável por sua condição material de existência; o que em termos do mundo do trabalho significa dizer um indivíduo responsável por sua condição de empregabilidade, um indivíduo que esteja disposto a aderir aos objetivos da empresa que lhe emprega pelo tempo que esta estiver disposta a lhe empregar (BARBOSA, 2001, p. 131).

Considerando a ressignificação do papel do Estado e as transformações ocorridas nas relações de produção, o mercado e, conseqüentemente as empresas, tornaram-se o principal enclave da sociedade moderna, sendo as responsáveis atualmente por definir o comportamento e a verdade a ser aprendida por cada indivíduo que compõe a sociedade (SOLÈ, 2008; RODRIGUES, 2013).

Dessa maneira, não só as ações como também os valores econômicos que são promovidos através do discurso empresarial, acabam por influenciar/orientar outros aspectos da vida que costumam ter pouca relação com ele, orientando-nos a pensar que enquanto em outros tempos a Igreja ou o Estado eram a instituição pragmática do mundo social, para Lopèz-Ruiz (2004), hoje a empresa é quem ocupa este lugar.

Se antes o Estado, sob a forma de uma organização burocrática, era o responsável por organizar o comportamento social e promover o desenvolvimento econômico (TRAGTENBERG, 1974), com o surgimento do atual sistema, houve uma diminuição da centralidade do trabalho e o mundo passou a ser organizado pela empresa. Nas palavras de Barbosa, a empresa em tempos de reestruturação produtiva e flexibilização das relações de trabalho aparece como um forte referente social, pois o cenário criado por este estado de coisas cria:

uma zona cinzenta, na qual é processada uma redefinição cognitiva das funções do Estado, dos mercados e principalmente da noção de indivíduo, uma zona nebulosa em que o trabalho perde espaço para a empresa como referencial de mundo, não por ser esta o lugar da acumulação de capital ou o lugar onde ganha-se o sustento ou é possível dignificar-se com o trabalho, mas por ser o lugar onde empreende-se, onde incentiva-se a disposição de aprendizado constante, que estimula o estar aberto para viver coisas novas e desprender-se das antigas, o lugar onde a racionalidade instrumental coloniza a subjetividade do indivíduo e canaliza-a para o exercício da ação de voltar-se para si mesmo (BARBOSA, 2011, p. 138).

Essa zona cinzenta faz com que novas formas de organização da existência material surjam. Nelas, o indivíduo e sua sobrevivência precisam tornar-se o centro

de planejamento e da condução da vida, ou seja, “o próprio indivíduo se torna a unidade de reprodução do social no mundo da vida” (BAUMAN, 2001, p.155-156).

Nesse sentido,

(...) na impossibilidade da esfera política lidar adequadamente com os problemas causados pela crise do projeto do Estado do Bem Estar Social – entenda-se aqui principalmente nos países da Europa Ocidental –, o econômico chama para si a competência de dizer como fazê-lo, daí, a empresa ter sido apresentada como a solução miraculosa, posto que se torne cidadã, vide o espraiamento do discurso da responsabilidade social no meio empresarial, inclusive no Brasil (...) (BARBOSA, 2011, p. 131).

Dito de outra maneira, atualmente a sociabilidade do indivíduo se dá no fato de este estar ligado à empresa, porém sabe-se que atualmente o mercado tornou-se incapaz de oferecer emprego a todos, já que, para cada nova vaga há alguns empregos que desapareceram (BAUMAN, 2001).

Dessa forma, conforme Bendassolli (2000) é importante destacar que o emprego vinculado ao sentido “tradicional” do termo, em que a relação empregador-empregado era uma relação estável e prolongada marcada por um conjunto de garantias sociais (emprego formal), torna-se cada vez menos frequente. Segundo este autor, com o advento do novo capitalismo, isto é, com o avanço da tecnologia, o surgimento da flexibilização nas relações de trabalho e em função de novas variáveis na economia do país e do mundo globalizado que surgiram, a saber: “fragmentação das cadeias produtivas, aumento da produtividade do trabalho, disseminação dos meios de transmissão de informação etc.” (BENDASSOLLI, 2000, p. 205) essa ideia de “pleno emprego” fica atualmente comprometida. Não só o Estado como também as empresas não estão conseguindo garantir uma integração sólida para a grande massa de trabalhadores, pois como indica Sennet (2006), em função da “flexibilidade e o fluxo a curto prazo, esse mundo não oferece muita coisa, econômica ou socialmente, para a narrativa” (SENNET, 2006, p. 35). Para o autor,

as empresas se dividem ou fundem, os empregos surgem e desaparecem, como fatos sem ligações. A destruição criativa, disse Schumpeter, pensando nos empresários, exige pessoas à vontade em relação a não calcular as consequências da mudança, ou a não saber o que virá depois (SENNETT, 2006, p. 35).

Arelado a isso, de maneira muito dinâmica, conforme afirma Bendassolli (2000), o mercado também modifica suas regras fazendo com que não só os níveis de escolarização elevem-se, como também o refinamento dos currículos e das experiências profissionais se torne mais complexo.

Entretanto, em consequência do enfraquecimento de antigas referências coletivas (políticas, sociais e até econômicas), o indivíduo encontra-se atualmente em um contexto de ação sem muitos parâmetros balizadores ou norteadores. O trabalhador, nas empresas do passado, tinha noção clara de onde estava e aonde poderia chegar (BENDASSOLLI, 2000). Desse modo, é possível pensar que se no período fordista e na era do pleno emprego a identidade profissional estava em consonância com a identidade pessoal e o indivíduo podia planejar seu futuro, visto que em sua base havia uma segurança estatal que garantia o cumprimento das responsabilidades assumidas por ambas as partes, agora, a ideia de segurança pela via do trabalho socialmente protegido parece fazer parte do passado. A segurança num futuro garantido, em que o indivíduo estaria sempre junto à mesma empresa ou profissão, faz parte, agora, para grande parte da população de um passado que dificilmente poderá voltar sem alterações (BAUMAN, 2001).

Como consequência disso, Bendassolli (2000, p. 205), debruçando-se sobre as ideias de Rifkin defende que indicadores sociais têm apontado uma considerável ampliação do número de pessoas que não têm emprego, ou que estão sob regime ‘informal’, ou perderam o emprego “nesse processo de reestruturação das empresas e das próprias regras do mercado, agora ‘informatizado’”.

Essa situação ocorre, pois conforme as palavras de Bauman (2001) a arte de administrar tem como principal estratégia emagrecer, reduzir o tamanho (*downsizing*), fechar ou vender a empresa, sendo “lipoaspiração” (BAUMAN, 2001, p. 142) gerencial a palavra de ordem da atualidade. Desse modo, as empresas atuais (empresas flexíveis) são ricas em formas de contrato de trabalho, mas pobres em emprego, (KOVÁCS, 2001, p. 62), empregos este de base, que seriam bem pagos, com estabilidade e perspectivas futuras de desenvolvimento profissional.

Portanto, considerando esse contexto a informalidade tem sido comum nesse cenário, e uma vez que a ausência de contratos e de proteção social do trabalhador são características básicas da informalidade, o indivíduo que quer acesso à proteção deve pagar por ela (LIMA, 2002).

Segundo Kovács (2001), para os trabalhadores das empresas flexíveis, essas ao mesmo tempo em que constituem um lugar de cidadania, sociabilidade, expressão e de subjetividade, constituem também um lugar onde a externalização das restantes atividades sugere a propagação de “formas de empregos periféricos

na sua maioria precários, bem como a responsabilização crescente dos indivíduos pela criação do seu próprio emprego e pelo desenvolvimento das suas competências” (KOVÁCS, 2001, p. 62-63). Nesse sentido, é possível prever que a empresa não se organiza mais em torno do trabalho assalariado, mas sim em torno de trabalhos e tarefas realizadas por trabalhadores independentes, que criam o seu próprio emprego e se responsabilizam pelo desenvolvimento de toda a sua carreira.

Nas palavras de Kovács (2001), não haverá mais segurança no emprego. A maneira de sobreviver nesta era de instabilidade será dispor de certas qualidades do próprio indivíduo tais como, a ideia de manter-se empregável, flexibilidade, criatividade e espírito empreendedor que irão ajudar o indivíduo a sobreviver ‘virando-se por conta própria’. Desse modo, conforme a autora, “o futuro pertence à empresa hiperflexível, sem trabalho assalariado e sem gestores, onde o indivíduo se tornará uma empresa independente sem fronteira entre trabalho e vida privada e onde tudo será mercado” (KOVÁCS, 2001, p. 65).

Dito isto e refletindo sobre o indivíduo da atualidade, ao considerarmos a perda de centralidade das referências políticas e sociais instituídas, para Ehrenberg (2010) existe atualmente uma fragmentação da existência e a forma de sociabilidade se dá através da iniciativa individual. Noções como “flexibilidade, mudança, rapidez de reação, motivação, comunicação, domínio de si, agilidade psíquica e afetiva, capacidade de ação” (BENDASSOLLI, 2000, p. 207) impõe aos indivíduos a tarefa de adaptação constante e a de tudo escolher e ter que decidir (EHRENBURG, 2010) destacando assim, dois tipos de indivíduos da contemporaneidade: o conquistador e o incerto.

Assumindo riscos, potencializando suas características pessoais, priorizando a iniciativa, o direito de ser si mesmo e de escolher sua vida, a crença do indivíduo conquistador é governar-se, isto é, responsabilizar-se pelos problemas individuais, (EHRENBURG, 2010). Por outro lado, o indivíduo incerto para o autor é o indivíduo sofredor, que se encontra sobrecarregado e vulnerável às várias tarefas que precisa desempenhar de modo privado.

Conforme afirma Bendassolli (2000, p. 207), a “equação do indivíduo, hoje, é composta por combinatórias que oscilam entre o ideal do indivíduo conquistador e do indivíduo incerto: liberação psíquica e iniciativa individual, insegurança identitária e impotência para agir”, tendo conforme as palavras de Ehrenberg (2010) um

indivíduo vazio, neurótico de identidade fragilizada. Sendo assim, depende do desempenho de cada um individualmente, isto é, da *performance* do indivíduo conforme propõe as pesquisas de Ehrenberg (2010). Como consequência disso, ainda segundo o autor, existe uma tendência à indeterminação, que implica em um futuro incerto e na perda ou no enfraquecimento da confiança na sociedade.

O chamando culto da *performance* proposto por Ehrenberg caracteriza a junção dos discursos esportivos, do consumo e empresarial. Conforme sugere o autor, a partir dos anos 80, com a rápida ascensão do individualismo constitui-se ao mesmo tempo a ideia de que o econômico se ocuparia das iniciativas que a política já não poderia fazer. Nesse contexto, a ideia de empresa passa a ser entendida como modelo ideal de conduta para o indivíduo, uma vez que ela é símbolo de “eficácia e de iniciativas ousadas num contexto turbulento. Ela abandona o terreno econômico *stricto sensu* e fornece modelos de subjetivação para a grande massa da população” (BENDASSOLLI, 2000, p. 211).

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

A partir dessa popularização do modelo empresarial nos domínios da subjetividade (BENDASSOLLI, 2000), o que conta é a ação do indivíduo pautar-se no modelo heroico, do indivíduo que depende dele mesmo, uma vez que entramos numa sociedade de desinibição na qual a identidade, conforme afirma Ehrenberg (2010), se constrói diante de uma verdadeira *indivíduo-trajetória*, de um eu patenteado, não mais transmitida por herança social ou familiar. Sendo assim,

administrar-se, controlar sua carreira, vencer, assumir riscos e concorrer não são apenas manifestações “patológicas” de um eu narcísico que se inflou na cena social. Antes, é uma “nova” modalidade de ação e de singularização que precisa ser elaborada dentro do pensamento atual das ciências sociais (BENDASSOLLI, 2000, p. 215).

Outro ponto importante a ser destacado nessa discussão é a diferença entre o *self-made-man* (termo da literatura americana) e o novo indivíduo. Como forma de discutir tal questão, Bendassolli (2000) apoiado sobre as ideias de Lasch (1983) o qual vincula a existência do *self-made-man* à ética protestante do trabalho mencionada por Weber, afirma que tal termo refere-se à “personificação arquetípica

do sonho americano, devia seu progresso a hábitos de atividade, sobriedade, moderação, autodisciplina e evitação de dívidas” (BENDASSOLLI 2000).

Indivíduo que vivia para o futuro e cultuava e nutria uma acumulação paciente, o *self-made-man*, tinha como algo recompensador a espera do valor dos investimentos, tinha orgulho com respeito ao próprio caráter e dava pouca ênfase à competição. Esse indivíduo via a riqueza como um valor pessoal que era capaz de contribuir tanto para o bem-estar geral quanto para a felicidade das futuras gerações. Estando comprometido com a família, o estado, a nação, o imperialismo, etc., isto é, com coisas além de si mesmo, o *self-made-man* “queria mandar para impor a ordem ao mundo e tornar o mundo semelhante a seus próprios ideais (o que Lasch caracteriza como “individualismo tradicional” ou “individualista áspero”)” (BENDASSOLLI, 2000, p. 215).

Contrastando com esse perfil de indivíduo, o indivíduo conquistador proposto por Ehrenberg não visava a nada senão a si mesmo não tendo outro objetivo senão seu desenvolvimento pessoal; não estando ligado ao passado e nem preso às tradições e não visando nada senão o dinheiro, sucesso e visibilidade na sociedade (BENDASSOLLI, 2000). Ainda segundo a análise de Bendassolli (2000), Lasch vai depois traçar um desdobramento do *self-made-man* sob a óptica da ética do trabalho para um *self-made-man* erigido numa época de sobrevivência psíquica, coincidindo sua análise, em muitos aspectos, com a de Ehrenberg.

Desse modo, é possível pressupor que o indivíduo de hoje coleciona sensações e opera a partir de uma ‘intranquilidade permanente’ (EHRENBURG, 2010) transformando-se em um empresário de si que negocia e vende sua marca, tudo isso dependendo exclusivamente de sua iniciativa pessoal. Tal fato é ilustrado na pesquisa realizada por Bendassolli (2000) com reportagens da revista Você S.A, que disseminam a ideia de que o indivíduo é entregue à “sua própria sorte, sem apoios que não em si próprio” (IDEM, p. 217). Um tipo de indivíduo que deve preocupar-se com seu crescimento, uma vez que é preciso fazer a diferença e não se adaptar à empresa. Quando isso acontecer é porque o indivíduo não serve mais. A partir de tal perspectiva sai-se de uma época em que se enfatizava a gestão dos compromissos entre empregador e empregado e entra-se na lógica da gestão da adesão, isto é, o fato de se “encarar a empresa como perspectiva, provisória, de crescimento e prosperidade próprios” (IDEM, p. 218). Tal adesão chega ao fim

quando a gestão do negócio, isto é, o indivíduo, atinge patamares excepcionais. Desse modo, o indivíduo se torna um empreendimento, uma empresa, a mais valiosa que existe, e o mercado se torna a vitrine onde ele se expõe, se negocia e se vende.

Além disso, através do discurso sobre a emancipação e o progresso humano a partir do século XIX, e durante todo o século XX, vimos se afirmar a ideia “de que o indivíduo devia e podia tornar-se um sujeito autônomo, sujeito histórico, sujeito de direito, sujeito psíquico e sujeito moral, portanto, sujeito de suas ações” conforme propôs Enriquez, (2006, p. 2), resta saber as consequências disso. Se por um lado, o indivíduo consegue ditar as próprias regras e conduzir sua própria vida, por outro, conforme afirma Enriquez (2006) surgem alguns outros problemas: 1) o reino do dinheiro tornando-se um fetiche sagrado, isto é, o fato das nações submeterem-se cada vez mais à lei do mercado mundial em função da vitória da racionalidade instrumental; 2) o aumento do poder do Estado, pois o indivíduo é cidadão e, portanto deve respeitar e seguir as leis do Estado e 3) um “retorno” identitário ao grupo a que se pertence, e crença nos seus fundamentos.

Refletindo sobre essa confiança na sociedade, considerando a passagem de uma ética do trabalho, a qual “insiste em que o adiamento se estenda indefinidamente” (BAUMAN, 2001, p.182) para uma estética do consumo que rebaixa o trabalho ao papel “puramente subordinado e instrumental de revolver a terra” (IDEM, p. 182), tanto os laços como as parcerias seguem uma tendência de serem vistos e tratados como coisas a serem consumidas, fazendo com que a palavra “duradoura” seja cada vez mais distante e difícil não só nas negociações como nos laços humanos. Bauman (2001) ainda sugere que nesse processo de “consumização” de um mundo precário e de laços humanos desintegrados, o consumo é uma atividade solitária que confere à cooperação uma atividade desnecessária.

Sendo assim, nesse contexto, o holismo cede lugar ao individualismo (DUMONT, 2000) e se antes conforme afirma Ehrenberg (2010)

a vida era vivida pela maior parte das pessoas como um destino coletivo; hoje, ela é uma história pessoal. Cada um, de agora em diante, indubitavelmente confrontado com o incerto, deve se apoiar sobre si mesmo para inventar sua vida, lhe dar um sentido e se engajar na ação (EHRENBURG, 2010, p. 18).

Tanto a precariedade, a instabilidade como a vulnerabilidade das condições de vida contemporânea, o fenômeno que todos esses conceitos captam é o mesmo: a experiência combinada da falta de garantias, da incerteza e de insegurança (BAUMAN, 2001). Desse modo, a política de precarização “conduzida pelos operadores dos mercados de trabalho acaba sendo apoiada e reforçada pelas políticas de vida” (IDEM, p. 12) fazendo com que o indivíduo atualmente seja impulsionado em direção à autonomia emergindo assim um novo individualismo, marcado conforme sugere Bendassolli (2000, p. 209) “pela referência a si mesmo como critério de ação necessário à sobrevivência”.

Nesse sentido, verificar atualmente o que confere à responsabilidade pessoal e quais seriam os limites da intervenção pública sobre a vida privada do indivíduo torna-se muito difícil, uma vez que conforme cita Ehrenberg (2010) referenciando o individualismo contemporâneo, este, seria o produto das transformações da privatização da vida pública e da publicização da vida privada.

Sendo assim, ao considerarmos os discursos atuais, o que estamos testemunhando seria, segundo Barbosa (2011, p. 138), “uma tentativa de construção da imagem do empreendedor de si mesmo como o indivíduo capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível”. O espírito empreendedor é disseminado como forma de salvação em todos os sentidos: seja para montar um negócio próprio e “garantir” seu emprego, ou como característica pessoal, na busca constante por qualificação e atualização. Utilizando-se das palavras de Ehrenberg (2010, p. 48): é preciso “empreender qualquer coisa. Ela simboliza uma criação pessoal, uma aventura possível para todos”.

Considerando as condições de insegurança e de instabilidade, pode-se perceber a existência de um discurso que orienta o indivíduo a partir da convocação a responsabilizar-se pela sua condição de empregabilidade, fazendo de seu “capital” um capital de cada vez mais valor e de busca constante, isto é, “o indivíduo é convocado a tomar seu lugar e a fazer de si mesmo seu melhor patrimônio” (BENDASSOLLI, 2000, p. 217).

Nesse sentido, é possível pensar como propõe Lima (2010), que atualmente as novas ideologias das organizações, as quais pressupõem uma crescente responsabilização do trabalhador trazem como consequência um autogerenciamento da subjetividade do trabalho no sentido de uma maior individualização.

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

Dentro desse novo paradigma, para Ehrenberg (2010), existe uma valorização da mobilidade deste indivíduo, autônomo e independente, que necessita encontrar por si mesmo, referências para a sua existência e realização por meio de sua ação pessoal. É nessa perspectiva que tais autores defendem que estamos hoje “entrando numa sociedade de indivíduos, em que o principal indicador subjetivo e social tornou-se a referência a si” (BENDASSOLLI, 2000, p. 206). Seguindo a perspectiva de Ehrenberg, (2010), Bendassolli (2000, p. 206) aponta que ao confrontar-se com a incerteza, cada indivíduo agora, precisa “apoiar-se sobre si mesmo para inventar sua própria vida, lhe conferir sentido e engajar-se ativamente”, isto é, ao responsabilizar os agentes, emerge a ideia do indivíduo como “empreendedor de si mesmo, responsável por sua condição de empregabilidade” (BARBOSA, 2011, p. 135).

2.2 As Interpretações do Empreendedorismo

Com o intuito de continuar o debate lançado nessa pesquisa e atingir o objetivo proposto nesse trabalho, é preciso ressaltar algumas interpretações e discussões acerca do tema empreendedorismo. Assim, para que seja possível a reflexão sobre os desdobramentos do tema empreendedorismo, precisamos entender as origens teóricas do termo empreendedorismo.

Em meados do século XVIII ao buscar a origem do indivíduo empreendedor, Cantillon como pioneiro no uso do termo define o empreendedor como aquele indivíduo responsável por criar ou gerenciar uma empresa cuja competência essencial está na capacidade de assumir que “dirigir uma empresa é, necessariamente, decidir sobre uma incerteza permanente e total” (RODRIGUES, 2013, p. 56).

No ano de 1814, o economista francês Jean-Baptiste Say (1767-1832), utilizou o termo empreendedor para identificar o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade baixa para um setor de produtividade mais

elevado (DANTAS, 2011). Professor do Collège de France, Say elaborou uma teoria das funções do empresário, cunhando o termo “*entrepreneur*”, ou empreendedor, atribuindo-lhe um papel de especial importância na dinâmica de crescimento da economia.

Para os clássicos do século XVIII, a sociedade dividia-se em trabalhadores, rentistas e capitalistas, mas Say recusava essa visão, pois defendia que cada um pode desempenhar essas funções a qualquer momento. Tal teórico contribui para o pensamento econômico ao considerar o empreendedorismo como o quarto fator de produção juntamente com os demais fatores, a saber: terra, trabalho e capital (DANTAS, 2011).

Em 1871, conforme defende Dantas (2011), o economista austríaco Carl Menger trouxe outra definição de empreendedor: aquele que antecipa necessidades futuras. Outro economista que merece destaque é Werner Sombart, que também buscava entender quem era o empreendedor e qual sua função na sociedade. Para ele, conforme propõe Costa *et al.* (2011) cada época reflete atitudes diferentes em relação à atividade e durante o auge do capitalismo, os únicos organizadores do processo econômico predominante são os empresários.

Para Sombart, somente alguns indivíduos podem exercer a função de organizar o processo econômico: aqueles possuídos pela paixão de ganhar dinheiro, afã do lucro, cujo principal motor é o impulso lucrativo, e que têm na ganância seu motivo determinante (IDEM, 2011).

Desse modo, conforme afirma Costa *et al* (2011), para o autor, existem três tipos de empresário que se misturam no dia-a-dia e adquirem, conforme a atividade capitalista, maior ou menor importância. São eles: o inventor-empresário (preocupa-se com a organização da exploração industrial de seu produto); o comerciante (homem de negócios preocupado com a demanda do mercado) e o empresário-financeiro (preocupa-se com o capital). Cabe destacar ainda, sob a perspectiva de Sombart, a importância que o autor atribuída à figura de empresários de sucesso, bem, como seus exemplos para a sociedade.

Além de Sombart, o norte-americano Frank Knight afirma em 1921 que o que distingue o empreendedor é sua habilidade de lidar com a incerteza. Tomador de decisão, conforme definiu o economista Ludwig Von Mises em 1949, o

empreendedorismo envolve não apenas o risco, mas conduz a uma descoberta de oportunidades de mercado por parte dos atores sociais, conforme defendeu Friedrich von Hayek (1959 *apud* DANTAS, 2011).

Alguns anos mais tarde, também economista austríaco, Joseph Schumpeter, aborda o tema do empreendedor e seu impacto na economia. Para ele o empreendedor

é, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele 'educados'; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que têm o hábito de consumir". Daí a prescrever a "destruição criadora", ou seja, a substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos foi um passo que Schumpeter rapidamente deu ao descrever o processo do desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1988).

Ainda refletindo sobre a origem do empreendedorismo, Castanhar (2007) em sua tese sobre os estudos na área de empreendedorismo sugere que tal conceito pode ser situado a partir de três principais tradições intelectuais na literatura econômica. São elas: a tradição alemã, cujos pilares são os trabalhos de Schumpeter (1988) e Baumol (1968, 1990 e 1993), a tradição neoclássica, representada pelos trabalhos de Marshall (1961), Knight (1921) e Schultz (1980) e a tradição austríaca, fundamentada nas contribuições de Kirzner (1973, 1985 e 1997) e Von Mises (1949) (CASTANHAR, 2007, p. 95).

Arbitrador que equilibra os mercados, o empreendedor na tradição austríaca tem como objetivo a capacidade de identificar e explorar oportunidades, combinar recursos para atender as necessidades não satisfeitas, melhorando assim as condições gerais de alocação de recursos na economia. Conforme Castanhar, (2007), é a capacidade de estar alerta para a ocorrência de desequilíbrios que vai distinguir os empreendedores.

Na tradição alemã, com Schumpeter como principal referência, é atribuída ao empreendedor à função de criar instabilidade e de "destruir criativamente" através, da introdução de diferentes formas de inovações num sistema econômico já em equilíbrio. Essa tradição servirá de inspiração intelectual para uma nova corrente da literatura econômica sobre empreendedorismo, que irá emergir a partir do desenvolvimento "dos modelos de crescimento endógeno e que se desdobra em contribuições que enfatizam o papel do empreendedorismo no crescimento econômico" (IDEM, p. 96).

Levar o mercado ao equilíbrio através das atividades econômicas é a ideia da tradição neoclássica. Nesse modelo, todos os agentes econômicos individuais têm informação perfeita e seus objetivos econômicos são clara e racionalmente definidos. O mercado funciona de forma eficiente e não há necessidade de iniciativas inovadoras e de risco. Castanhar (2007, p. 96) defende que a teoria neoclássica “prescindia de um papel ativo para o empreendedor, tendo em vista que o crescimento seria o resultado exclusivamente da contribuição (agregada) dos fatores capital e trabalho”.

Mencionando as discussões trazidas por Leite e Máximo e Melo (2008), no Brasil, diversas pesquisas sobre o tema empreendedorismo, não só na área de Sociologia como em diferentes áreas de estudo, a saber: Administração, Economia, Engenharia de Produção e Educação vem sendo realizadas. A partir de diferentes perspectivas e abordagens existem estudos que objetivam verificar o perfil empreendedor dos empresários; abordar a tecnologia como vantagem competitiva; algumas pesquisas entendendo o empreendedorismo como estratégia ou para a criação, ou crescimento ou até mesmo sobrevivência das empresas (LEITE E MÁXIMO E MELO, 2008).

Ainda assim, destacam-se trabalhos que analisam o empreendedorismo como disciplina de ensino; a relação das mulheres com o empreendedorismo e ainda estudos sobre grupos de imigrantes. Tais autoras destacam também os trabalhos de Antonia Colbari (2006) a qual pesquisa a educação empreendedora do SEBRAE; Lopèz-Ruiz (2007) que defende a tese de que o *ethos* da sociedade capitalista da atualidade segue o *ethos* dos executivos de empresas transnacionais e ainda em relação ao tema e as mudanças no capitalismo, Leite e Máximo e Melo (2008) destacam o trabalho de Boltanski e Chiapello (2001).

2.3 Empreendedorismo em Weber e Schumpeter: um diálogo pertinente

Conforme discutido na seção anterior, o termo empreendedorismo utilizado pela primeira vez por Cantillon vem sendo largamente utilizado até os dias atuais. Adotado pelos estudos de diversas áreas, o uso do termo tem sido utilizado a partir de diferentes formas e conceitos, pois, atualmente empreender não pode ser considerado somente uma atividade que se restringe à iniciativa privada, uma vez que passou a englobar o Terceiro Setor e a Administração Pública; e o uso do termo

não se refere somente à inovação, como também a mudanças adaptativas (MARTES, 2010).

Desse modo, a partir de tais considerações, resgatam-se aqui as ideias de Weber e Schumpeter, autores clássicos das Ciências Sociais e suas discussões sobre o tema.

Apesar do empreendedorismo não ser historicamente um objeto central das reflexões sociológicas, pode-se dizer que o debate sobre o tema se fazia presente em trabalhos clássicos da Sociologia, sem que já houvesse uma referência a esse termo. De certo modo, por conta do ambiente político e intelectual da segunda metade do século XIV na Europa estar pautado sobre a noção de progresso, os debates debruçavam-se sobre o conflito característico do século XIX: inovação *versus* tradição. Conforme Martes (2010), com o objetivo de desvendar as consequências sociais do advento da sociedade industrial, a modernidade é trazida na discussão dos autores como um contraponto às sociedades tradicionais.

Nesse sentido, considerando as transformações culturais ocorridas no capitalismo, Melo (2008) lembra que, desde as discussões feitas por autores clássicos da sociologia, a relação entre economia e cultura tornou-se cada vez mais interligada, por conseguinte, os valores éticos que guiavam a atuação econômica dos grupos sociais transformaram-se profundamente na passagem das sociedades tradicionais pré-industriais para as sociedades modernas industriais.

Destacando os estudos de Weber, que demonstra a existência de um *ethos* capitalista que propicia aos indivíduos melhores desempenhos econômicos. Para o autor, algumas religiões mais do que outras apresentavam um *ethos* adequado ao desenvolvimento do capitalismo (MELO, 2008). Em relação ao sectarismo protestante, Weber acreditava que esse havia realizado uma verdadeira “transformação da alma do homem” (WEBER, 2001) e seguindo essa perspectiva, conforme afirmou Freitas (2010), era possível predizer que o protestantismo “ascético forjou algo como um novo tipo de homem, na medida em que, concebia o enriquecimento como um subproduto de uma vida frugal e inteiramente dedicada ao trabalho” (FREITAS, 2010, p. 338).

Sendo assim, o espírito do capitalismo, transformou práticas econômicas que antes eram mal vistas em práticas recomendáveis, trazendo a compreensão de que

o capitalismo está “entrelaçado e contribuiu para outras esferas sociais absorvendo, inclusive, valores éticos disciplinadores do processo de acumulação de capital” (MELO, 2008, p. 5).

De acordo com Castanhar (2010) as teorias de Weber e Schumpeter, esse último influenciado pelos trabalhos de Weber, têm muito em comum. Para Weber, o sucesso do empreendedor está em sua iniciativa inovadora que,

é uma completa racionalização de cada aspecto de seu empreendimento. No modelo de Schumpeter, a inovação é também o fator chave, porém de uma forma ainda mais radical, já que inclui a mudança da base tecnológica e dos parâmetros da demanda no sistema econômico (CASTANHAR, 2007, p. 21).

Segundo Martes (2010), Schumpeter apoia-se em Weber ao definir que o empreendedor é um agente racional (racionalidade limitada), mas movido por uma ação referente a fins. Ao comparar o capitalista comum ao empreendedor, Schumpeter define que o capitalista comum opera numa lógica já consolidada, cujo ambiente é seguro e habitual e em consequência disso, age de uma forma pronta e racional (SCHUMPETER, 1988). Ao contrário dele, para o empreendedor o que antes era um auxílio, torna-se um obstáculo (MARTES, 2010). Desse modo, torna-se interessante discutirmos alguns conceitos da teoria de Weber.

Composta por diferentes tipos ideais, isto é modelos analíticos construídos para compreensão de casos concretos, a racionalidade de Weber pode ser definida a partir da tipologia de quatro racionalidades: prática, teórica, substantiva e formal.

Por racionalidade prática entende-se aquela que vê e julga o mundo em relação aos interesses pragmáticos e egoístas do indivíduo, a partir da realidade dada. Isto é, essa tipologia diz respeito à capacidade humana para os cálculos entre meios e fins que apenas lidam com as dificuldades e elegem a melhor alternativa (WEBER, 1999).

Já a racionalidade teórica envolve a apreensão de forma consciente da realidade. Isto se dá através da atribuição de causação, significação simbólica e conceituação abstrata, de forma a estabelecer relações e construir explicações compreensíveis (IDEM, 1999). Por sua vez, a racionalidade substantiva seria uma manifestação da capacidade humana de uma ação racional orientada a valores e que ordena diretamente essa ação em relação a um postulado de valor passado,

presente ou potencial (RODRIGUES, 2013), sendo considerada um “modelo” em que a realidade por ser comparada e julgada (WEBER, 1999).

Na racionalidade formal, o cálculo meio-fim, que na racionalidade prática aparece como uma tendência difusa e está relacionado a interesses individuais pragmáticos, é legitimado em referência a regras, leis ou regulação aplicadas universalmente (IDEM, 1999).

Descrevem-se aqui os tipos de racionalidade, pois de acordo com Weber (1999), tais tipologias relacionam-se com as formas de ação social e suas diferentes orientações, principalmente no que diz respeito, conforme defende Rodrigues (2013), no estabelecimento de regularidades e padrões de ação.

Segundo Martes (2010), a tipologia de ação social proposta por Weber ajuda a compreender o sentido que o empreendedor atribui a sua ação. Desse modo, conceituam-se aqui as quatro categorias que determinam a forma como os indivíduos agem em sociedade: a ação social de modo afetivo (inspiradas pelos sentimentos dos indivíduos); de modo tradicional (ações orientadas por costume consagrado no tempo, por uma tradição); de modo racional referente a valores (diz respeito ao comportamento que se esforça para agir de maneira coerente e consequente em relação a uma convicção de ordem moral, estética, religiosa, política ou outra, independente dos resultados). Esse tipo de ação se aproxima da ação tradicional, quando a conformidade com as convicções se tornam rotineiras e; de modo racional referente a fins (é a forma de ação fundamentada no cálculo utilitário de consequências) (WEBER, 1999).

A fim de compreender qual tipo de ação social melhor define a do empreendedor, é preciso tomar como ponto de partida o conceito de empreendedor de Schumpeter como um tipo ideal de empreendedor (MARTES, 2010).

Conforme defende Schumpeter (1988), o desenvolvimento econômico supõe uma interrupção (de forma descontínua) na economia de fluxo circular consequente de novas combinações “levadas a cabo” pelas mãos de um ator até então desconhecido: o empresário. Desse modo, o desenvolvimento econômico emprega de maneira diferente, recursos diferentes, fazendo coisas novas com elas combinadas de forma mais eficiente do que as antigas (SCHUMPETER, 1988).

Sendo o processo de desenvolvimento econômico (e seus ciclos) consequência dessas novas combinações e desses novos usos dos recursos, temos: (a) introdução de um novo bem ou de um bem já existente com nova característica; (b) introdução de novo método de produção; (c) abertura de novo mercado; (d) descoberta de novas fontes de suprimento; e (e) desenvolvimento de novas formas de organização (COSTA *et al.*, 2011).

Assim, tais inovações são caracterizadas como potencializadoras de perturbações conforme propôs Costa *et al.*, (2011), as quais movimentariam as economias e sociedades em direção ao desenvolvimento. Desse modo, o empreendedor é na visão de Schumpeter o agente que inicia estas mudanças, alterando o sistema em equilíbrio por meio da identificação de novas oportunidades: “chamamos ‘empreendimento’ a realização de combinações novas; chamamos de ‘empresários’ os indivíduos cuja função é realizá-las” (SCHUMPETER, 1988).

Para Schumpeter (1988), é somente o empresário quem necessita de crédito, emergindo assim, a figura do banqueiro como elemento que auxilia no fenômeno do desenvolvimento. Ainda assim, além dos elementos de novas combinações e do crédito, outro elemento é descrito por Schumpeter como necessário ao desenvolvimento econômico é o empresário, cuja função consiste em “assumir as responsabilidades no momento em que sem ele as possibilidades estão “mortas”. Portanto, é mais pela vontade do que pelo intelecto que os líderes cumprem a sua função, mais pela autoridade, pelo “peso pessoal” do que por ideias originais” (RODRIGUES, 2013, p. 96).

Desse modo, para Schumpeter (1988), empreender é inovar no sentido de trazer condições para que haja uma transformação radical onde o empreendedor atua. Para ele, o indivíduo empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico.

O empreendedor não pertence a uma classe social, é fruto de conquista e não é pelo fato de correr riscos ou ter controle da propriedade é que o capitalista ou acionista pode ser considerado empreendedor. Para ele, características como comportamento excepcional, ou seja, “obstinação acima da média, e qualidades raras, tanto intelectuais quanto psíquicas” (MARTES, 2010, p. 262) são exigidas. O empreendedor encontra-se nas mãos de sua intuição e a primeira tarefa deste é compreender a realidade a qual está inserido e atuando; além de estimulado pelas

dificuldades que enfrenta, o empreendedor precisa dispor de uma enorme força de vontade; saber lidar com a reação de oposição do ambiente social; ter capacidade de liderança (liderar um processo de inovação) e motivação, pois, conforme cita Martes (2010), fazendo referência à Schumpeter,

o empreendedor schumpeteriano age racionalmente, mas não orienta sua ação apenas pela razão, do mesmo modo que seu objetivo final não é apenas o lucro. Sua motivação também não é hedonista (satisfação das próprias necessidades). O sentido de sua ação deve ser buscado, antes, no “sonho e desejo de fundar um reino privado” (equivalente moderno à nobreza medieval), o “desejo de conquistar”, “impulso para lutar” “provar-se superior aos outros”, “alegria de criar e fazer coisas (SCHUMPETER, 1985, p. 65).

Nessa perspectiva, Steiner (2006, p. 26) defende que “para Schumpeter o empreendedor não é movido pelos princípios do cálculo custo-benefício (racionalidade instrumental)”, mas sim por motivos que usam como criação de um império industrial, sede de poder, gosto pelo sucesso entre outros.

Nesse cenário de disseminação da ideia de empreendedorismo como sobrevivência do mundo atual, quiçá o tipo e o conceito de empreendedor schumpeteriano estejam distanciado da realidade atual e dos empreendedores atualmente retratados na literatura de negócios e nas pesquisas sobre o tema. Principalmente porque para Schumpeter, “empreender é, sobretudo inovar, não se tratando de qualquer tipo de inovação, senão aquela de caráter pioneiro e transformador” (MARTES, 2010, p. 264).

Em outras palavras, estamos falando da capacidade de inovação e não da sobrevivência dos indivíduos. Diz-se isto, pois quando consideramos os historicamente elevados índices de informalidade dos mercados de trabalho na América Latina e a perspectiva neoliberal de desenvolvimento proposta por autores como o economista peruano Hernando de Soto, esta situação evidenciaria o caráter empreendedor dos trabalhadores latino-americanos diante do excesso de regulamentação estatal (LIMA, 2010). Esta questão será mais bem abordada a partir do capítulo seguinte.

Resgatando a discussão mencionada anteriormente e relacionando as teorias de Weber e Schumpeter, Martes (2010), ressalta que a ideia de ação (mediada por interesses) é inerente ao conceito de empreendedor e a ação do empreendedor é social na mesma perspectiva weberiana: porque leva em conta o(s) outro(s), ou seja,

uma pluralidade de agentes determinados ou indeterminados (inclusive instituições) (MARTES, 2010).

2.4 Empreendedorismo na literatura de negócios

Na atualidade, os discursos políticos têm advogado a favor de uma administração pública voltada ao interesse público e uma administração empresarial socialmente responsável. Nas palavras de Barbosa (2009), tais ações de responsabilidade social empresarial, estão inscritas num conjunto de técnicas de gerenciamento que não estão preocupadas em viabilizar uma condição plena de cidadania, mas sim o atendimento de necessidades e carências locais. Na prática o que se presencia é a difusão do “ideário gerencialista que legitima a excelência dos modismos e ferramentas difundidas no mundo do *management*, além de recomendar a transplantação de técnicas e práticas utilizadas nas empresas para a gestão pública” (PAES DE PAULA, 2001, p. 2).

Contribuindo para disseminar e homogeneizar conceitos e práticas gerenciais, a indústria do *management* apresenta-se como importante veículo reprodutor da ideologia na sociedade. Nesse sentido, a mídia de negócios efetiva esse processo divulgando o “espírito empreendedor”, seus valores e práticas (COSTA, *et al.* , 2008).

Torna-se importante destacar que por mídia de negócios entende-se o conjunto de livros, revistas e jornais de negócios caracterizados como artefatos da cultura do *management* (WOOD JR., 2001). Segundo Wood Jr. e Paes de Paula (2002), tal cultura possui como pressupostos

a crença da sociedade no mercado livre; a visão do indivíduo como auto-empresendedor; o culto da excelência como forma de aperfeiçoamento individual e coletivo; o culto de símbolos e figuras emblemáticas; a crença em tecnologias gerenciais que permitem racionalizar as atividades organizadas grupais (WOOD JR. e PAES DE PAULA, 2002, p.57).

Alguns autores defendem que existe certa preocupação em relação a essa mídia, uma vez que a mídia de negócios contribui para a difusão dos modismos de gestão sem ao menos questionar as questões embutidas nessas informações, problemas complexos são abordados por meio de construções simbólicas, casos de sucesso são disseminados através de receitas prontas e ainda, as teorias são reproduzidas sem a devida reflexão crítica e contextualizadora, fazendo com que seja possível a deformidade de conceitos (COSTA, *et al.* 2008).

Admitindo como fator chave para o empreendedorismo a mobilização e multiplicação de recursos humanos na organização, a literatura predominante dissemina as competências requeridas e a adesão às metas, forjando então uma cultura empreendedora (GAIGER e CORRÊA, 2011), isto é, contribuindo para disseminar o “espírito empreendedor”.

Tais competências e traços de personalidade que caracterizam a figura do empreendedor começam a ser questionadas no final dos anos setenta a partir dos estudos de McClelland (1967) juntamente com os fatores Sócio-Econômico e culturais que favoreceriam a formação de indivíduos com tais traços. Conforme propõe Castanhar (2007), é a partir de dois argumentos que essa abordagem se desenvolve: o estudo ganharia mais densidade se o foco de análise fosse as características e a natureza do processo que caracteriza as atividades empreendedoras e não as características do indivíduo; e ainda, as diferenças entre empreendedores poderiam ser maiores do que as diferenças entre empreendedores e não-empreendedores. Com isso, a literatura gerencial além da Psicologia e Sociologia estende-se para áreas como Estratégia, Marketing e Finanças.

Conforme Castanhar (2007), marcante nesse processo de mudança de foco do estudo é a contribuição que procura definir as características do empreendedor, a saber: autonomia, capacidade de assumir riscos, capacidade de inovar, capacidade de agir de forma proativa e competitividade agressiva.

Ainda na perspectiva do mesmo autor, a literatura do empreendedorismo segue dois rumos nesses últimos anos: em estudos originados na literatura econômica, estratégias e iniciativas de empreendedores não geram interesse, mas sim, os efeitos sobre o crescimento econômico. Em contrapartida, na literatura gerencial, o destaque fica para as estratégias dos empreendedores e o desempenho das empresas enquanto que o efeito macroeconômico é ignorado, ou tido como óbvio (CASTANHAR, 2007).

Refletindo sobre a trajetória das pesquisas sobre o tema empreendedorismo, o início da década de 1980 merece destaque já que um dos primeiros e mais completos balanços sobre o estado da arte do empreendedorismo surgia.

O foco de análise da figura do empreendedor teve ao longo do tempo uma mudança gradual: primeiro pensava-se os traços da personalidade desse indivíduo e

logo após o foco dos estudos passaram a ser o negócio do empreendedor e os processos envolvidos. Concomitantemente, algumas linhas de pesquisa priorizavam a diferença entre empreendedores e proprietários de pequenas empresas (IDEM, 2007). Já o período de 1991 a 1995 é marcado por questões estratégicas, trazendo elementos como “desempenho, estratégia de entrada e barreiras à entrada, o papel do capitalista de risco e de seus critérios de decisão, e a análise de estágios de crescimento” (CASTANHAR, 2007, p.37). Aqui o autor faz referência aos trabalhos pioneiros do autor da área da Administração, o canadense Henry Mintzberg.

Ainda assim, é preciso mencionar os trabalhos de Lumpkin e Dess, os quais definiram que ao se pensar o comportamento empreendedor de gestão estratégica é preciso trazer duas diferenças: o conceito de empreendedorismo e a “orientação empreendedora”. Ao examinar a literatura tais autores percebem que o conceito de empreendedorismo, nas pesquisas pode ser mais bem definido como a criação de novas empresas ou projetos numa empresa que já existe. Já a orientação empreendedora seria “o conjunto de processos chaves que resultam num modo empreendedor de gestão estratégica” (IDEM, p. 44).

Como forma de ilustrar essa literatura de negócios mencionada, Álvaro Mello, consultor da área de empresarial, traz uma síntese⁹ de alguns títulos, utilizados tanto na literatura acadêmica como também referências para autogestão, considerados relevantes para o ensino do empreendedorismo. São eles: “Intraempreendedorismo: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor” (Gifford Pinchot); “Empreendedorismo: Fundamentos das Organizações Empreendedoras (Larry Farrel)”; “Inovação e Espírito Empreendedor” (Peter Drucker); “O Empreendedor – Fundamentos da Iniciativa Empresarial” (Ronald Degen & Álvaro Mello); “Criando seu Próprio Negócio – Como Desenvolver o Potencial Empreendedor” (Silvio Santos & Heitor José Pereira); “Negócios que Deram Certo” (Álvaro Mello & Silvio Olivo); “Grandes Sucessos da Pequena Empresa” (Francisco Gracioso); The Blackwell Handbook of Entrepreneurship” (Donald Sexton); “Pioneiros & Empreendedores – A Saga do Desenvolvimento no Brasil” (Jacques Marcovitch); “Empreendedores Brasileiros – Vivendo e Aprendendo com Grandes Nomes” (Francisco Brito & Luiz Wever); “Empreender não é

⁹ Disponível em: <http://www.beca-ework.com/>. Acesso em 21 de junho de 2013.

Brincadeira” (Bob Wollheim & Pyr Marcondes); “Empreendedorismo – Transformando Ideias em Negócios” (José Carlos Assis Dornelas); “Oficina do Empreendedor”, (Fernando Dolabela); “Empreendedorismo- Dando Asas ao Espírito Empreendedor” (Idalberto Chiavenato) e “Geração de Emprego e Renda no Brasil – Experiências de Sucesso” (Aquiles Siqueira).

É de costume na literatura de negócios, os artigos e livros que tratam sobre o tema empreendedorismo apresentá-lo como solução e salvação para todos. Segundo Dantas (2011), é raro encontrar documentos que apresentem e discutam as desvantagens do empreendedorismo. Para ele, como resultado disso, tem-se um mercado que apresenta uma percepção pouco condizente com a realidade empresarial, pois na medida em que é enfatizada essa visão entusiástica do empreendedorismo, isto se torna “verdade”, pelo modo como ele é “bombardeado” de informações irreais.

Dessa maneira, para fins ilustrativos, cita-se aqui o trabalho de Dias & Wetzel (2011), feito a partir de pesquisa realizada com o objetivo de compreender como a revista *Exame* apresenta, durante 10 anos de publicação, definições particulares para o “empreendedorismo”. Tais autores afirmam que os jornalistas da revista *Exame* defendem a existência de um ambiente econômico naturalmente propício para os “empreendedores”; apresentam continuamente a abertura de uma firma como algo a ser perseguido pelos sujeitos, dando a esta ação um status extremamente positivo e diferenciado em relação ao emprego assalariado. Além disso, dão dicas de oportunidades e sugestões de como lidar com o mundo dos negócios; e defendem a ideia de que todos os indivíduos esses criativos ou não, empregados e desempregados, jovens ou veteranos, com pouco ou muito capital, podem tornar-se “patrão”, disseminando assim, o campo de alcance do empreendedorismo.

Ainda nesse estudo, os autores afirmam que o termo “empreendedorismo”, vinculado às pequenas empresas, presta-se a sentidos múltiplos: ou sinônimo de abertura de negócio; em outros casos, o termo se identifica com a figura do empreendedor que pode ser um sujeito com características particulares natas, ou um técnico que usa a racionalidade para alcançar objetivos. Ao falar do indivíduo que não nasceu empreendedor, os jornalistas da revista *Exame* têm o cuidado de afirmar que não é um empecilho deixar de empreender (DIAS & WETZEL, 2011).

Desse modo, o que se procura disseminar é a ideia de que qualquer um pode tornar-se um empreendedor. A ideia de empoderamento também emerge nessa análise realizada pelos autores, pois, tendo vontade e persistência, o indivíduo é capaz de realizar tudo o que pretende. Segundo tais autores, os instrumentos discursivos da revista estão ancorados de forma geral, na afirmação da individualização e do mérito e ainda de propostas concretas de formas de ser, ver e agir (IDEM, 2011).

Em geral, na literatura de negócios, são destacadas algumas vantagens do empreendedorismo: a possibilidade de ganho financeiro; gerar auto-emprego, oferecendo mais satisfação no trabalho e flexibilidade para a força de trabalho; geração de renda e aumento do crescimento econômico; competição saudável, que estimula a criação de produtos de maior qualidade; mais bens e serviços disponíveis; desenvolvimento de novos mercados; promoção do uso de tecnologia moderna em pequena escala; fabricação para estimular o aumento de produtividade; encorajamento de mais pesquisas e estudos e desenvolvimento de máquinas e equipamentos modernos para consumo doméstico; desenvolvimento de qualidades e atitudes empreendedoras entre potenciais empreendedores, que podem contribuir para mudanças significativas em áreas distantes; liberdade em relação à dependência de empregos oferecidos por outros; redução da economia informal; emigração de talentos pode ser impedida por um melhor clima de empreendedorismo doméstico (DANTAS, 2011).

Tidas como verdades normativas e adaptáveis a qualquer indivíduo, a mídia de negócios dissemina o espírito empreendedor através de uma linguagem clara, fácil e simples a fim de estimular o maior número de pessoas possíveis. Em conjunto com a mídia, o ambiente se torna favorável para o crescimento do empreendedorismo: políticas públicas são revistas e hoje no Brasil abrir uma empresa ou tornar-se micro empreendedor pode levar apenas algumas horas. Junto a isto, os cursos através do chamado sistema S¹⁰, como por exemplo, o SEBRAE, e

¹⁰ Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil: SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. Confederação Nacional do Comércio: SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio. SESC - Serviço Social do Comércio. Sistema Cooperativista Nacional: SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. Confederação Nacional da Indústria: SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. SESI - Serviço Social da Indústria. Confederação Nacional do Transporte: SEST - Serviço Social de Transporte. SENAT - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte. Micro e Pequenas Empresas: SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Outras áreas: Fundo Aeroviário - Fundo Vinculado ao Ministério da Aeronáutica; DPC - Diretoria de Portos e Costas do Ministério da Marinha; INCRA - Instituto Nacional

também as faculdades fazem com que o empreendedorismo seja disseminado cada vez com mais intensidade e atinja às massas cada vez mais cedo.

Dantas (2011) ainda sugere que com essa disseminação do empreendedorismo uma consequência pode ser destacada: a criação de subempregos que marca o empreendedorismo brasileiro. Para ele, no Brasil, muitos dos principais cases de sucesso de empresas tidas como empreendedoras referem-se a empresas que trabalham com terceirização. Outro ponto que merece uma reflexão como o empreendedorismo brasileiro é a ideia “irreal” de que tudo é muito fácil e será um sucesso, fazendo com que mesmo aquele indivíduo que não tenha o perfil de empreendedor, acredite que tenha. Para o autor, o empreendedorismo passa a ser a válvula de escape. Abordaremos melhor estes pontos nos capítulos seguintes.

Contribuindo para um ambiente cultural e ideológico, a literatura de negócios dissemina de forma cada vez mais dinâmica aos indivíduos a ideia de empreendedorismo. As “receitas” e propostas reproduzidas por essa literatura parecem servir como canalizadores de um conjunto de ideias e visões de mundo capazes de consolidar uma verdade orientada para a lógica econômica, isto é, “cujo alicerce encontra-se numa lógica gerencial e empresarial a ser apreendida por todos os indivíduos” (DIAS & WETZEL, 2011).

2.5 O Empreendedorismo e o novo espírito do capitalismo

A expressão espírito do capitalismo foi utilizada ao final do século XX, por diferentes teóricos sociais que tentavam assimilar o legado deixado por Marx (LIMA JÚNIOR, 2011). Segundo López-Ruiz (2007), as características deste espírito não podem ser deduzidas, mas sim, serem derivadas gradualmente da realidade, a partir da pesquisa histórica. Assim, qualquer tentativa de localizar o espírito do capitalismo fora do contexto histórico a partir do qual foi construído é, no mínimo, perder de vista que se trata de um instrumento de conhecimento e não de um objeto a ser conhecido. Dessa forma, o espírito do capitalismo, segundo o autor, é um constructo mental e não uma realidade histórica em si mesma, e aqui temos uma forte influência weberiana.

Antes de trazermos os “novos arranjos” do novo espírito do capitalismo é importante mencionar o que Weber defende por espírito do capitalismo. Para ele, esse espírito, remete “ao conjunto dos motivos éticos que, embora estranhos em sua finalidade à lógica capitalista, inspiram os empresários em suas ações favoráveis à acumulação do capital” (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009, p. 39).

Desse modo, é sabido que o capitalismo necessita dispor de condições de garantia e segurança mínima às pessoas (elemento crucial na mobilização ideológica das forças produtivas). Portanto, utilizando-se das ideias de Boltanski e Chiapello (2009, p. 35), espírito do capitalismo compreende “a ideologia que justifica o engajamento no capitalismo”, ou seja, um conjunto de crenças (inscritas em instituições) que dirigem e justificam a ação de pessoas e grupos (LEITE e MÁXIMO E MELO, 2008).

Sendo assim, o espírito do capitalismo que emerge a cada época deve ser capaz de oferecer recursos que diminuam a preocupação provocada por três questões, conforme sugerem Boltanski e Chiapello, (2009, p. 45):

1). Em que o engajamento nos processos de acumulação capitalista é fonte de entusiasmo, inclusive para aqueles que não serão necessariamente os primeiros beneficiários dos lucros realizados?

2) Em que medida aqueles que se empenham no cosmos capitalista podem ter certeza de garantias mínimas para si e para seus filhos?

3) Como justificar, em termos de bem comum, a participação na empresa capitalista e defender, contra as acusações de injustiça, o modo como ela é dinamizada e gerida?

Tais autores possuem duas descrições tipificadas do espírito do capitalismo. Empreendida em fins do século XIX, a primeira descrição assenta-se na figura do burguês empreendedor e na descrição dos valores burgueses (sintonizado com as formas do capitalismo essencialmente familiar de uma época em que o gigantismo empresarial ainda não era buscado). Já na segunda, desenvolvendo-se entre os anos 30 e 60 do século XX, a caracterização do espírito do capitalismo recai não tanto sobre o empresário, mas sim sobre a organização (ligado a um capitalismo de empresas tem-se aqui como figura heroica o diretor e a dimensão da garantia assegurada pela racionalização e planificação a longo prazo).

Na perspectiva desses autores, essas modificações do espírito do capitalismo acompanham tanto as modificações na vida e no trabalho como as expectativas dos trabalhadores, não só para si como também para seus filhos, visto que as

garantias conferidas pelos diplomas superiores diminuíram, as aposentadorias estão ameaçadas e as carreiras já não são asseguradas. O poder de mobilização do "segundo espírito" é questionado, ao mesmo tempo em que as formas de acumulação se transformaram de novo, profundamente (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009, p.51).

Para os autores, além dos dois espíritos mencionados, é preciso destacar ainda um terceiro espírito que deverá ser isomorfo a um capitalismo globalizado, que põe em prática novas tecnologias. Aqui se pode relacionar também a ideia de Manuel Castells em relação à sociedade em rede. Desse modo,

enquanto os críticos da financeirização enxergam a sombria precarização do trabalho e as tensões pessoais e sociais que ela provocaria, os adeptos da ideia de "sociedade em rede" veem a promessa da flexibilidade dos indivíduos em processo de auto-desenvolvimento (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 1999; POWELL, 2001; GRÜN, 2003 *apud* LEITE E MÁXIMO E MELO, 2008, p. 36)

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

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

Mesmo em meio a tantas discussões e indefinições sobre o tema, é possível identificar conforme sugerem Costa *et al.* (2011) três abordagens mais recentes em relação ao empreendedorismo.

Derivando de uma perspectiva comportamental, a abordagem behaviorista traça a definição de perfis das personalidades do empreendedor, dominando as

pesquisas sobre o tema na década de 1970 e 1980 a partir dos trabalhos de McClelland e dos avanços nas ciências do comportamento.

A segunda abordagem, ainda na perspectiva de tais autores, concentra-se nos estudos sobre as habilidades e competências dos empreendedores e o seu relacionamento com o ambiente organizacional. Debruçados nas ideias de Mello, Leão e Paiva (2006), os autores afirmam que essas competências relacionam-se na identificação de oportunidades, relacionamento em rede, habilidades conceituais e de gestão, visão dos cenários e comprometimento tanto individual como com a organização.

Como última abordagem tem-se a que se concentra entre o empreendedorismo e as ideias de inovação, risco calculado e desenvolvimento (COSTA *et al*, 2011).

Segundo tais autores, mesmo em se tratando de diferentes abordagens, todas convergem para uma sociedade centrada em um mercado livre, que tenha capacidade de produzir mais riqueza tornando-se permanente a existência de indivíduos capazes tanto de criar e aproveitar os seus negócios, quanto de melhorar os processos e inventar negócios. Dito de outra maneira,

o atual processo de valorização, celebração e exaltação do empreendedor e do empreendedorismo privilegia um modelo específico de desenvolvimento econômico e social pautado pelo capitalismo de mercado, assumido como natural, ideal e exemplar. A partir dessa ótica, para que uma sociedade possa potencializar todos os supostos benefícios provenientes de um mercado livre capitalista, necessita do espírito empreendedor gerador de inovação e de riquezas (COSTA *et al.*, 2011, p. 183).

Com isto o empreendedorismo, conforme sugere Colbari (2007, p. 76), “trata-se de uma força social desencadeada por comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas”. Sendo assim, conforme defende Lima (2010) juntamente com o trabalhador flexível e o cooperado, o empreendedor tornam-se figuras representativas do “novo” espírito do capitalismo. O trabalhador internaliza os requisitos que são impostos pelo mercado fazendo com que sua realização tanto profissional quanto pessoal (e até sua sobrevivência) dependa cada vez mais desse espírito, uma vez que devido às transformações ocorridas no mundo do trabalho, “a incerteza em relação ao futuro e a fragilização da confiança em um tipo de sociedade que seja capaz de responsabilizar-se pelas ações dos indivíduos e

por projetos e ideais” (BARBOSA, 2011, p. 130), amedrontam o indivíduo da atualidade, que para manter-se no mercado e empregável é preciso de grandes investimentos pessoais.

Nesse sentido, conforme Boltanski e Chiapello (2009) argumentam, o empreendedorismo é a ideologia do novo espírito do capitalismo que surge para garantir não só a adesão como a legitimidade às atividades antes não valorizadas (LEITE E MÁXIMO E MELO, 2008) e orientar o comportamento dos indivíduos disseminando através desse novo *ethos* uma visão de mundo que busca padrões organizacionais tanto de produção flexível quanto de novos arranjos sociais fora das relações salariais tradicionais (COLBARI, 2007).

Sendo assim,

inovação, mudança, criatividade e empreendedorismo despontam como a solução ao desafio da sociedade de empregados de recuperar sua “energia econômica”, compõem o novo “evangelho do trabalho”, os “valores constitutivos do *ethos* econômico do sistema capitalista atual (LÓPEZ-RUIZ, 2004:47; BOLTANSKI & CHIAPELLO, 1999 *apud* COLBARI, 2007, p. 100).

Conforme López-Ruiz (2007), juntamente com todas essas reflexões acerca do espírito do capitalismo surge a figura que funda este novo espírito: o empreendedor, que tem por função unificar o capital e o trabalho, determinar a direção e o volume da produção e estabelecer a relação entre produção e consumo tomando para si o controle do processo econômico.

Refletindo sobre este novo espírito do capitalismo, Castanhar (2007) faz referência aos trabalhos de Shane e Venkatamaram (2000), que propõem uma argumentação a partir da premissa de que a manifestação do empreendedorismo exige antes a existência de oportunidades que despertem tais iniciativas.

Em “decorrência do colapso do compromisso fordista e da crise do Estado do Bem-Estar Social” (BARBOSA, 2011, p. 121), o processo de desfiliação indicado por Castel (2003), o qual foi produzido pela crise do projeto salarial corresponde ao tipo de exclusão social que trouxe como consequência um novo *ethos* que acabou permitindo com que o empreendedorismo assumisse tanto a forma de estratégia de sobrevivência quanto uma forma de comportamento a ser seguido. Importante destacar que o termo desfiliação é utilizado por Castel (2003) para substituir a ideia de exclusão uma vez que ninguém pode estar totalmente fora da sociedade. Sendo assim, representando a perda do lugar do indivíduo no que concerne à produção de

riqueza da sociedade, a desfiliação faz com que o indivíduo perca também as proteções sociais que obtinha via trabalho (NARDI, 2002).

Considerando que o discurso possui em si uma rede simbólica de relações de dominação ideológica e de poder, é nessa perspectiva de ausência de emprego e de referências que emerge uma nova concepção de indivíduo cujas ações orienta-se como um negócio que “revela-se paradigmaticamente na retórica dos executivos, dos *coaches* e *headhunters*, na literatura *pop management* e nas correntes educativas do atual cenário” (LIMA JUNIOR, 2011, p. 11).

Além de adotar um comportamento empreendedor no sentido não só de tornar-se empreendedor, conceitos como o de intra-empreendedorismo já podem ser vistos nas relações da sociedade. O intra-empreendedor é

o indivíduo que, ao invés de tomar a iniciativa de abrir o seu próprio negócio, toma a iniciativa e criar, inovar e buscar novas oportunidades e negócios para organização na qual trabalha. É o empreendedor dentro da própria empresa, que tem a habilidade de manter naturalmente a inovação sistemática no negócio, diferenciando-o e mantendo-o competitivo no mercado (DANTAS, 2011, p. 18).

As discussões sobre o empreendedorismo perpetuam-se até hoje, com diversos autores de diferentes áreas contribuindo para o tema. Segundo Dantas (2011), isso se ilustra a partir de autores como McClelland que em 1961 descreveu o empreendedor como aquele que é motivado por uma necessidade de realização e forte impulso para construir. Além dele, autores como Collins e Moore (1970); Cooper, Woo e Dunkelberg (1988); Bird (1992); Busenitz e Barney (1997) são citados no trabalho de Dantas (2011) como autores que contribuíram com pesquisas sobre o tema empreendedorismo.

Desse modo, o que se vê nesse novo espírito do capitalismo, é a obsessão com o novo conforme defende Lopèz-Ruiz (2004). Segundo ele, é

o empreendimento de novas combinações o que constitui o empresário” – dirá Schumpeter, ao que acrescenta: “o empresário e sua função não são difíceis de conceituar: a característica definitiva é simplesmente o fazer novas coisas ou o fazer de uma maneira nova coisas que já haviam sido feitas (a inovação)... Dever-se-ia ver em seguida que ‘o novo’ não necessita ser espetacular ou de importância histórica.” Essa fixação com “o novo”, em suas múltiplas acepções e derivações – mas sempre de alguma maneira enlaçado a conotações econômicas – parece derivar da figura do empreendedor (LOPÈZ-RUIZ, 2004, p. 48).

Sendo assim, ao considerar a influência dos valores econômicos orientando-se para outros domínios da vida social contribuindo para a transformação, conforme

cita Lima Junior (2011, p. 18) de “sujeitos de direito em indivíduos-micro-empresas-empREENDEDORES”, é possível pensarmos que o espírito do capitalismo, ao encontrar formas, e estas ideológicas, que justifiquem “o engajamento do sujeito em um conjunto de práticas e atitudes que se apresentam associadas a tudo o que é bom e próspero”, (LIMA JUNIOR, 2011, p. 18) dissemina atualmente o empreendedorismo como um modelo de vida heroica e uma aventura possível para todos (EHRENBURG, 2010).

3 O papel do Estado brasileiro e a atuação do SEBRAE na reprodução do empreendedorismo

Feitas as discussões acerca das teorias que servem como fio condutor para essa pesquisa, apresenta-se neste capítulo, a análise e algumas discussões e reflexões em volta do material coletado para essa pesquisa. Desse modo, este capítulo apresenta algumas questões sobre o cenário do mercado brasileiro que possibilitou o surgimento do SEBRAE, trazendo temas como informalidade e a criação da Lei Geral no Brasil e ainda a construção do empreendedor brasileiro através do discurso disseminado pelo SEBRAE.

3.1 Do Bem Estar incondicional para o Bem Estar em troca de trabalho

Refletindo sobre o contexto em que surge o SEBRAE é preciso trazer à tona algumas discussões anteriores que nos possibilitam entender o cenário em que emerge a instituição SEBRAE.

O desenvolvimento de políticas de integração da classe trabalhadora ao padrão de consumo capitalista, promovido pelos modelos de *Welfare State* - Estado do Bem Estar Social -, via reconhecimento de garantias atreladas ao assalariamento, promoveu nas três décadas seguintes à II Guerra Mundial, uma melhora significativa das condições de vida nos países centrais do capitalismo.

Conforme propõe Esping-Andersen (1995), o *Welfare State* significou mais do que um simples incremento das políticas sociais no mundo industrial desenvolvido: representou um esforço de reconstrução econômica, moral e política.

Em termos econômicos, o *Welfare State* representou o abandono da lógica centrada no mercado em favor da segurança do emprego bem como dos direitos de cidadania. Já no aspecto moral, esse regime surgia em defesa das “ideias de justiça social, solidariedade e universalismo” (IDEM, p. 73) enquanto que politicamente, pode-se dizer que o *Welfare State* foi “parte de um projeto de construção nacional, a democracia liberal, contra o duplo perigo do fascismo e do bolchevismo” (IDEM, p. 73). Desse modo, é sabido que muitos Estados Nacionais se autoproclamaram

como *Welfare States*, não tanto por designarem desse modo “as suas política sociais, quanto por promoverem uma integração social nacional” (IDEM, p. 73).

Os Estados de Bem-Estar Social garantiram um conjunto de direitos através da ideia de pleno emprego, “na oferta universal de serviços sociais (como saúde e educação) e na criação de uma linha de pobreza abaixo da qual ninguém deveria viver” (SILVA, 2011, p. 26), surgindo aí, a ideia de trabalhador cidadão.

Refletindo sobre a consolidação dos Estados de Bem-Estar Social, nos países desenvolvidos, é preciso pensar, porém, como esse processo ocorreu no Brasil, visto que tais formações aconteceram de formas distintas em função da história e da política de cada país.

Trazendo tais questões para o contexto brasileiro, Pereira (2000), afirma que esse sistema de proteção social no Brasil, não se apoiou “nas pilastras do pleno emprego, dos serviços sociais universais, nem armou, até hoje, uma rede de proteção impeditiva da queda e da reprodução de estratos majoritários da população na pobreza extrema” (PEREIRA, 2000, p. 125).

Nardi (2002), considerando o papel desempenhado pelo Estado no Brasil no que diz respeito à valorização do trabalho, indica que somente a partir da Era Vargas começou-se a delinear um regime jurídico de proteção jurídica ao trabalhador, no caso em questão, a criação através do Decreto-lei nº 5.452 do dia 1 de maio de 1943 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Referindo-se ao tipo de cidadania que emerge com a CLT, Santos (1979), cunha o termo cidadania regulada para caracterizar esse período onde a carteira assinada de trabalho era uma espécie de atestado de cidadania da inserção do indivíduo na estratificação ocupacional definida por norma legal. Isto demonstrou “por parte do Estado, um esforço consciente de atribuir um valor intrínseco ao trabalho” (NARDI, 2002, p. 61).

Corroborando tais argumentos, para Silva (2011),

(...) não houve um Estado de Bem-estar Social no Brasil, considerando as características das políticas sociais nacionais já indicadas, as quais estavam constantemente relegadas ao segundo plano, e o caráter restrito de sua cobertura, mesmo nos períodos de redemocratização. Aliás, um fato característico da experiência da proteção social brasileira é que os programas sociais foram mais amplamente distribuídos nos períodos das ditaduras. A Constituição Federal Brasileira de 1988 continuou sendo descumprida pelos governantes que a sucederam, apesar de ela ter em suas pautas valores de cidadania que beneficiariam a todos (SILVA, 2011, p. 31).

O autor ainda busca apoio na afirmação de Abreu (1997 *apud* SILVA, 2011),

(...) o qual considera que não ocorreu a promoção de um Estado de Bem-estar Social em nenhum dos “novos países industrializados da periferia capitalista” entre os quais o Brasil. O que ocorreu, foi o aprofundamento das desigualdades produzidas pelas próprias políticas públicas concentradoras de renda e socialmente excludentes (ABREU, 1997 *apud* SILVA, 2011, p.32).

Considerando a trajetória do modelo do Estado de Bem-Estar Social, é importante ressaltar que este perde força a partir da década de 1970, quando começa a ser questionado devido ao aumento de investimento na automação em consequência do avanço das novas tecnologias (modelo de acumulação flexível, ou toyotismo) culminando, dentre outros aspectos, numa reestruturação do padrão de produção e crescente desemprego (ARAÚJO, 2010).

Sendo assim, ganhou força na década de 1980, o debate “pós-fordismo” ou reestruturação produtiva, após a constatação de um intenso processo de “flexibilização” tanto da produção como das relações de trabalho. Assim, não só nos textos explicativos, como também no discurso empresarial, flexibilização e flexibilidade tornam-se palavras chaves ao se pensar sobre o processo de reestruturação produtiva, relações de trabalho e mudanças no Estado (SANTANA E RAMALHO, 2003).

Nardi (2006) entende por processo de reestruturação produtiva, a transformação “do modelo de acumulação taylorista-fordista no contexto do estado-nação para a acumulação flexível no contexto da globalização” (NARDI, 2006, p. 53). Tal processo aumentou a exploração da força de trabalho diminuindo os custos de produção, tido como consequência a flexibilização da produção industrial, a subcontratação de empresas e a terceirização do trabalho.

Os contratos de trabalho gestados por esse estado de coisas, com certa frequência, trazem a marca da precarização de direitos, aliado ao desemprego estrutural que emergiu fortemente nas décadas de 1970 e 1980 por conta do caráter essencialmente redutor de mão de obra das novas tecnologias produtivas, acabando por promover um cenário de fragilização do processo de lutas sociais da classe trabalhadora (ANTUNES, 2003).

No Brasil, a crise do Estado evidenciou-se, a partir da crise fiscal da década de 1970, com o fim do “milagre econômico”¹¹, e agrava-se nos anos 1980 com o crescimento da dívida externa, exigindo ajustes pelo Banco Mundial e Fundo Monetário Internacional (CARVALHO, 2008). Para isso, investimentos estatais nas áreas sociais foram inviabilizados e os programas sociais deterioraram-se ganhando expressão o regime de produção pós-fordista “assentado em uma doutrina monetarista de conotação meritocrática a qual, ao privilegiar a autoproteção dos indivíduos, a inovação e o empreendedorismo, remonta às postulações econômicas de Joseph Alois Schumpeter” (SILVA, 2011. p. 35).

Tendo como característica principal, a forte intervenção do Estado, tanto no que concerne a criação de condições de produção e acumulação, como através de políticas de garantia de emprego, geração de renda, consumo e acesso aos bens públicos, o modelo de Estado de Bem Estar Social conforme dito anteriormente, predominou até os anos 1970 (RODRIGUES, 2013).

O esgotamento de tal modelo se deu conforme propõe Arienti (2003), a partir da estagnação das economias desenvolvidas; do rompimento dos pontos centrais do acordo internacional de Bretton Woods; da crescente reivindicação salarial de trabalhadores sindicalizados; das manifestações da juventude de classe média contra os padrões de produção e de cultura tipicamente fordistas; da decisão autônoma da OPEP (Organização dos Países Exportadores de Petróleo) de elevar o preço do petróleo (desencadeando a chamada crise do petróleo); da crise fiscal que atingiu quase todos os governos nacionais; e da crise da dívida externa de vários países em desenvolvimento. Ainda assim, conforme defende Rodrigues (2013), alguns autores defendem que uma das principais causas do fracasso do referido modelo assenta-se:

(...) no alto custo de manutenção do regime de bem-estar social, uma vez que esse ultrapassava as receitas das contribuições dos trabalhadores e desestimulava, por conta da proteção social, o trabalho e, conseqüentemente, a eficiência produtiva (ARIENTI, 2003; IGLESIAS, 2006;

¹¹ Ocorrido no período de 1968 a 1974, o Milagre econômico é caracterizado por um acelerado crescimento decorrente das reformas do período anterior e das favoráveis condições internacionais, em que “a manutenção do crescimento se deu em função da vontade política do governo militar (o objetivo do Brasil Potência), que foi contra a tendência mundial de retração do crescimento, a partir da primeira crise do petróleo de 1973/74” (SILVA, 2011, p. 35). Em paralelo a isso, houve expansão e também a diversificação do emprego (ainda que muitos em regime informal). O crescimento da economia do mundo permitiu a superação das taxas históricas de crescimento e a classe média foi a grande beneficiária desse crescimento, do modelo político e projetos urbanísticos (SILVA, 2011).

BRESSER PEREIRA, 1996, BRESSER PEREIRA, 1997, JESSOP, 1991 *apud* RODRIGUES, 2013).

Com o objetivo de assegurar condições de valorizar o capital, as transformações do Estado pós-keynesiano ocorreram delegando ao Estado não só a criação de um ambiente melhor para competitividade como também o apoio ao setor empresarial (JESSOP, 1993), atuando assim para promover a ampliação da capacidade inovadora das empresas e sua difusão para outros ambientes de produção. Tais fatores propiciaram um cenário de um sistema de inovações e parcerias entre organizações do Estado e privadas.

Sendo assim, os Estados além de disponibilizarem condições de qualificação em vista das novas tecnologias, permitiram maior flexibilidade e menor custo para as empresas, isto é, conforme indica Silva (2011) exigia-se um Estado que se adaptasse à multiplicidade das tarefas trazidas pelas novas tecnologias e pela nova organização da produção. Em vista disso, uma reforma nas leis trabalhistas e da previdência tornava-se necessária, políticas que em vez de “visarem distribuição de renda por meio do *welfare* (bem-estar incondicional), apoiariam o *workfare* (bem-estar em troca de trabalho)” (SILVA, 2011, p. 98).

As pressões provenientes do desdobramento desse cenário passaram a modificar o Estado, conforme denominação de Jessop (2002) de Estado Schumpeteriano ou “pró-trabalho” para um Estado centrado no oferecimento de melhores condições às empresas.

Considerando que as políticas econômicas keynesianas tinham como objetivo a “formação de infra-estrutura, o aumento da cadeia de produção e a maior circulação de produtos sem grande variedade” (IDEM, p. 99), as políticas econômicas schumpeterianas visavam através da sua lógica de flexibilização e consequentemente do paradigma denominado pós-fordista, a maior competitividade nos aspectos tecnológicos e de inovação na produção.

Desse modo, conforme Arienti (2003)

a estratégia é subordinar a política social às demandas empresariais por maior flexibilidade: (i) uma força de trabalho mais flexível, isto é mais adaptada a multiplicidade de tarefas exigidas pelas novas tecnologias e nova organização da produção; (ii) um mercado de trabalho mais flexível, isto é menos regulamentado pelo governo e de resposta mais rápida e menos onerosa às necessidades ora de contratação ora de dispensa frente às variações de vendas e; (iii) uma flexibilização, para baixo, nos custos indiretos da mão de obra, isto é, uma reforma na legislação trabalhista e

previdenciária com provável diminuição de benefícios, tendo em vista as necessidades de comprimir custos empresariais frente as pressões competitivas. Isto significa utilizar a política social para alcançar uma maior competitividade tanto por meios dinâmicos e estruturais, de adaptação da mão de obra aos requisitos de flexibilização da produção, quanto por meios espúrios, de redução de salários diretos e indiretos. Há claramente uma mudança na política social de uma prioridade da distribuição de renda do regime de bem-estar para uma visão mais produtivista e preocupada com a competitividade do regime pró-trabalho (ARIENTI, 2003, p.11).

Sendo assim, o objetivo central do Estado schumpeteriano seria, portanto, intervir pelo lado da oferta em sistemas de inovação local ou regional, com o intuito de desenvolver formas de regulação que se adaptassem melhor à ordem econômica internacional emergente. Esse Estado também reestruturaria o bem-estar social e o subordinaria às leis do mercado e ainda ajudaria a reforçar a dinâmica do regime pós-fordista de acumulação em três direções, a saber: 1) Orientando-se para a produção de inovações, fazendo uso de novas tecnologias; 2) Orientando-se para a concorrência internacional, reforçando a acumulação capitalista e evitando conflitos de classe; e 3) Orientando-se para a reestruturação da reprodução social no sentido da flexibilidade da produção, do mercado de trabalho e da proteção social com o apoio do Estado em capacitação empresarial (WOOD, JR. 1992).

Mesmo que atualmente o Estado ainda tenha poder político, através das políticas públicas, é notável que sua capacidade de protetor esteja nos dias de hoje enfraquecida. Desse modo, nota-se, atualmente um estímulo, por parte do Estado, para a emergência de organizações responsáveis por garantir ou fornecer instrução necessária para que o indivíduo possa vencer por si mesmo: dentre estes agentes o SEBRAE (Serviço de apoio às Micro e Pequenas empresas) e suas ações emergem merecem destaque.

3.2 Surgimento do SEBRAE

Nessa seção, traz-se a história do SEBRAE desde o seu surgimento. A principal fonte utilizada como referência para tal é a cartilha de 40 anos do SEBRAE publicada no ano de 2012.

Marcada pelo Milagre Econômico, a década de 1970 mostrava um crescimento de investimentos no país e uma onda de otimismo. Numa fase de preocupação do governo em liberar recursos para formar novos negócios, as linhas de crédito para pequenas empresas surgiam e entrava em cena a figura do empreendedor. Assim, conforme a cartilha do SEBRAE 40 anos (2012) fazia-se

necessário atentar-se para uma nova rede, a qual precisava de novos programas, treinamentos, produtos, modelos de consultoria e gerenciamento de negócios.

No exterior essa atenção já tinha sido dada duas décadas antes. Nos Estados Unidos, eram criadas as políticas governamentais de apoio às pequenas empresas enquanto na Europa já existia a participação dos pequenos negócios na reconstrução do pós-guerra. O desafio para o Brasil era de se ter profissionais atentos à importância da pequena e média empresa, com mecanismos de disseminação construtiva de conhecimento e atuação. Nesse contexto, surge o CEBRAE, Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa.

Para iniciarmos a discussão, é interessante que voltemos à década de 1960. Conforme afirma Melo (2010), as primeiras iniciativas de desenvolvimento de atividades de produção de pequeno porte estiveram ancoradas pela SUDENE (Superintendência do Desenvolvimento Do Nordeste) a qual visava o desenvolvimento e geração de renda do Nordeste e do BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico), que tinha como objetivo desenvolver o mercado consumidor das grandes empresas. Desse modo, cada uma, a sua maneira, objetivava financiar as pequenas empresas industriais (MELO, 2010).

No ano de 1965, o BNDE criava o Fipeme (Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa) e dois anos depois, a SUDENE daria início a seu Programa de Assistência às Pequenas e Médias Indústrias na região Nordeste. Tais programas, conforme cartilha do SEBRAE 40 Anos (2012, p. 42), “ajudaram a formar quadros técnicos relevantes, que posteriormente seriam aproveitados pelo Sistema Cebrae”.

Existia assim, uma preocupação com o despreparo do empresariado brasileiro na administração de seus negócios. Na década de 1970, no contexto de reestruturação produtiva, eram centrais os instrumentos de crédito e a assistência técnica, mas considerando a extensão do país, existia a necessidade de organizar o crescimento econômico e social. Com isso em mente, em 1972, durante um congresso que reunia todos os empresários do país - o II Congresso das Classes Produtoras- o governo sugere a criação de um órgão que desse assistência à pequena empresa, configurando nesse cenário o Cebrae “como instituição, entidade pública vinculada ao governo federal, formador de parcerias e alianças com o BNDE,

o Fipeme e o Funtec (Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico), atual Finep” responsável, principalmente pela pequena e média empresa.

A partir do credenciamento de entidades parceiras nos Estados de Santa Catarina, Bahia, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Minas Gerais é que se deu início ao trabalho tornando o Cebrae como Centro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa. Sendo assim, traz-se aqui a fala do diretor do SEBRAE-RJ, Evandro Peçanha Alves, um dos primeiros a ingressar na instituição, ainda em 1972:

A proposta original do Cebrae era apoiar as pequenas e médias empresas já constituídas, pois o fomento à criação de novas pequenas empresas somente ocorreu a partir de 1985, com o programa denominado Vestibular do Empresário. As ações iniciais visavam, então, à capacitação das pequenas e micro empresas nas áreas de gestão de produção e produtividade, de custos e finanças, marketing e organização em geral, realizando cursos de treinamento, prestando assistência técnica e consultoria e desenvolvendo estudos e pesquisas sobre temas de interesse do desenvolvimento das empresas (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p.45).

Contando com 230 colaboradores, no ano de 1974 o Cebrae estava presente em dezenove estados. Já em 1977, a instituição atuava com programas específicos para as pequenas e médias empresas formando em 1979, cerca de 1200 consultores especializados em pequenas e médias empresas (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012).

Com o objetivo de capacitar o empresariado e ainda reduzir o nível de mortalidade das empresas que na época conforme o SEBRAE Nacional era de 80%, o Cebrae inicia prestando assistência a empresas mutuárias do BNDE, com um trabalho de consultoria bem pontual para essas empresas. Conforme o SEBRAE,

(...) naquele momento delicado de sua fundação, o desafio era gerar uma política de equilíbrio e apoio à pequena e média empresa. Capacitar o empresário brasileiro a administrar seus recursos, atuar dentro da legalidade e progredir para gerar novos negócios, formar associações de interesse econômico e estimular outros empreendedores (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p.46).

Ao longo da década de 1970, o Cebrae passava por um processo tanto de consolidação como de ampliação. Esse movimento se dava de forma interna, através das metodologias e programas propostos, mas também de forma externa, ampliando a oferta de serviços e cobrindo todos os estados da federação. É no ano de 1977, que o Cebrae se fortalece. Nesse ano,

é criada uma linha de financiamento especial para as microempresas, o Promicro¹². Sinal de novos tempos. Pela primeira vez, o governo usava um termo até então praticamente desconhecido: microempresa. Denominação criada dentro do Cebrae e incorporada à sua própria razão social no início da década de 1990 (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p. 53).

O ano de 1979 foi marcado pelo 1º Congresso Brasileiro da Pequena e Média Empresa, realizado em São Paulo e promovido pelas Federações da Indústria, do Comércio e da Agricultura e Associação Comercial do Estado de São Paulo. Conforme palavras de Guilherme Afif Domingos, organizador do encontro e mais tarde presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE,

esse congresso foi um marco de mobilização dos pequenos empreendedores na busca de reivindicação de seus direitos, na busca de ocupação de espaço, numa economia brutalmente centralizada, de grande protecionismo para os grandes conglomerados. Mais de 2 mil lideranças dentro do Congresso Nacional participaram. Nada mal para um país que até poucos anos antes não falava em microempresas, apenas em gigantes estatais (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p. 55).

Esse congresso aconteceu durante os três anos seguintes sendo que em 1984, o Congresso Brasileiro da Pequena Empresa teve como sede o próprio Congresso Nacional. Tal evento, é tido pelo SEBRAE, como evento catalisador para a aprovação de um marco histórico na época: o Estatuto da Microempresa. Com a criação desse estatuto, ampliou-se o atendimento do Cebrae, uma vez que, todos os estados passaram a adotá-lo, oferecendo condições privilegiadas às microempresas: facilidades no registro de novos empreendimentos e isenção fiscal e tributária.

Programas de desenvolvimento regional foram criados em 1982, batizando esse ano como o “ano das siglas” sendo “sublinhado por nomes de programas e eventos que o firmaram de uma forma singular na história do Cebrae” (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012). Além do Promicro, vieram o Pronagro (Programa Nacional de apoio à Pequena e Média Empresa Rural) e o Propec (Programa Nacional de Desenvolvimento da Pecuária), programas referentes a área de gestão de tecnologia, crédito e mercado.

No ano de 1983 cerca de 25 mil empresas seriam assistidas. O Cebrae atuou como canal de articulação e negociação entre as empresas e os demais órgãos públicos no encaminhamento das questões ligadas ao setor. Nessa década surge a ideia do Programa de Criação de Empresas, conhecidas como incubadoras

¹² Promicro: Programa Nacional de Apoio à Microempresa.

empresariais, e o empreendedorismo e o associativismo começavam a ganhar força no país. Em 1984, o Cebrae se transferiu da Secretaria de Planejamento da Presidência da República para o Ministério da Indústria e do Comércio, em nome da reforma do setor público.

Na segunda metade da década 1980, no governo de José Sarney, o sistema entrava em crise devido à queda de repasses dos recursos federais e, por conseguinte da ameaça de extinção do órgão Cebrae. O Cebrae enfraquece como instituição, e no ano de 1986, emerge o Plano Cruzado com o congelamento de preços e alteração da moeda de cruzeiro para cruzado. Em junho do ano seguinte, era a vez do Plano Bresser, com novo congelamento de preços e salários e o estabelecimento da chamada URV como novo indexador da economia. No fim daquele mesmo ano, a escalada inflacionária seria retomada com enorme vigor.

Com o fim do governo Sarney, vinha também a ameaça de extinção do Cebrae e a Assembleia Nacional Constituinte chancelava a importância dos pequenos negócios, ao incluir o artigo 179 no projeto da Constituição:

A União, os estados, o Distrito Federal e os municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei. (art. 179 da Constituição da República).

A crise do Sistema Cebrae segue na década de 1990. Em consequência da instabilidade orçamentária, muitos técnicos deixaram o Cebrae e naquele ano 110 profissionais seriam demitidos, totalizando quase metade do quadro de pessoal. Conforme palavras do diretor-superintendente do SEBRAE-MT na cartilha do SEBRAE 40 anos (2012),

(...) vínhamos de uma grande conquista, ao conseguirmos colocar na Carta Magna de 1988 o tratamento diferenciado para a micro e pequena empresa. Mas a tentativa de desmonte se deu quando o SEBRAE começava a dar resultados (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p. 57).

O presidente Fernando Collor promovia na época a redução das barreiras alfandegárias com a intenção de provocar forte impacto na atividade econômica e empresarial. As companhias internacionais e de maior porte conseguiriam antecipar-se às mudanças ficando a situação cada vez mais complicada para as micro e as pequenas empresas.

É nesse ano, com a lei nº 8.029, de abril de 1990, que o Cebrae trocava seu “C” pelo “S”, isto é, de Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa, migraria para o atual Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Tal lei autorizava o antigo Cebrae a desvincular-se da administração pública, ou seja, o Cebrae se transformaria em serviço social autônomo. O decreto nº 99.570 alterava oficialmente o nome de Cebrae para SEBRAE, sendo uma mudança não simplesmente de nomenclatura, mas essa se transformava em instituição privada – sem fins lucrativos e de utilidade pública, mantida por repasses das maiores empresas do país. Pelo novo sistema, a entidade estava autorizada a receber um aumento nas contribuições, calculadas sobre as folhas de salários das empresas destinadas aos quatro “S”: SENAI, SENAC, SESI e SESC.

Nesse período,

O SEBRAE e o Brasil saíam da chamada década perdida para começarem a pavimentar o caminho que, no fim dos anos 1990, os levariam a ingressar naquilo que começou a ser chamado de empreendedorismo para milhões (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p.64).

Desde então, o SEBRAE ampliou sua estrutura de atendimento passando então a atender todos os estados do país no que tange à capacitação profissional na criação e desenvolvimento de micro e pequenos negócios. Novos rumos eram apontados no primeiro Plano Diretor do SEBRAE:

modernização da gestão empresarial, fomento à capacitação tecnológica, incremento da competitividade, difusão das informações empresariais, geração e disseminação do conhecimento da realidade das micro e pequenas empresas, desregulamentação e tratamento jurídico diferenciado, articulação do sistema SEBRAE com entidades de apoio às micro e pequenas empresas e atualização técnica do próprio sistema. Paulo Alvim, gerente da Unidade de Mercado e Serviços Financeiros do SEBRAE Nacional, lembra: O mote da justificativa da reestruturação do sistema SEBRAE, com S a partir dos anos 1990, foi a competitividade. A proposta de um programa de competitividade da indústria brasileira tinha um braço no SEBRAE para cuidar dos pequenos negócios. Desde então, o SEBRAE tem na sua missão a promoção da competitividade dos pequenos negócios. O salto quantitativo e qualitativo do sistema SEBRAE naquele momento foi muito grande (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p.64).

Conforme o SEBRAE, os tempos eram de mudança, abertura de mercado para os importados e consequentes dificuldades impostas ao empresariado nacional. O Brasil entrava na Era da Qualidade. Surge aí um dos projetos mais importantes: o Programa SEBRAE de Qualidade Total para as Micro e Pequenas Empresas, o qual orientava os empresários sobre a necessidade de qualidade na gestão dos seus negócios e em seus produtos e serviços. Outro programa

importante foi a implantação no Brasil no ano de 1993 do treinamento Empretec-treinamento para empreendedores, franqueado pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Na metade da década de 1990, surge o Plano Real e conforme o SEBRAE, finalmente criavam-se condições mais estáveis para a fomentação dos negócios no país. Nesse período, o SEBRAE tornou-se uma das mais fortes entidades do país e complementava o trabalho de instituições nacionais de financiamento às empresas, como o Banco do Brasil e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Ainda assim, alguns marcos históricos da década de 1990 precisam ser mencionados: institui-se em 1996, o Simples Federal (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte); alta taxa de desemprego que traria como consequência o aumento da informalidade no país. Em 1999 o presidente Fernando Henrique Cardoso sancionou o Estatuto das Micro e Pequenas Empresas – no mesmo dia, 5 de outubro, em que lançou o Programa Brasil Empreendedor. Conforme a cartilha do SEBRAE, para o diretor-presidente do SEBRAE, Sérgio Moreira, o Brasil tem

alta mobilidade social e econômica, mas a legislação tributária, as exigências burocráticas, a falta de crédito e a falta de uma política sistêmica para tratar o empreendedorismo levam a altas taxas de insucesso (CARTILHA SEBRAE 40 ANOS, 2012, p.67)..

Para o então presidente do SEBRAE, no surgimento do Cebrae, a taxa de mortalidade de pequenas empresas no Brasil era de 80%. Conforme estudo realizado pelo SEBRAE em outubro de 2011 e intitulado “Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil”, a taxa de sobrevivência de empresas brasileiras com até dois anos aumentou de 71,9% para 73,1% quando comparadas às empresas constituídas em 2005 e 2006.

3.2.1 Serviços oferecidos pelo SEBRAE

De acordo com o sítio do SEBRAE Nacional¹³, o SEBRAE possui uma estrutura de atendimento presencial, telefônico (de forma gratuita) e ainda em ambientes *online*. De forma individual ou coletiva, esse atendimento oferece em todo o Brasil não só cursos e palestras, como também consultorias e informações de

¹³ www.sebrae.com.br. Acesso em: 01/04/2014.

gestão com o objetivo de ajudar as empresa a se aproximarem dos clientes e parceiros e trazer maior competitividade e lucro para sua empresa (SEBRAE, 2013).

Discorrendo sobre esses serviços, conforme o sítio do SEBRAE Nacional, um deles é o de capacitação, onde cursos gratuitos e subsidiados são ofertados de forma tanto presencial como à distância. Nesse caso, o exemplo mais conhecido é o curso Empretec, o qual o SEBRAE defende como interessante de ser feito uma vez que é através dele que “a sua empresa vai mudar!” (SEBRAE 2013).

Promovido em 34 países e utilizando a metodologia da Organização das Nações Unidas – ONU, o Empretec é um curso de 60 horas de capacitação disponibilizadas em seis dias de imersão em atividades práticas e voltado para o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor e identificação de novas oportunidades de negócio. Realizado no Brasil exclusivamente pelo SEBRAE, esse curso capacita por ano em torno de 10 mil participantes tendo, desde o seu surgimento, um total de 190 mil pessoas capacitadas (SEBRAE Nacional, 2013). Conforme pesquisa realizada pelo SEBRAE mais de 90% dos entrevistados confirmaram um aumento de lucro após realização do curso¹⁴.

Disponibilizado de forma presencial e envolvendo estudos de viabilidade, planos de negócio, gestão financeira, marketing, inovação e tecnologia, além de diagnósticos para situações específicas, outro serviço oferecido é o de consultoria para empresas em formação ou já formalizadas e mais avançadas.

A informação técnica, serviço também oferecido pelo SEBRAE, conta com informações e publicações sobre questões técnicas para condução de negócios que “envolvem gestão, vendas, tecnologia e finanças, respondidas a partir de conteúdos disponíveis no SEBRAE ou no mercado” (SEBRAE 2013). Essa informação é segundo eles genérica, pois não existe um diagnóstico e não está dirigida a uma determinada empresa. Esse serviço é oferecido de forma presencial nos pontos de atendimento do SEBRAE ou através de meios como, televisão, rádio, internet, telefone, impressos e vídeos.

Além disso, há ainda, a Promoção e acesso ao mercado e o acesso à serviços financeiros. A promoção e acesso ao mercado referem-se ao suporte que o SEBRAE oferece para que a empresa possa aproximar-se de fornecedores,

¹⁴ Disponível em www.sebraemais.com.br/solucoes/empretec. Acesso em: 01/04/2014.

parceiros e clientes e viabiliza a participação do seu cliente (como participante, expositor ou visitante) de forma presencial ou *online* em eventos de seu interesse.

Já o acesso aos serviços financeiros refere-se às informações e articulações com instituições financeiras públicas e privadas e órgãos de supervisão e controle, pois conforme o sítio do SEBRAE Nacional “a falta de crédito é obstáculo para o desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil” e esse serviço vêm ajudar a reduzir as barreiras que enfrentam os empreendedores na busca por recursos financeiros.

Discorrendo acerca da estrutura *online* do SEBRAE, o relacionamento com a instituição pode ocorrer através da **Agência SEBRAE de Notícias**, que objetivando ampliar o espaço dos pequenos negócios na mídia oferece notícias, reportagens especiais, fotos, entrevistas, artigos e “sugestões de pautas aos principais jornais brasileiros e às emissoras de rádio e televisão” (SEBRAE 2013); **TV SEBRAE** com conteúdos que apoiam a gestão de negócios e disponibilizam “informações preciosas para quem deseja iniciar um negócio ou está com problemas em sua empresa e precisa encontrar soluções” (SEBRAE 2013). Outra forma de interatividade pode ser pelo **Rádio SEBRAE** com programas educativos sobre empreendedorismo, mercado, finanças e vendas; **Twitter**¹⁵; **Facebook** e ainda o **Mundo SEBRAE** com blogs, postagens e comentários diários sobre o mundo empreendedor.

Além desses serviços oferecidos na página do SEBRAE, existe ainda um espaço de Ensino à Distância (EAD) na mesma página com cursos gratuitos pela internet “como forma de orientar empresários” (SEBRAE 2013).

Para a realização desses cursos é necessário acesso à internet e a realização do cadastro no sítio do SEBRAE (com dados pessoais e e-mail). Feito o cadastro, efetua-se o *login* na página através do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) para poder matricular-se no curso pretendido. Só é permitido fazer outro curso após terminar o que se está inscrito e os cursos têm carga horária estabelecida, mas um prazo para a conclusão, isto é, ele fica geralmente disponível por 10 ou 30 dias conforme o curso. No decorrer de cada curso, tutores acompanham os alunos,

¹⁵ Microblog baseado em pequenos trechos de textos que contenham até 140 caracteres.

tirando dúvidas e lançando discussões no fórum de discussões trazendo para debate temas referentes ao que está sendo estudado.

Além dos cursos *online*, o SEBRAE oferece ainda as Oficinas SMS, isto é, mensagens destinadas aos microempreendedores individuais e encaminhadas ao celular com conceitos e dicas importantes para o sucesso do empreendimento (SEBRAE 2013).

Abaixo segue a lista dos cursos oferecidos no sítio do SEBRAE Nacional no ano de 2013 dentro de cada perfil. O objetivo do curso bem como público-alvo e carga horária constam nos anexos desse trabalho.

Perfil: Quero empreender

AE - Aprender a Empreender

IPGN – Iniciando um Pequeno Grande Negócio

MEI – Micro Empreendedor Individual

Perfil: Sou um Micro empreendedor Individual

CG - Compras Governamentais

MEI – Micro Empreendedor Individual

MEG – Modelo de Excelência em Gestão

Sei Controlar meu Dinheiro

SEI Planejar

Sei Empreender

Sei Comprar

Sei Unir forças para melhorar

Sei Vender

Perfil: Tenho uma microempresa

MEG - Primeiros Passos para a Excelência

APF – Análise e Planejamento Financeiro

CVMM – Como Vender Mais e Melhor

FPV - Formação do Preço de Venda

D-Olho na Qualidade: 5Ss para os pequenos negócios

IPN - Internet para Pequenos Negócios

AC - Atendimento ao Cliente

Programa Varejo Fácil – Técnicas de Vendas

Programa Varejo Fácil – Gestão do Visual de Loja

Programa Varejo Fácil – Formação do Preço de Venda

Programa Varejo Fácil – Controles Financeiros

Programa Varejo Fácil – Atendimento ao Cliente

GEI - Gestão Empresarial Integrada

CG - Compras Governamentais

CVME - Condições de venda para o mercado externo

PROEX - Procedimentos para Exportação

PLAEX - Planejamento para Exportar

BPSA – Boas práticas nos serviços de alimentação

GCC - Gestão de Cooperativas de Crédito

Perfil: Tenho uma empresa de pequeno Porte

GQVE - Gestão da Qualidade: Visão Estratégica

D-Olho na Qualidade: 5Ss para os pequenos negócios

GI - Gestão da Inovação: Inovar para Competir

Programa Varejo Fácil – Técnicas de Vendas

Programa Varejo Fácil – Gestão de Pessoas

Programa Varejo Fácil – Formação do Preço de Venda

Programa Varejo Fácil – Controles Financeiros

Programa Varejo Fácil – Atendimento ao Cliente

GEI - Gestão Empresarial Integrada

CG - Compras Governamentais

CVME - Condições de venda para o mercado externo

PROEX - Procedimentos para Exportação

PLAEX - Planejamento para Exportar

MEG - Primeiros Passos para a Excelência

Além desses cursos que são realizados via computador através da página de internet do SEBRAE, a organização ainda disponibiliza através do mesmo sítio, as oficinas SMS. Conforme já mencionado, são oficinas direcionadas aos Microempreendedores Individuais disponibilizadas via mensagem (SMS) de celular durante o período de 20 dias. São elas:

- Oficina SMS SEI Planejar
- Oficina SMS SEI Unir Forças
- Oficina SMS SEI Empreender
- Oficina SMS SEI Vender
- Oficina SMS SEI Comprar
- Oficina SMS SEI Controlar meu Dinheiro

Feita a apresentação dos serviços oferecidos pelo SEBRAE, é importante ressaltar que para essa pesquisa foram selecionados cursos do EAD SEBRAE¹⁶ no perfil “Quero Empreender” e a Oficina de SMS SEI-Empreender, localizada no perfil “Outras Soluções Educacionais” do sítio do EAD SEBRAE. Abaixo segue a apresentação desses cursos:

AE - Aprender a Empreender

Objetivo: Possibilita o desenvolvimento de atitudes que compõem o perfil empreendedor, por meio da interação com o mercado, as finanças e o empreendedorismo incentivando e contribuindo para a criação de novos empreendimentos viáveis e a sustentabilidade dos existentes.

Público alvo: Indicado para pessoas que: pretendem iniciar o seu negócio; necessitam de noções básicas de como gerir um empreendimento; quem já tem um

¹⁶ Disponível em: www.ead.sebrae.com.br, Acesso em: 01/04/2014.

pequeno negócio e quer iniciar sua capacitação em empreendedorismo ou ainda a quem precisa repensar o seu empreendimento.

Carga Horária: 16 horas

IPGN – Iniciando um Pequeno Grande Negócio

Objetivo: Orienta o empreendedor a organizar suas ideias e recursos e indica um roteiro com os principais aspectos a serem considerados no planejamento e abertura de um negócio. Como resultado, o IPGN ensina, a elaboração de um plano de negócio.¹⁷

Público alvo: Pessoas que tenham a pretensão de iniciar um negócio e queiram obter noções básicas de como gerir um empreendimento.

Carga horária: 30 horas

MEI – Micro Empreendedor Individual

Objetivo: Compreender as vantagens de legalizar-se como microempreendedor individual (MEI). Temas relacionados aos MEIs são abordados como legalização do MEI, locais de funcionamento, impostos e benefícios de aposentadoria e auxílio doença, Lei Complementar 128, de 2008.

Público alvo: Destinado a todos os empreendedores individuais.

Carga horária: 5 horas

Oficina SMS SEI Empreender:

Abordagem a partir da temática do comportamento empreendedor, essa oficina objetiva apresentar informações sobre os princípios do empreendedorismo, com o propósito de ajudar a agir de forma consciente e responsável na tomada de decisões do seu próprio negócio.

3.3 Os pequenos negócios e a informalidade no Brasil: criação da Lei Geral

Formando um dos segmentos de maior importância na economia brasileira, os pequenos negócios representam a maioria dos postos de trabalho e do total das

¹⁷ Segundo o SEBRAE tem-se como definição de plano de negócio o documento que especifica os principais fatores necessários para a criação de um negócio, seja ele pequeno ou grande. Disponível em: www.ead.sebrae.com.br

empresas constituídas. Este segmento teve sempre um papel fundamental na geração de empregos, *“absorvendo a maior parte da mão-de-obra oriunda das demissões em massa de grandes empresas, abaladas pelo alto índice de desestatização, pela abertura econômica e pelas políticas governamentais recessivas”* (REVISTA SEBRAE, 2007, p.40) sendo um mecanismo de acesso de oportunidades.

Especialmente na literatura latino-americana, o setor informal, refere-se aos proprietários ou trabalhadores de micro ou pequenas empresas onde, “a relação capital trabalho não se encontram bem estabelecidas”, (CACCIAMALI, 2000, p. 153) incluindo atividades, trabalhos e rendas (evasão e sonegação fiscais; terceirização; microempresas, comércio de rua ou ambulante e etc.), que são realizadas, conforme defende a autora, desatendendo a lei.

Em decorrência da impossibilidade de emprego a todos e das condições e formas de relações precárias de trabalho da atualidade (CASTRO E ALVIM, 2013) é possível perceber um alto índice de excluídos do mercado que em busca de oportunidades apelam para a atividade informal. Para o SEBRAE (2013), a falta de emprego responde pela formação de milhões de negócios informais, isto é, aqueles que,

não cumprem com suas obrigações legais de registro nas repartições públicas, como em Junta Comercial (contrato social ou requerimento de empresário) e em Secretarias de Fazenda, atitude decorrente da impossibilidade de recolher tributos e cumprir as obrigações sanitárias e trabalhistas correspondentes (REVISTA SEBRAE, 2007, p. 42)

Considerando os dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2012, o Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo. Esses empreendedores buscam nos pequenos negócios, uma alternativa, mesmo que forçada, em relação ao desemprego ou necessidade de complementar a renda. Tal escolha se dá pelo fato de a microempresa ter um reduzido investimento inicial e a técnica ser geralmente intensiva em trabalho (CACCIAMALI *et al.*, 1998).

Nesse sentido, para o SEBRAE (2007) os pequenos negócios destacam-se pelo fato de se moldarem mais rapidamente a situações econômicas, absorverem com maior facilidade as inovações tecnológicas, estimularem expoentes empreendedores, criarem empregos e promoverem o crescimento regionalizado, incrementando a competitividade nacional. Por essa razão, principalmente as

unidades mais desenvolvidas da Federação dentre outras, utilizam-se desse recurso em políticas de estado e é cada vez mais influente a ideia de que para se reduzir os níveis de desemprego se pode contar com a micro e pequena empresa industrial (CACCIAMALI *et al.*, 1998).

No Brasil, tais empreendimentos destacam-se:

pela capilaridade, pela fácil adequação a mudanças e pelas peculiaridades regionais, econômicas, sociais e culturais, exercendo um papel central quanto à inovação tecnológica, ao estímulo ao empreendedorismo e à promoção do desenvolvimento local sustentável. Por meio do fortalecimento de suas atividades, têm o potencial de contribuir em temas cruciais da agenda nacional, como o combate à pobreza pela geração de trabalho, a criação de empregos e a melhor distribuição da renda, a redução da informalidade e o fortalecimento do tecido social e econômico do País. São notórios, ainda, por propiciar a interiorização do desenvolvimento (REVISTA SEBRAE, 2007, p.40)

Conforme o SEBRAE (curso EAD SEBRAE, 2012), a importância dos pequenos e micronegócios para a economia do país representam: 99% das empresas do setor de serviço e 99,1% das empresas do setor do comércio; geram 80,2% dos empregos do comércio e 60% do emprego formal do País; contribuem com 20% do Produto Interno Bruto brasileiro e constituem-se em relevante instrumento de inclusão econômica e social.

Para o SEBRAE, mesmo o Brasil sendo um país onde os pequenos negócios têm grande importância na economia, a falta de políticas públicas entre os entes federativos é o maior motivo de o Brasil ser o país da informalidade (REVISTA SEBRAE, 2007). Em decorrência do alto número de contratações ilegais observadas no Brasil nesta década a

(...) expansão de formas de contratação que implícita ou explicitamente burlam a legislação laboral têm efeitos, não apenas sobre o uso indiscriminado do trabalho, mas sobre a cidadania, pois os assalariados sem registro, por um lado não têm acesso a um conjunto de garantias sociais e por outro não compõem um corpo coletivo. Não têm direitos, nem obrigações. Soma-se a isso o fato de que essas contratações sonham receitas ao Estado, restringindo o fundo público da seguridade social, além de limitar a implementação de outras políticas sociais (CACCIAMALLI, 2000, p. 171).

Corroborando essas afirmações, tendo como foco as atividades empresariais de áreas urbanas com até cinco empregados e os trabalhadores por conta-própria, com a exclusão dos empregados domésticos a “Pesquisa Economia Informal Urbana – Ecinf 2003”, desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), com a colaboração do SEBRAE e realizada no ano de 2003, mostra que o total de

microempresas empregadoras e de empreendedores por conta-própria aumentou de 9,5 milhões em 1997 para 10,33 milhões (+9%) em 2003, e o número de pessoas ocupadas, passou de 12,87 milhões para 13,86 milhões (+7,7%). Os empreendedores por conta-própria representam 88% desse total e os empregadores, o restante.

Dentro destes números o universo de empresas formais conta com cerca de cinco milhões de ocorrência tendo o Brasil “o incrível e surreal índice de abrigar duas empresas informais para cada empresa formal” (REVISTA SEBRAE, 2007). A fim de confirmar esses dados, algumas informações da pesquisa merecem destaque: A receita bruta total do segmento de informais em 1997 era da ordem de R\$ 20,1 bilhões (dado atualizado pelo IPCA até 2003), enquanto, em 2003, decresceu para R\$ 17,6 bilhões, sendo que o universo de informais cresceu em quase um milhão de ocorrências no mesmo período; empreendimentos de uma só pessoa, ou seja, sem empregados ou colaboradores representam cerca de mais de 80% nessas condições, refletindo conforme citado na pesquisa “o uso dessas atividades como auto-emprego, substituindo o emprego tradicional, como já dito, escasso no Brasil” (REVISTA SEBRAE, 2007) e ainda o lucro não acompanha os benefícios usufruídos por trabalhadores regulares, como FGTS, férias, 13º salário, abono do PIS, seguro-desemprego, licença-maternidade e licença-doença, entre outros (REVISTA SEBRAE, 2007).

Nesse sentido,

(...) quase 50% desses empreendedores recorrem a um negócio informal por não terem encontrado emprego ou por necessitarem de uma complementação de renda, da mesma forma que aqueles que exercem atividades formais, mapeados pela pesquisa GEM. Podemos concluir que esses negócios informais são estritamente de subsistência e são exercidos de uma forma extremamente precária, na maioria das vezes sem mostras de aptidão, capacitação ou mesmo interesse do indivíduo em progredir, motivando os titulares a abandoná-los tão logo encontrem emprego formal (REVISTA SEBRAE, 2007).

Ainda segundo dados apresentados na pesquisa citada anteriormente, em estudo sobre o universo informal brasileiro, a consultoria McKinsey & Company, por meio do McKinsey Global Institute, estima que uma redução de 20% na informalidade conseguiria elevar em pelo menos 1,5 % a taxa de crescimento brasileiro, constatando ainda que 40% de nossa economia é informal, contra uma média mundial de 32% (os EUA têm um índice de 9%, enquanto a China e a Argentina têm índices de 13% e 25%, respectivamente).

Conforme notícia publicada no sítio do jornal Estadão/Brasil¹⁸ na data de 29 de novembro de 2013, no mercado de trabalho brasileiro ainda existe uma grande parcela de trabalhadores informais, “o equivalente a 43,1% de toda a força de trabalho em 2012, a maioria jovens e idosos”. Mesmo assim, conforme a notícia publicada os dados do IBGE apontam que houve um avanço significativo ao longo de uma década, pois, o número de trabalhadores formais passou de 44,6% no ano de 2002 para 56,9% em 2012, tendo um total de 12,3 pontos percentuais. Esse avanço para o IBGE se deve à retomada do crescimento econômico, ao aumento da renda real, à redução do desemprego, à política de valorização do salário mínimo e também às medidas de incentivo à formalização.

Considerando, o cenário atual do mercado de trabalho e a necessidade de incluir esses indivíduos que estão à margem da precarização do trabalho e da informalidade, o interesse do governo pelas micro e pequenas empresa se renova (CACCIAMALI *ET AL*, 1998) e emerge a indução da “lógica empreendedora como forma de solução ao desemprego e à exclusão social” (APOLINARIO, 2013, p. 8). Como resultado, o governo aprova a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

Divisor de águas para o segmento, como definiu o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva em entrevista à Revista SEBRAE (2007), a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte ou Estatuto Nacional das Micro e Pequenas Empresas, instituída em 14 de dezembro de 2006 (Lei Complementar Federal 123/2006) estabelece normas gerais com relação ao tratamento diferenciado e favorecido às micro empresas¹⁹ e empresas de pequeno porte²⁰ (apuração e recolhimento dos impostos e contribuição, cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, acesso ao crédito e ao mercado) no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (BRASIL, LEI 123/06).

Estimulando não só o desenvolvimento como também a formalização das micro e pequenas empresas, essa Lei fazia com que emergisse uma expectativa de redução da informalidade fazendo com que o governo federal atuasse de forma

¹⁸ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,ibge-servicos-detem-43-dos-trabalhadores-sem-carteira-assinada,1102193,0.htm>. Acesso em: 14 de janeiro de 2013.

¹⁹ Empresário, pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (BRASIL, LEI 123/06).

²⁰ Empresário, pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (BRASIL, LEI 123/06).

firme e concisa para que a legislação dos pequenos fosse rapidamente regulamentada (REVISTA SEBRAE, 2007).

Para o SEBRAE (2007, p.43), a Lei Geral trata-se de uma proposta de “equalização da carga tributária e do conjunto de obrigações acessórias e burocráticas” existentes desde a constituição da empresa, funcionamento e fechamento que hoje as afastam da formalidade.

Reunindo todos os temas de incentivos, “desburocratização e desoneração relacionados às Micro e Pequenas Empresas em um único diploma legal” (LEI GERAL, 2006)²¹ e objetivando “contribuir para o desenvolvimento e a competitividade das microempresas e empresas de pequeno porte brasileiras, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia” (LEI GERAL, 2006), a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte já atravessou quatro rodadas de alteração, a saber: Leis Complementares 127/2007, 128/2008, 133/2009 e 139/2011, possibilitando instituir o regime tributário específico para o segmento reduzindo a carga de impostos e simplificando os processos de cálculo e recolhimento identificado como Simples Nacional. Segundo o sítio da Lei Geral, além disso, a Lei ainda prevê benefícios para as pequenas empresas em suas rotinas diárias, como “a simplificação e desburocratização, as facilidades para acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação” (LEI GERAL, 2006).

Mesmo que nos países mais desenvolvidos o movimento pela valorização das pequenas empresas tenha acontecido já na década de 1950, no Brasil esse movimento acontece apenas na década de 1980²² (LEI GERAL, 2006), mas especificamente com o advento das diretrizes propostas por José Sarney no I Plano Nacional de Desenvolvimento da Nova República (PDN-NR) onde as metas orientavam-se para a reforma do Estado, o crescimento econômico e o combate à pobreza (RODRIGUES, 2013). Tem-se aqui, a criação de mecanismos legais como fator crucial no sentido de estimular os poderes públicos a criarem um cenário favorável para o surgimento e manutenção de microempresas e empresas de

²¹ Disponível em www.leigeral.com.br. Acesso em 01/04/2014.

²² Retirado do sítio Observatório da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Disponível em: <http://www.cni.org.br>. Acesso: 01/04/2014.

pequeno porte como forma de estimular o desenvolvimento econômico do país. Tal postura fica melhor evidenciada a partir da:

inclusão, dos artigos 170 e 179 na Constituição de 1988, instituindo que a União, Estados, Distrito Federal e Municípios deveriam dispensar às microempresas e empresas de pequeno porte, tratamento jurídico diferenciado e favorecido, visando a incentivá-las pela simplificação, eliminação ou redução de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias (LEI GERAL, 2006).

Logo após, conforme o sítio da Lei Geral, já na década de 90, dois esforços foram registrados para que houvesse a regulamentação desses artigos: a Lei do SIMPLES FEDERAL²³ (Lei 9.317, de 1996) e a criação do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte²⁴ (Lei 9.841, de 1999). Ambos sem sucesso. Primeiro, porque em relação ao Simples Federal, os Estados não aderiram e instituíram regimes próprios de tributação (resultando em 27 tratamentos tributários diferentes no país) e, em segundo, que em relação ao Estatuto, por ter sido criado por lei ordinária federal seus benefícios estavam limitados à esfera de atuação do Governo Federal.

3.3.1 Histórico da Lei Geral

Foi somente no ano de 2003, que alguma mudança aconteceu. Em março de 2003, através de um evento realizado em Brasília intitulado “Oficina de Trabalho” promovido pelo Movimento Nacional das Micro e Pequenas Empresas (Monampe), Associação Brasileira dos SEBRAE/Estaduais (Abase) e SEBRAE é que “saiu uma tomada de posição de apoio às reformas tributárias e da necessidade de colaboração do segmento com a elaboração das emendas constitucionais que viriam a seguir” (LEI GERAL, 2006).

Identificada na Câmara como Proposta de Emenda Constitucional nº 41, (PEC 41) e com o intuito de impulsionar os Pequenos Negócios, o SEBRAE divulga em junho de 2003 um documento de 26 páginas, sob o título de Justiça Fiscal às Micro e Pequenas Empresas – Proposta de Emendas à PEC 41 o qual consistia, conforme o sítio da Lei Geral, em “introduzir no capítulo da Constituição referente ao Sistema Tributário Nacional” a possibilidade da criação de uma lei complementar que

²³ Sistema simplificado de recolhimento de tributos e contribuições federais que, mediante convênio, poderia abranger os tributos devidos aos Estados e aos Municípios. Disponível em: <http://www.leigeral.com.br>. Acesso: 01/04/2014.

²⁴ O Estatuto Federal das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte instituiu benefícios nos campos administrativos, trabalhista, de crédito e de desenvolvimento empresarial. Disponível em: <http://www.leigeral.com.br>. Acesso: 01/04/2014.

regulamentasse “o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido para os pequenos negócios – ou Lei Geral da Pequena Empresa, como foi batizada.” (LEI GERAL, 2006).

Contando com o apoio do Congresso Nacional e do poder Executivo das entidades representativas das pequenas empresas e de toda a sociedade, o SEBRAE e suas unidades estaduais promoveram uma mobilização nacional pela Lei Geral: na data de comemoração do Dia da Micro e Pequena Empresa - 05 de outubro - o SEBRAE e a Abase²⁵ realizaram, em 26 estados, seminários sobre o tema “A Reforma Tributária e a Microempresa – Uma Questão de Desenvolvimento e Justiça Social”, contando com a presença de 5.500 participantes. Entre eles fizeram-se presentes instituições de representação e apoio ao segmento, empreendedores de pequenos negócios, autoridades, parlamentares, lideranças de classe e formadores de opinião (LEI GERAL, 2006) realizando desde debates, aplicação de questionários e ainda contribuições através do sítio do SEBRAE com o objetivo de obter subsídios para a elaboração de um projeto para a Lei Geral.

Tais debates tinham como tópicos a Padronização de conceitos de pequena empresa; Sistemas diferenciados de tributação; Acesso a novos mercados; Acesso à tecnologia; Acesso à Justiça; Exportações; Redução da burocracia; Formalização; Aumento do acesso ao crédito e Outras sugestões (LEI GERAL, 2006). Como resultado, originaram relatórios estaduais e regionais que apresentavam as contribuições dos estados e de vários segmentos da sociedade fornecendo ao SEBRAE e à Associação Brasileira dos SEBRAE/Estaduais (ABASE) subsídios utilizados na elaboração da proposta da Lei Geral.

Finalmente em Dezembro de 2003, provocada pelo movimento realizado por entidades de representação e apoio ao setor da pequena empresa que surgia desde o início do governo Lula, foi que a Emenda Constitucional 042/2003 veio para alterar o regime tributário nacional, prevendo, através do artigo 146, a criação de uma lei complementar que “deveria incluir a criação de regimes especiais ou simplificados

²⁵ A Associação Brasileira dos SEBRAE/Estaduais - ABASE, é uma sociedade civil, dotada de personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, representativa dos interesses dos seus Associados, de duração indeterminada, com sede e foro na cidade de Brasília, Distrito Federal. Retirado do sítio da organização. Disponível em: www.abase.org.br. Acesso: 01/04/2014.

para arrecadação dos impostos e contribuições devidos pelas micro e pequenas empresas, no âmbito da União, Estados e Municípios” (LEI GERAL, 2006).

Em 2005, a luta pela Lei tendo a participação de 70 mil pessoas, motivou a criação da Frente Empresarial pela Lei Geral, apoiada pelo SEBRAE e integrada pelas confederações nacionais da Indústria (CNI), do Comércio (CNC), da Agricultura (CNA), dos Transportes (CNT), de Dirigentes Lojistas (CNDL), e das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), dos Jovens Empresários (Conaje) e das Entidades de Micro e Pequenas Empresas (Conempec), da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (Fenacon) (LEI GERAL, 2006).

No mesmo ano ainda, aconteceu a “Marcha à Brasília”, onde foi entregue de forma oficial a proposta da Lei Geral para os presidentes da República Luiz Inácio Lula da Silva, do Senado, Renan Calheiros e da Câmara, Severino Cavalcanti. A proposta “começou a tramitar oficialmente na Câmara dos Deputados, na Comissão Especial da Microempresa, em 16 de novembro de 2005, e a aprovação do substitutivo ocorreu em 13 de dezembro” do mesmo ano (LEI GERAL, 2006).

Os debates intensificaram-se ao longo de 2006, com o objetivo de incluir melhorias na proposta e acelerar seu trâmite no Congresso Nacional. A proposta é aprovada em 5 de setembro de 2006 pelo Plenário da Câmara dos Deputados após novos movimentos que só finalizaram com a entrega, ao presidente da Câmara, Aldo Rebelo, de um abaixo-assinado com 400 mil assinaturas coletadas no país pelo Sistema SEBRAE” (LEI GERAL, 2006) e que foi aprovado, com modificações, no dia 8 de novembro pelo Senado Federal e no dia 22 de novembro pela Câmara dos Deputados.

Assinada em 14 de dezembro de 2006 pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva a Lei Complementar 123/2006 é publicada no Diário Oficial da União entrando em vigor imediatamente, sendo que apenas o capítulo tributário da lei (Simples Nacional) passaria a vigorar a partir de julho de 2007.

No ano de 2007, conforme mostrado no sítio da Lei Geral foi aprovado em fevereiro o Decreto 6038/2007 regulamentando o Comitê Gestor do Simples Nacional; em março a Frente Parlamentar das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte foi fundada tendo a participação de 280 deputados e 22 senadores,

de todos os partidos e unidades da federação; em agosto a Lei Complementar 127 é aprovada propondo algumas melhorias na Lei Geral, a saber: determinadas empresas do setor de serviços podem recolher seus tributos na forma do Simples Nacional, reabertura do prazo de opção pelo Simples Nacional e parcelamento de débitos. As questões relacionadas ao ICMS não foram aprovadas.

Ainda no mesmo ano, o Decreto 6204/2007 regulamentou o tratamento não só favorecido, como também diferenciado e simplificado nas contratações públicas de bens, serviços e obras, no âmbito da administração pública federal, para as microempresas e empresas de pequeno porte, conforme previsto no capítulo de Acesso a Mercados da Lei Geral (LEI GERAL, 2006). Em Dezembro a Lei 11.598/2007 que estabelece as diretrizes e os procedimentos para a simplificação e integração do registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas é aprovada criando a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (REDESIM).

Em 2008, o novo projeto de lei é apresentado com as melhorias que não foram aprovadas em 2007 conforme mencionado anteriormente. Segundo o sítio da Lei Geral são elas:

- definição da alíquota referente ao ICMS no Simples como referência para a cobrança do diferencial de alíquota interna e interestadual;
- a alteração da composição e das atribuições do Comitê Gestor do Simples Nacional, criado para tratar de aspectos tributários;
- a instituição do Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios, para tratar do processo de registro e de legalização de empresários e de pessoas jurídicas;
- inclusão de determinadas atividades econômicas no rol de empresas que podem optar pelo Simples Nacional; criação da figura do "Microempreendedor Individual", com vistas à formalização dos micro-negócios;
- autorização para a instituição de crédito presumido pelos estados e municípios.

A lei foi aprovada sob o número 128/2008. “O MTE²⁶, INMETRO e IBAMA regulamentaram o tratamento diferenciado para ME²⁷ e EPP²⁸ nos casos de fiscalização orientadora” (LEI GERAL, 2006).

Em 2009, ainda segundo o mesmo sítio, os artigos da Lei complementar 128/2008 referente ao Microempreendedor Individual, passa a vigorar; o Decreto nº 6.884/2009 regulamentou o Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios – CGSIM, em conformidade com a Lei Geral e com a Lei 11.598/2007 e é aprovada em dezembro, a Lei Complementar 133/2009 que amplia as atividades optantes pelo Simples Nacional.

Propondo novas melhorias da Lei Geral, o ano de 2010 foi marcado pela retomada do debate através do seminário no Congresso Nacional com a participação da sociedade civil, entidades de representação do setor das pequenas empresas, deputados e senadores. Nesse contexto é apresentado o PLP 591/10, documentos que altera alguns itens da Lei Geral, como por exemplo:

- procedimentos de abertura, registro, funcionamento, exclusão de ofício, recuperação judicial especial;
- fixa novos limites de valores da receita bruta para a classificação de micro ou pequena empresa;
- altera processos de recolhimento de tributos e contribuições, negativação de empresas e sócios;
- apresenta normas gerais para abrandar a substituição tributária e antecipação de fronteira do ICMS;
- isenta as demais taxas de abertura e funcionamento para empreendedor individual;
- desonera as obrigações acessórias do trabalhador rural e do empreendedor individual.

Em 2011, a Presidente da República Dilma Rousseff sancionou a Lei nº 12.441/2011, que permite a constituição de empresa individual de responsabilidade

²⁶ Ministério do Trabalho e Emprego

²⁷ Microempresa

²⁸ Empresa de Pequeno Porte

limitada, por uma única pessoa titular da totalidade do capital social, que não poderá ser inferior a 100 vezes o maior salário mínimo vigente no país. Com a promulgação da Lei Geral do Distrito Federal, todos os Estados passaram a ter seus próprios Estatutos da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

Ainda conforme o sítio da Lei Geral, favorecendo as micro e pequenas empresas e também o empreendedor individual, duas medidas provisórias foram baixadas pela presidência: 1) redução de 11% para 5% do INSS para o Empreendedor Individual e 2) implantação de um programa subsidiado pelo Governo Federal, o “Programa de Microcrédito CRESCER”. Esse programa oferece para as micro e pequenas empresas, empreendedor individual e para o empreendedor informal (sem a necessidade de apresentação de garantias) através dos bancos públicos, financiamentos de até R\$ 15 mil por operação com juros 86% mais baixos que a média do mercado.

Projetos de lei como a criação da Secretaria da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e PLC ° 87/2011 faz ajustes na Lei Geral da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e foi apensado ao PLP 591/2010. Este projeto foi sancionado pela Presidente Dilma em novembro, transformando-se na Lei Complementar Federal 139/2011.

Reajuste em 50% das tabelas de enquadramento das empresas no Simples (a partir de 1º de janeiro de 2012), mudança nos tetos (apenas para receitas no mercado nacional), como por exemplo, no caso do empreendedor individual o teto passa de R\$ 36 mil para R\$ 60 mil, de R\$ 240 mil para R\$ 360 mil às micro empresas e de R\$ 2,4 milhões para R\$ 3,6 milhões às empresas de pequeno porte são algumas mudanças introduzidas na Lei Geral.

Em relação às exportações e ao estímulo a essa atividade pelas micro e pequenas empresas, essa Lei estabeleceu que, estas poderão ter receitas adicionais no mercado externo, até o limite de R\$3,6 milhões, sem perder o enquadramento.

Outra mudança importante que até então não era permitida é a medida do parcelamento da dívida tributária para os empreendedores que estão enquadrados no Simples Nacional. O prazo de pagamento será de até 60 meses e a empresa de pequeno porte com receita bruta total em 2011 entre R\$ 2,4 milhões (limite atual) e

R\$ 3,6 milhões (novo limite) poderá continuar no Simples Nacional em 2012 (LEI GERAL, 2006).

Conforme o sítio do SEBRAE Nacional²⁹, até a data de dezembro de 2011, tal instituição esforçou-se para que a lei fosse aprovada no âmbito municipal em todo o Brasil, tendo êxito no estado do Rio Grande do Sul, em que dos 496 municípios, 429 aprovaram a Lei em sua legislação municipal sendo que em janeiro de 2012 o empenho está na aplicação da Lei para garantir às micro e pequenas empresas os benefícios da Lei.

Ao se estabelecer que, um município tenha atingido alguns parâmetros mínimos de benefícios concedidos as MPE's, através de um diagnóstico do que já ocorre no município, do recolhimento de evidências e posterior plano de ação, é possível verificar que o município implementou a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

3.3.2 Benefícios da Lei Geral

A implementação da Lei Geral trouxe alguns desdobramentos importantes. No que diz respeito ao conceito de Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e o Microempreendedor Individual, a Lei Geral, conforme dito anteriormente uniformizou o conceito de Micro e Pequena Empresa ao enquadrá-las com base em sua receita bruta anual e trouxe o enquadramento de Microempreendedor Individual (MEI). Por Microempreendedor Individual entende-se aquela pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional, com receita bruta anual de até R\$ 60.000,00, possuindo um único empregado e não podendo ser sócio ou titular de outra empresa (BRASIL, LEI COMPLEMENTAR 128/08).

Em relação aos aspectos tributários que a Lei Geral instituiu pode-se citar “o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais – Simples Nacional”. O Simples Nacional, “permite a apuração e recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, de tributos e contribuições federais,

²⁹ www.sebrae.com.br. Acesso: 01/04/2014.

estaduais e municipais” (LEI GERAL, 2006) e ainda a apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais.

Conforme o sítio da Lei Geral, para que se possa ingressar no Simples Nacional, é necessário o cumprimento de algumas condições, a saber: 1) enquadrar-se na definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte; 2) cumprir os requisitos previstos na legislação; e 3) formalizar a opção pelo Simples Nacional.

É importante mencionar, em relação ao Simples Nacional, que esse abrangerá para as microempresas e empresas de pequeno porte, os tributos e as contribuições: IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre Lucro Líquido), PIS / PASEP (Programa de Integração Social / Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público), COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social), IPI (Imposto sobre Produto Industrializado), ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), ISS (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza) e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal sendo o cálculo feito com base na receita bruta apurada, aplicando-se as tabelas dos anexos da Lei Geral. Já para o Microempreendedor Individual, o Simples Nacional abrangerá a Contribuição para a Seguridade Social, ICMS e ISS, que serão recolhidos em valores fixos mensais, independentemente da receita bruta auferida no mês. O Microempreendedor Individual estará isento do IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, IPI, COFINS e o vencimento será no dia 20 do mês subsequente ao mês em que for auferida a receita bruta. Em relação aos débitos de pagamentos em atraso do Simples Nacional, segundo o sítio da Lei Geral, esses poderão ser parcelados em até 60 parcelas mensais, na forma e condições estabelecidas pelo CGSN (Comitê Gestor do Simples Nacional). Ainda segundo o mesmo sítio, é através do Portal do Simples Nacional³⁰ que se obtém maiores informações e é disponibilizado o aplicativo específico (PGDAS – Programa Gerador do Documento de Arrecadação do Simples Nacional) para o cálculo do valor a recolher e geração do documento de arrecadação, mais comumente conhecido entre os MEIs como “DAS” – Documento de Arrecadação do Simples.

Em se tratando dos benefícios não tributários, conforme o sítio da Lei Geral, “a Lei Geral desburocratiza e simplifica os processos de abertura e baixa das micro e pequenas empresas”, isto é, a abertura da empresa se dará agora mediante

³⁰ <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>. Acesso: 01/04/2014.

registro simplificado dos atos constitutivos, as informações serão consolidadas e disponibilizadas de uma só vez, podendo assim, iniciar suas atividades imediatamente através do Alvará de Funcionamento Provisório. Para o Microempreendedor Individual, tanto a inscrição, alteração como também a baixa da empresa³¹ poderá ser feita através do Portal do Empreendedor Individual³² sem nenhum custo para o MEI.

No quesito acesso aos mercados - compras governamentais, isto é, compras públicas regulamentadas no país pela Lei 8.666/1993 – Lei das Licitações, as MPEs recebem tratamento simplificado e também diferenciado em relação às licitações dos órgãos públicos: 1) habilitação tardia com possibilidade de saneamento; 2) empate ficto (podendo a microempresa ser chamada novamente para apresentação de nova proposta com valor inferior à proposta vencedora e tendo assim, prioridade na contratação) e 3) realização de licitações exclusivas para as MPE (até o valor de R\$ 80.000,00).

Em se tratando das relações de trabalho, “a Lei Geral simplifica e desburocratiza as relações de trabalho, ao liberar as microempresas e pequenas empresas do cumprimento de uma série de obrigações trabalhistas”, possibilita consórcios para o acesso aos serviços em segurança e medicina do trabalho e faculta ao empresário “fazer-se representar, perante a Justiça do Trabalho por terceiros que não possuam vínculo empregatício” (LEI GERAL, 2006).

Dentre tantas modificações, pode-se citar ainda: referente à fiscalização orientadora, esta deve ser de natureza orientadora, no quesito associativismo tal Lei criou as Sociedades de Propósito Específico (maior poder negociação), o estímulo ao crédito agora é facilitado através das microfinanças que se fortalecem pelo microcrédito e cooperativismo de crédito. Ainda assim, refletindo sobre o estímulo à inovação, existem agora incentivos para investimentos em tecnologia (mínimo de 20% dos recursos federais, estaduais e municipais) aplicados em pesquisa. O acesso à justiça ganha agilidade dos processos em função do tratamento de conflitos através dos institutos de conciliação prévia, e por fim no quesito apoio e

³¹ Antes da Lei Geral, o empresário precisava esperar meses para dar baixa na empresa. Agora, a baixa da empresa sem atividade há mais de 3 anos se dá automaticamente ficando os débitos tributários para os sócios como pessoas físicas. Disponível em: <http://www.leigeral.com.br>. Acesso: 01/04/2014.

³² <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>. Acesso: 01/04/2014.

representação com a Lei Geral foi criado um espaço com o Poder Público com o objetivo de “orientar a formulação e a coordenação da política nacional de desenvolvimento do segmento, bem como acompanhar e avaliar a sua implantação” (LEI GERAL, 2006).

4 Descrição e análise dos dados

Conforme sinalizado no capítulo anterior, o universo de pesquisa deste estudo constitui-se nas organizações, aqui representada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, mais conhecido pela sigla SEBRAE e que atualmente está localizado na maior parte das regiões do Brasil.

Após apresentar e descrever no capítulo anterior, a organização do SEBRAE, inclusive elencando os seus cursos e materiais sobre empreendedorismo, assim como também apresentando um panorama geral do cenário de regulamentação das micro e pequenas empresas no Brasil, neste capítulo, serão apresentadas algumas ações do SEBRAE no sentido de disseminar e reproduzir o empreendedorismo no Brasil.

Ao se pensar sobre a análise dos materiais coletados, a saber: cartilhas dos cursos do ensino à distância realizados nos meses de Setembro e Outubro de 2013, 130 depoimentos do fórum de apresentação desses cursos (15 depoimentos do curso MEI, 96 do curso AE e 19 do IPGN) e material do sítio da organização e após a leitura prévia dos materiais e seleção dos mesmos optou-se por não utilizar aqui categorias pré-estabelecidas, mas sim que, o campo mostrasse o que era recorrente nesses materiais. Iniciou-se esse processo a partir da leitura dos textos, passando a identificar nesse primeiro momento, o que era comum e geral em todos. Logo após, foram selecionados os excertos que aparentemente possuíam discussões em comum. Em terceiro, tentou-se identificar o que era essa discussão, do que tratava e o que ela construía. Como resultado, surgiram assim, duas grandes categorias. Após a releitura dos materiais pertencentes a cada uma, percebeu-se que as mesmas eram construídas a partir de outras duas categorias distintas. E por fim, desenvolveu-se uma expressão que caracterizasse aquele conjunto de informações. A partir dessas categorias estruturou-se a análise supracitada a seguir:

1. Empreendedorismo como movimento social mundial; discutido a partir das seções “Atribuições do empreendedor” e “Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento”.

2. SEBRAE vendedor de sonhos, incluindo as seções “Ressocializando os excluídos do mercado” e “Eu empresário”.

Antes de discorrer sobre os dados obtidos e as discussões que emergem na análise do material, pareceu importante apresentar como o SEBRAE define e conceitua o termo empreendedorismo e como esta discussão e/ou esta prática vem ganhando força ao longo dos últimos anos. Logo, inicia-se a análise dos dados com a categoria “Empreendedorismo como movimento social mundial” onde se procurou identificar o empreendedorismo como um movimento que é responsável por desencadear não só comportamentos, como também atitudes e valores que irão conduzir à inovação, mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas (COLBARI 2007).

Dentro dessa discussão, traz-se o debate sobre as atribuições necessárias para o empreendedor e ainda a relação do “Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento”, contemplando depoimentos e citações que contenham a ideia de inovação, conforme propõe Schumpeter (1988) e afirmações que remetam ao novo espírito do capitalismo proposto por Bolstanski e Chiapello (2009).

Por conseguinte a categoria “SEBRAE vendedor de sonhos”, incluindo as seções “Ressocializando os excluídos do mercado” e “Eu empresário” abrangem depoimentos e citações que tratam da informalidade e do desemprego e do empreendedorismo como forma de ressocializar os excluídos do mundo empresarial e do emprego formal, conforme propõe Mello (2008) e ainda apresenta a ideia do sonho da maior parte dos participantes em abrir seu próprio negócio, como receita de salvação e solução para todos os problemas (DANTAS, 2011). Nessa categoria ainda são colocados depoimentos, no qual o SEBRAE aparece na maior parte dos depoimentos como referencia de sucesso.

A seguir, apresentam-se os cursos do SEBRAE EAD realizados para esta pesquisa.

4.1 Os produtos do SEBRAE: os cursos à distância

Buscando situar o leitor, realiza-se nesta etapa uma breve apresentação dos cursos escolhidos para esse estudo e como se deu a escolha dos mesmos.

Conforme já citado anteriormente nesse trabalho, um dos serviços oferecidos pelo SEBRAE são os cursos gratuitos à distância através do sítio do SEBRAE “www.ead.sebrae.com.br”. Ao entrar nesse endereço, o navegador tem a opção de alguns cursos gratuitos oferecidos pela instituição conforme o perfil desejado: “Quero empreender”; “Sou um microempreendedor individual”, “Tenho uma microempresa” e “Tenho uma empresa de pequeno porte” como mostra a figura abaixo:



Figura 1: Cursos oferecidos pelo SEBRAE
Fonte: www.ead.sebrae.com.br. Acesso: 30/09/2013.

Para tanto, o perfil selecionado para a elaboração desse estudo foi o perfil “Quero Empreender”. Além desses cursos escolhidos, optou-se ainda para compor a análise desse material o perfil “Outras Soluções Educacionais- Conceitos e dicas

importantes para o sucesso de seu empreendimento”. Nessa aba, o participante tem acesso às Oficinas por celular. Dentro dessas várias oficinas disponíveis já apresentadas no capítulo anterior a escolha foi pela Oficina SEI-Empreender.

Tais escolhas se deram em função de que além de ser um curso e uma oficina gratuitos e de fácil acesso (é preciso apenas o CPF e cadastro no site da instituição), esses abrangem todo e qualquer tipo de pessoa, sendo ela empresária ou não.

Em todos os cursos on-line do SEBRAE, é preciso que em primeiro lugar seja feito o cadastro no sítio com dados pessoais e escolha de uma senha. O participante acessa a opção “cadastro” informando CPF e endereço de e-mail e a seguir preenche uma ficha com seus dados pessoais. Caso já esteja cadastrado no portal do SEBRAE, o participante informa *login* e senha e confirma a matrícula. Feito isso, é enviado um e-mail ao participante dando as boas vindas ao curso e fazendo a apresentação deste. Para a realização desses cursos apenas uma matrícula por vez é permitida, isto é, o aluno só pode efetuar uma nova matrícula tendo concluído o curso atual.

Durante o curso, os participantes contam com o apoio de um tutor que esclarece dúvidas e também propõe que inicialmente seja feita a apresentação dos participantes no fórum de apresentação e conforme o avanço do curso, também cabe a ele propor discussões de temas no fórum, podendo o aluno interagir não apenas com o tutor como também com os demais participantes.

Ao ter acesso ao curso é disponibilizada uma apostila (cartilha) com conteúdo e exercícios por meio da qual o aluno avança no curso (é preciso “folhear” a apostila e responder questões *on line* para que aluno possa avançar nas páginas). Além disso, é ofertado ao participante, através da biblioteca virtual, materiais de apoio (na maior parte das vezes elaborados pelo SEBRAE) com *links* para download que possibilitam a impressão ou arquivamento desse material.

Após o término do curso o certificado fica à disposição dos concluintes. Este pode ser impresso e sua autenticidade pode ser verificada por terceiros através de um validador na própria página. Para que esse certificado esteja disponível para o aluno é preciso que antes se preencha um formulário do SEBRAE com questões relacionadas ao atendimento da organização e ao aproveitamento do curso.

Dito isso, apresentam-se agora os cursos que compõem o perfil “Quero empreender” utilizado para esse estudo. Desse modo, o primeiro curso desse perfil a ser realizado foi o curso “MEI- Micro empreendedor individual” o qual conforme o site do EAD SEBRAE³³ mostra as vantagens de se legalizar como MEI, os impostos a serem pagos, os benefícios de aposentadoria e auxílio doença e ainda informações sobre Lei Complementar 128, de 2008. Esse curso tem a carga horária de 5 horas e o tempo de disponibilização para cada participante é de 10 dias.

Na cartilha do curso acompanha-se a história do trabalhador informal “Zé” em diálogo com seu compadre que é contador e vai ao longo do curso explicando as vantagens de se formalizar como Microempreendedor Individual. Tudo isso acontece através de uma linguagem clara e de fácil entendimento e conforme o conteúdo programático que segue abaixo:

- Apresentação SEBRAE
- Unidade 1- A dura vida do informal
- Unidade 2- O Microempreendedor Individual
- Unidade 3 - As vantagens de ser MEI
- Unidade 4 - Registros do MEI
- Unidade 5 - Quando se legalizar no MEI
- Unidade 6 - Local de funcionamento do MEI
- Unidade 7 - Emissão de notas fiscais
- Unidade 8 - Os impostos do MEI
- Unidade 9 - A aposentadoria do MEI
- Unidade 10 - Contratação de empregado pelo MEI
- Unidade 11 - A burocracia do MEI
- Unidade 12 - Restrições do autônomo registrado
- Unidade 13 - Cancelamento do MEI
- Unidade 14 - Evolução para microempresa
- Unidade 15 - Atividades impedidas para o MEI
- Exercício

³³ www.ead.sebrae.com.br. Acesso: 30/09/2013.

- Considerações finais



Figura 2: Na figura, à esquerda o contador fornecendo as informações sobre a Lei Complementar 128/2008 para Zé, trabalhador informal.

Fonte: cartilha do curso à distância “MEI- Microempreendedor Individual” realizado no EAD SEBRAE, em 30/09/2013. Disponível em: www.ead.sebrae.com.br. Acesso: 30/09/2013.

Outro curso analisado foi o AE – Aprender a Empreender. Destinado a pessoas que pensam em iniciar um negócio e aos proprietários de pequenos negócios que almejam capacitação em empreendedorismo, conforme o sítio do EAD SEBRAE, o curso tem carga horária de 16 horas (disponíveis por 30 dias) incentiva e contribui para a criação de novos empreendimentos e a sustentabilidade dos empreendimentos existentes através do conteúdo programático que segue:

- Apresentação Sebrae

MÓDULO 1 - MERCADO

- Unidade 1 - Definição de Mercado
- Unidade 2 - Descobrindo o mercado
- Unidade 3 - Marketing na Empresa
- Unidade 4 - Dimensionando o mercado

- Unidade 5 - Projeção de vendas

MÓDULO 2 - FINANÇAS

- Unidade 1 - Conceitos e elementos básicos de finanças
- Unidade 2 - Apuração dos Resultados de um Negócio
- Unidade 3 - Fluxo de Caixa
- Unidade 4 - Diagnosticando a Situação Financeira

MÓDULO 3 – EMPREENDEDORISMO

- Unidade 1 - Introdução ao Empreendedorismo
- Unidade 2 - Características do Comportamento Empreendedor
- Unidade 3 - Plano de Negócios

Com base nesse conteúdo programático, o curso acontece em torno de algumas situações do dia-a-dia de um grupo de amigos que têm negócios e conversam sobre empreendedorismo. O curso inicia no módulo 1 com diálogos entre a personagem Jasmim, dona do restaurante “Jasmim Natural”; Branca Alves proprietária da empresa de limpeza “Limpmais” que atua no empreendedorismo há mais de 7 anos; Henrique Maia, proprietário da fábrica de brinquedos Brinqueduc e Flora Matos, proprietária de um hortorgânico. A partir do módulo 2, aparece o personagem Bartolomeu, consultor financeiro de Flora, profissional liberal que atua há muito tempo como contador e consultor financeiro.

Pensando sobre os tipos de personagens e considerando a ilustração abaixo retirada da cartilha do curso, já é possível perceber como o SEBRAE evidencia a dimensão de inclusão das diferenças na perspectiva do empreendedorismo. Na figura apresentada, temos uma mulher negra, um cadeirante e pessoas de diferentes idades remetendo à ideia de que o empreendedorismo está numa chave que parte da iniciativa individual, importando apenas a disposição em assumir a responsabilidade por suas condições materiais de existência.



Figura 3: Na figura acima os personagens principais do curso “Aprenda a Empreender” do EAD SEBRAE. Da esquerda para direita: Branca, Bartolomeu, Flora, Henrique e Jasmim.

Fonte: cartilha do curso à distância “Aprender a Empreender” do EAD SEBRAE, realizado em 30/09/2013. Disponível em: www.ead.sebrae.com.br. Acesso: 30/09/2013.

O terceiro curso analisado nessa pesquisa é o IPGN – “Iniciando um Pequeno e Grande Negócio”, que foi desenvolvido para pessoas que objetivam iniciar um negócio e necessitam de noções básicas de como gerenciar o empreendimento. Conforme o sítio do SEBRAE (2013), o curso é de 30 horas de carga horária disponíveis em 30 dias e ao concluí-lo o participante “entenderá os comportamentos empreendedores capazes de impulsionar o seu empreendimento rumo ao sucesso, formalizando um Plano de Negócio”.

O conteúdo programático é apresentado a seguir:

- Apresentação

MÓDULO 1: O EMPREENDEDOR

- Unidade 1: Ser Empresário
- Unidade 2: Ser Empreendedor
- Unidade 3: Características de comportamento empreendedor

MÓDULO 2: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

- Unidade 1: Quebrando paradigmas
- Unidade 2: Onde estão as oportunidades?
- Unidade 3: Identificando Oportunidades de Forma Empreendedora
- Unidade 4: Missão de um negócio

MÓDULO 3: ANALISANDO O MERCADO

- Unidade 1: Conhecer o Mercado faz toda a Diferença
- Unidade 2: Estudo de Caso - a escola de informática
- Unidade 3: Definindo o Segmento de Mercado

MÓDULO 4: PESQUISANDO O MERCADO CONSUMIDOR

- Unidade 1: Conhecendo o Cliente “por dentro”
- Unidade 2: O Questionário de Pesquisa
- Unidade 3: Hora de Tabular os resultados

MÓDULO 5: ANALISANDO CONCORRENTES E FORNECEDORES

- Unidade 1: Concorrente
- Unidade 2: Roteiro Padronizado – os concorrentes
- Unidade 3: Os Fornecedores

MÓDULO 6: CONCEPÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- Unidade 1: Desenvolvendo as Características dos Produtos e Serviços
- Unidade 2: Os Produtos e Serviços que Fazem a Diferença

MÓDULO 7: A EMPRESA E OS SEUS PROCESSOS

- Unidade 1: A empresa como um Processo
- Unidade 2: O processo do Produto
- Unidade 3: Processos

MÓDULO 8: A ANÁLISE FINANCEIRA

- Unidade 1: A Análise Financeira: O que é e para que serve?
- Unidade 2: Custos, o Preço e as Receitas

MÓDULO 9: OS RESULTADOS DO NEGÓCIO

- Unidade 1: Os Resultados do Negócio: lucro ou prejuízo?
- Unidade 2: Capital de Giro
- Unidade 3: Afinal de Contas, esse Negócio vale a pena?

MÓDULO 10: O PLANO DE NEGÓCIO

- Unidade 1: A Importância do Planejamento
- Unidade 2: O Plano de Negócio como um Processo

A partir do conteúdo programático apresentado acima, o curso IPGN acontece a partir de diálogos entre os personagens: Fernanda, formada em Nutrição que gerencia seu próprio negócio no mesmo ramo de sua formação; Júlio, empresário; Roberval e Dani que na história estão fazendo o curso do “Iniciando um pequeno ou grande negócio” do SEBRAE e pensam em abrir negócio. No módulo 2, aparece o personagem Gastor dono de pizzeria e Magali, empreendedora de sucesso e no módulo 3 a personagem Margarida França, empreendedora. Os personagens são apresentados na figura abaixo:

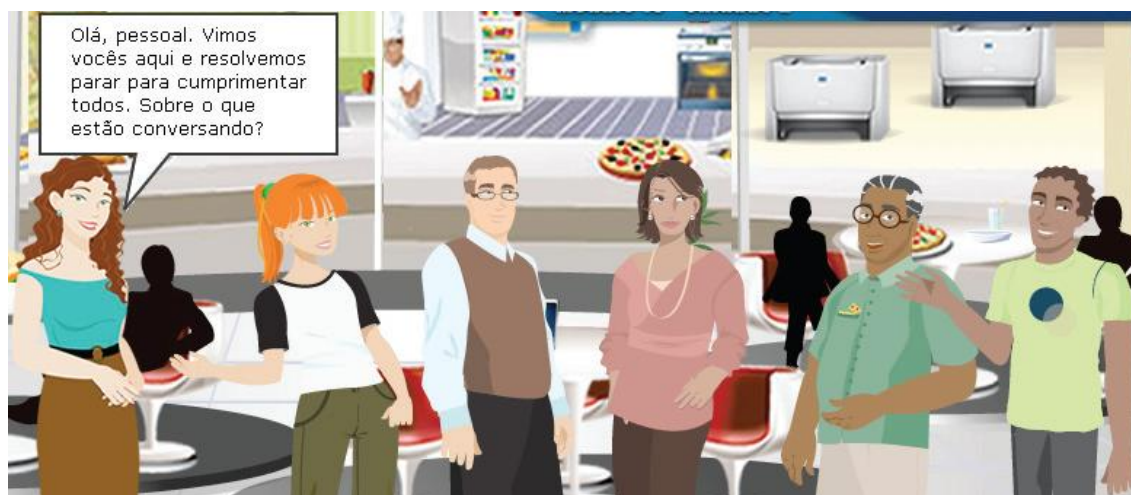


Figura 4: Da esquerda para a direita: Fernanda, Dani, Roberval, Margarida, Gastor e Júlio.
Fonte: cartilha curso “IPGN- Iniciando um Pequeno Negócio” do EAD SEBRAE, realizado em 01/10/2013. Disponível em: www.ead.sebrae.com.br

Por fim, o último curso a ser analisado foi a Oficina SEI-Empreender, com carga horária de 5 horas (disponíveis por 20 dias). Essa oficina disponível na página do ensino à distância do SEBRAE³⁴, conforme citado anteriormente, é composta por seis cursos que tratam de temáticas diferentes, “utilizando uma metodologia que busca promover o desenvolvimento de competências essenciais para a melhoria da gestão dos negócios” (EAD SEBRAE, 2013).

A Oficina SEI-Empreender é direcionada aos Microempreendedores Individuais que se interessam em “desenvolver as competências relacionadas à gestão do negócio, com foco na administração de dificuldades, na valorização do sucesso e no controle” (EAD SEBRAE 2013). Nesse curso, o objetivo “é demonstrar, de forma simples e direta, o perfil do empreendedor de sucesso” (EAD SEBRAE 2013), já que desse modo, o participante terá “subsídios para reconhecer a diferença

³⁴ www.ead.sebrae.com.br. Acesso: 30/09/2013.

entre assumir o controle do seu negócio e ser controlado por ele” (EAD SEBRAE 2013). Além disso, conforme é citado no sítio, o aluno poderá compreender os princípios do empreendedorismo e reconhecer seu potencial empreendedor.

O conteúdo programático segue abaixo:

SEI EMPREENDER

ABERTURA

- Bem-vindo!

MÓDULO 1: ASSUMINDO O CONTROLE

- Apresentação
- Introdução
- Empreendedores
- Conclusão

MÓDULO 2: VENCENDO AS DIFICULDADES

- Introdução
- Video-aula
- Momento de reflexão
- Exercícios
- Conclusão

MÓDULO 3: VALORIZANDO O SUCESSO

- Introdução
- Controle do negócio
- Conclusão
- Síntese
- Encerramento

4.2 Da consolidação à realização de um “sonho”: o papel do SEBRAE no discurso do empreendedorismo

Feitas as apresentações dos cursos na seção anterior, inicia-se aqui a análise do material coletado. Esta etapa busca analisar os dados obtidos nos materiais selecionados e apresentá-los a partir das categorias que se definiram com a entrada

no campo. São elas: categoria “Empreendedorismo como movimento social mundial”; abordando as seções “Atribuições do empreendedor” e “Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento” e categoria “SEBRAE vendedor de sonhos”, abordando as seções Ressocializando os excluídos do mercado e “Eu empresário!”.

Portanto, antes de dar início às discussões que emergem após a análise dos materiais, é preciso lembrar que o empreendedorismo e os pequenos negócios são dois conceitos frequentemente discutidos, porém suas definições variam conforme o lugar, o país e o autor (curso IPGN EAD SEBRAE). Conforme a cartilha do curso,

nos últimos anos, tem havido espaço para uma multidão de especialistas no campo do empreendedorismo. Pode-se até mesmo dizer que existe hoje um ramo de pesquisa rotulado de “empreendedorismo”, com seus próprios pensadores e estudiosos. Os principais autores situam-se nos campos da economia e das ciências do comportamento, mas o assunto percorre muitas outras disciplinas. Existem definições de empreendedor que enfocam a ideia de liderança, de inovação, de promoção, de economicidade, de visão de mercado, de fixação de objetivos, de uso das oportunidades e muitas outras ideias (curso IPGN 2013)

Desse modo, em decorrência das várias vertentes e conceitos do termo empreendedorismo pareceu importante primeiramente assinalar o que o SEBRAE defende como empreendedorismo bem como elucidar algumas discussões feitas por eles em torno do termo, como por exemplo, o crescimento do empreendedorismo no Brasil e as características do empreendedor de sucesso.

Para iniciar essa discussão toma-se como base o depoimento no fórum de apresentação de uma participante de 48 anos, desempregada, inscrita no curso “Aprender a Empreender”: *“Quando entrei no site do SEBRAE, li que para se iniciar um negócio é preciso ser um bom empreendedor”* (R.A.C, AE EAD SEBRAE, 2013).

Aqui, torna-se necessário lembrar que o termo em inglês *entrepreneur* foi traduzido para o português como “empresário”, mas vem recebendo novos significados. Atualmente o termo é traduzido para “empreendedor” que no Brasil ganhou sentido de empresário bem sucedido ou com características e qualidades especiais (MELO, 2008).

De posse dessa afirmação, qual seria então o conceito de empreendedor e empreendedorismo defendido e disseminado pelo SEBRAE?

Utilizando-se das definições de Dolabela (1999) que defende que o termo empreendedorismo é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor,

seu perfil, origens, sistema de atividades e universo de atuação e ainda das palavras de Schumpeter (1988), onde empreendedor para ele é aquele que visualiza uma realização futura e ao combinar o seu trabalho e seus recursos com os de terceiros, consegue torná-la realidade, o termo empreendedorismo para o SEBRAE é associado ao longo do material como aquilo que “representa a filosofia, a base de atuação, o modo de pensar e de viver daquele que empreende (CURSO IPGN, 2013)”.

A partir de questionamentos como “qual é a filosofia do empreendedor? Qual a sua base de atuação? Como pensa e vive o empreendedor?”, no discurso do SEBRAE, empreendedorismo geralmente vem associado à palavra criatividade: *“Usemos a nossa criatividade, nós empreendedores somos pessoas criativas e temos que usá-las no nosso cotidiano”* (Personagem Branca, CURSO IPGN 2013).

Além de associar criatividade ao empreendedorismo, outro termo que é bastante mencionado na fala do SEBRAE é o termo inovação. Para a organização,

empreendedorismo é o modo de pensar e agir de forma inovadora, identificando e criando oportunidades; inspirando, renovando e liderando processos; tornando possível o impossível; entusiasmando pessoas, combatendo a rotina; assumindo riscos em favor do lucro (CURSO AE EAD SEBRAE 2012).

Mesmo sabendo que muitas vezes as informações não são de fácil acesso, a “qualidade empreendedora está com aqueles que encontram saídas diante dos obstáculos, com persistência”, isto é, “os empreendedores são pessoas ativas e arrojadas, são seres realizadores. Esperar, definitivamente, não é com eles” (CURSO AE EAD SEBRAE, 2012).

Conforme a cartilha do curso “Aprender a empreender”, no ano de 1982, a Organização das Nações Unidas (ONU) encomendou uma pesquisa que tinha três focos distintos: 1) identificar o que seria um empreendedor; 2) desenvolver uma forma de identificar empreendedores e 3) desenvolver um treinamento que estimulasse as competências empreendedoras dos indivíduos.

A partir dessa pesquisa resultaram características “próprias de pessoas que têm um grau de realização superior às demais, com motivações e atitudes diferenciadas em relação aos desafios que surgiam diante de si” (SEBRAE). Emergem assim, as 10 Características de Comportamento Empreendedor (CCE)

que o SEBRAE toma como práticas básicas para o sucesso do empreendedor. São elas:

- 1. Busca de Oportunidades e Iniciativa:** Ter a capacidade de criar e enxergar novas oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor e implementar soluções inovadoras.
- 2. Persistência:** Enfrentar os obstáculos decididamente, buscando sempre o sucesso, mantendo ou mudando as estratégias, de acordo com as situações.
- 3. Correr Riscos Calculados:** Analisar as alternativas e se dispor a assumir desafios ou riscos moderados respondendo pessoalmente por eles.
- 4. Exigência de Qualidade e Eficiência:** Decidir que fará sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar o que os clientes desejam.
- 5. Comprometimento:** Fazer sacrifícios pessoais; esforçar-se para completar uma tarefa; colaborar com os subordinados e, até mesmo, assumir o lugar deles para terminar um trabalho; fazer força para manter os clientes satisfeitos.
- 6. Busca de Informação:** Interessar-se, pessoalmente, por obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar, pessoalmente, como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
- 7. Estabelecimento de Metas:** Assumir metas e objetivos que representem desafios e tenham significado pessoal; definir, com clareza e objetividade, o que se quer atingir e em que prazo.
- 8. Planejamento e Monitoramento Sistemáticos:** Planejar, dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões.
- 9. Persuasão e Rede de Contatos:** Utilizar-se de estratégias para influenciar ou convencer os outros, a fim de conseguir melhorias no seu negócio; manter boas relações comerciais com clientes e fornecedores.
- 10. Independência e Autoconfiança:** Buscar manter seus pontos de vista, mesmo diante de um insucesso temporário. Ter confiança na sua própria capacidade de complementar alguma tarefa difícil ou de enfrentar desafios.

Conforme afirma o SEBRAE (2013), é preciso:

pensar fora da caixa, pois paradigmas existem para serem quebrados; ser um agente de mudança, já que a oportunidade está na ação; ter o foco no cliente pensando em como ele era ontem e quais as suas necessidades de amanhã e ainda é preciso acompanhar e inspirar as tendências, isto é, agir antecipadamente (SEBRAE, AE EAD 2012).

Ainda assim, segundo a organização, além de todo o compromisso que um negócio requer de seus proprietários, características como saber conviver com o risco e tirar proveito das oportunidades são de suma importância para a atividade empresarial e são elas que realmente definem o perfil do empreendedor, diferenciando-o no cenário empresarial.

Em relação ao objetivo do empreendedor, para o SEBRAE, conforme a fala da personagem Magali no curso (IPGN EAD SEBRAE 2012) é preciso primeiro

“*formular uma ideia a partir de uma oportunidade percebida*” e as tendências que influenciam oportunidades segundo o SEBRAE (2013) são:

1. Globalização, uma vez que a economia mundial integrada tem como um de seus aspectos mais visíveis o acesso a itens de consumo comuns entre os cidadãos de diferentes países.
2. Era do Conhecimento, pois em nenhum outro período da história da humanidade o conhecimento foi tão valorizado como agora.
3. O Triunfo do Consumidor: “o mundo está reconhecendo a supremacia do indivíduo sobre as organizações coletivas”.
4. Inovação, padronização e adaptação aos clientes: uma decisão oportuna para o novo empreendedor é não só conhecer como também construir sua organização com base em uma estratégia de negócios compatível com as necessidades dos clientes e a disponibilidade de recursos financeiros e tecnológicos.
5. Valorização do capital intelectual, já que “as pessoas são fundamentais para o sucesso dos empreendimentos”.
6. Comércio eletrônico: importante canal de vendas.
7. Alianças com fornecedores e parceiros, pois esses trazem vantagens competitivas.
8. Concorrentes de diversos formatos, não existindo atualmente apenas produtos substitutos como também concorrentes substitutos.
9. Diferenciação pelo serviço total ao cliente, fator de diferenciação e de vantagem competitiva no mercado.

Conforme já mencionado nesse trabalho, o SEBRAE, utilizando-se das palavras de Escarlata (2010), defende que o empreendedorismo e as ações dos empreendedores influenciam o desenvolvimento econômico humano e social do país, gerando empregos e novos valores, e, portanto não só estimular como também apoiar e educar para o empreendedorismo deve estar nas prioridades dos governos, uma vez que “*os micro e pequenos negócios são importantes para a geração de emprego e renda, contribuindo para a oferta de produtos e serviços para toda a sociedade*” (PERSONAGEM JASMIN CURSO AE 2013).

Sendo assim, é preciso destacar que existe nos últimos anos um avanço na abertura de negócios no Brasil e nas condições para o empreendedorismo no país. Conforme os dados do relatório GEM 2012, a Taxa Total de Empreendedorismo teve um aumento de 20,9% em 2002 para 30,2% em 2012 (Relatório GEM 2012, p. 11), pois afinal, como afirma o personagem Júlio dos cursos IPGN do SEBRAE: “*quem nunca pensou em abrir seu próprio negócio? Essa opção é cada vez mais levada em consideração por profissionais de todas as áreas*”.

Tal afirmação é complementada em seguida com a fala da personagem Fernanda a qual defende que o crescimento da quantidade de pequenas empresas e essa transformação em nosso país se dá devido “*à terceirização e à expansão do*

setor de serviços, que as colocaram em posição privilegiada na nova ordem mundial” (PERSONAGEM FERNANDA CURSO IPGN 2013).

Para o personagem desse curso Bartolomeu, *“empreender é um gesto de cidadania e de amor à pátria, meus caros. O empreendedor contribui para a inclusão social, para a geração de renda e para a oferta de produtos e serviços”* (IPGN, 2013).

Conforme o SEBRAE, o Brasil tem sido por anos consecutivos, apontado como um país de vocação empreendedora. Segundo dados da Pesquisa GEM 2007,

13 em cada 100 brasileiros adultos estão envolvidos com alguma atividade empreendedora. No entanto, este número sugere algo sombrio. Dos 7,5 milhões de brasileiros que empreendem, 41,6% não o fazem voluntariamente após a identificação de uma verdadeira oportunidade de negócio, mas sim por necessidade (GEM, 2007).

Considerando tais afirmações, para o SEBRAE, o mundo está dividido em dois grandes grupos: os que fazem as coisas acontecerem e os que esperam essas coisas acontecerem. Os empreendedores estão no primeiro grupo, *“Imagine um negócio, ou um país sem eles?”* (CURSO IPGN 2013). Para o personagem Henrique, *“o Brasil conta com empreendedores como nós para auxiliar no seu desenvolvimento, e a economia é movida em grande parte pelo nosso trabalho!”* (CURSO IPGN, 2013), ou seja, *“muitos de nossos colegas empreendedores não têm ideia da importância que eles têm. Devemos tentar alertá-los sobre esse fato”* (Flora Curso IPGN).

Considerando o caráter ideológico dessas construções discursivas, no sentido de que constroem uma narrativa a qual pretende explicar o mundo tal como ele se apresenta e devido ao crescimento do empreendedorismo ser cada vez mais forte e disseminado no Brasil, é preciso salientar que além da “receita” de como aprender a empreender, nas palavras do SEBRAE “o empreendedor que tem sucesso não espera as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos. A diferença: Atitude!”, isto é, ele assume o controle do negócio, tem independência e coragem de agir, medindo sempre as consequências e planejando corretamente.

Segundo o SEBRAE, o empreendedor de sucesso age com autoconfiança e controla seu negócio com humildade, informação e metas muito bem definidas (OFICINA SEI-EMPREENDER 2013). Portanto, o entendimento veiculado àqueles que buscam os cursos oferecidos é o de que, não é através de magia que o

sucesso de um empreendimento inovador acontece, mas sim de uma série de fatores e condições (pessoais e do negócio) que o empreendedor deve considerar. Conforme afirma o personagem Roberval na cartilha do curso IPGN EAD SEBRAE (2013), “os empreendedores de sucesso encontram maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato, pois sabem que no mundo dos negócios o sucesso de hoje não garante o sucesso de amanhã”.

4.3 Análise do material

A partir das considerações desenvolvidas anteriormente acerca do conceito de empreendedor para o SEBRAE, bem como as discussões trazidas juntamente com o termo, é impossível ignorar que tal instituição seja a principal responsável por disseminar o empreendedorismo no Brasil. Desse modo, no presente tópico, busca-se discutir sobre como o empreendedorismo é disseminado pelo SEBRAE para os brasileiros e quais são os conceitos e discussões que emergem nesse discurso. Com o intuito de alcançar essas proposições, esta descrição se dará a partir das categorias que se definiram com a entrada no campo. São elas: Empreendedorismo como movimento social mundial e SEBRAE vendedor de sonhos.

4.3.1 Empreendedorismo como movimento social mundial

Nesta categoria, procurou-se verificar, o crescimento do empreendedorismo nos últimos anos e quais são os comportamentos, discursos e ações em volta do termo. Como forma de facilitar a exposição dos dados analisados, essa narrativa se dará a partir de duas seções: Atribuições do Empreendedor e Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento.

4.3.1.1 Atribuições do Empreendedor

Na seção **Atribuições do Empreendedor** buscou-se verificar aspectos defendidos pelo SEBRAE que se referem à personalidade, comportamento, habilidades e competências do empreendedor.

Para dar início à discussão, é importante mencionar que, para o SEBRAE os empreendedores são pessoas realizadoras, ativas e arrojadas (PERSONAGEM HENRIQUE, CURSO AE EAD SEBRAE 2013), uma vez que, o empreendedor é a

peessoa que tem a visão do futuro, o responsável maior pela união dos interesses de todas as partes envolvidas no alcance dos seus objetivos. Deve, constantemente, inspirar e estimular seus colaboradores. Todo

organismo vivo tende para a deteriorização, ou seja, a perda da produtividade e desorganização com o passar dos tempos. Cabe ao empreendedor revitalizar e reorganizar os negócios de forma que se tornem perenes e competitivos (DICA DO TUTOR, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Portanto, conforme afirma o personagem Henrique (CURSO AE EAD SEBRAE 2013), o empreendedor, assumindo a responsabilidade para si, “não atribui seu sucesso ou fracasso às causas externas como: crises econômicas, concorrentes, governos, incentivos financeiros e etc.” Para o empreendedor “acompanhar as novas necessidades dos clientes é fundamental para identificar as melhores oportunidades de negócios. O desafio do empreendedor é tornar-se o próprio agente das transformações, adiantando-se às mudanças.” (CURSO IPGN EAD SEBRAE 2013). Assim, ilustrando tal argumento, a personagem Jasmim em uma de suas falas na cartilha do SEBRAE sobre estar disposta a se dedicar ao trabalho ela afirma que “quando decidi abrir o restaurante, disse para mim mesma que assumiria todo o compromisso que isto acarretaria e isso inclui as finanças” (PERSONAGEM JASMIM, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Considerando essa perspectiva, o SEBRAE, através da Oficina SEI-Empreender, defende que “quando a pessoa assume o controle é possível decidir sozinho o que deve ser feito e então agir, aí só depende dela”, pois, para a organização, “quem tem o controle assume a responsabilidade de encontrar soluções e superar desafios, tomando decisão e agindo”. Desse modo, “assumir o controle dos acontecimentos é ter a responsabilidade pelos seus resultados e dificuldades” e é preciso escolher em “ser motorista que decide aonde quer chegar ou ser passageiro e ir aonde o motorista decidir” (OFICINA SEI-EMPREENDER SEBRAE 2013).

Uma vez assumida essa condição e considerando que “o sucesso do negócio é fruto de ações preventivas e corretivas diante das dificuldades por parte do empreendedor”, é preciso assumir “a responsabilidade pelo que acontece em seu negócio” e “colocar em prática o que determinou”. Sendo assim, para o SEBRAE, “atribuir a responsabilidade dos fatos a terceiros e deixar o controle para os outros não são boas ações do empreendedor de sucesso”, uma vez que “aquele que tem o controle de seus negócios tem o poder de decidir e de criar situações nas quais esteja envolvido” (OFICINA SEI-EMPREENDER SEBRAE 2013).

Além de assumir o controle, outra atribuição do empreendedor presente no discurso do SEBRAE é que o empreendedor é a pessoa que age, pois para o SEBRAE, “existem pessoas que encontram bons caminhos para empreender e outras buscam justificativas para não agir”, e “as desculpas ou justificativas para não agir são as maneiras mais rápidas de bloquear qualquer ação ou atitude empreendedora”. Essa pessoa que não age e que busca justificativas para não agir utiliza desculpas para o insucesso e costuma ter em seu discurso frases como: “foi falta de sorte ou não era o meu momento”.

Assim sendo, é preciso estar preparado e bem informado para agir, uma vez que “o sucesso ou o fracasso dos seus negócios passa por suas mãos, portanto se preparar para o SUCESSO é uma escolha”. Para a organização, “se tem receio ou falta segurança é por que não pensou ou mesmo pesquisou direito sobre as alternativas e como colocá-las em prática” (OFICINA SEI-EMPREENDER SEBRAE 2013).

Assumir a responsabilidade e o controle, agir e ainda a busca por qualificação são questões disseminadas pelo SEBRAE como atribuições que o empreendedor deve assumir. Isso fica claro na fala de um participante de um dos cursos, que já havia se regularizado e estava “buscando mais informação” (J.R.B CURSO MEI EAD SEBRAE, 2013) através do portal EAD SEBRAE. Ainda assim, outra participante do curso AE (2013) afirma estar

realmente interessada em agregar conhecimentos tanto neste quanto em outros cursos. O mercado de trabalho está carente de profissionais qualificados mesmo com tantas oportunidades de cursos iguais a este, então porque não aproveitarmos? (C.C.S CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Para o SEBRAE (2013), cada um deve buscar e desenvolver o poder que existe dentro de si e “a melhor forma de desenvolver o poder é buscando informações para ter maior segurança, melhorar o seu controle e praticar”.

Outra atribuição destacada pelo SEBRAE é que o empreendedor precisa dispor de vários saberes, ou seja, o “empreendedor precisa de conhecimentos específicos ou de apoio” (PERSONAGEM JASMIN CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Em um diálogo da cartilha do curso AE (2013), a conversa entre Dani, Jasmim e Flora ilustra essa questão quando a personagem Dani afirma não ser perita “em cálculos, mas me viro bem. Como diz meu amigo Roberval: vamos arregaçar as magas e mãos na massa”. Nessa questão ainda, um dos participantes

do curso afirma no fórum de apresentações que teve a oportunidade de alugar uma loja para ele e “a parte do investimento está sendo toda feita por mim. E a parte das finanças do salão também terá o meu controle total” (V.V.S CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Além desse, outro aluno do mesmo curso, afirma que:

Preciso muito aprender a mexer com fluxo de caixa, pois estou investindo em um negócio um pouco arriscado, eu estou no momento atuando na área comercial, vendas, financeiro, faturamento. Por isso desejo participar deste curso e de muito outros para adquirir informações que me oriente de que forma devo agir (P.V.C CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Dispondo desses saberes, o

empreendedor não age sem que tenha planejado seus passos. De posse do planejamento, ele constantemente monitora, avalia os resultados obtidos e, se necessário, introduz mudanças no plano para que possa alcançar o futuro desejado (PERSONAGEM JASMIN CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Por fim, complementando a atribuição anterior, o indivíduo empreendedor além de dispor de vários saberes, leva adiante esses saberes e os aplica em outras atividades ao longo de sua vida. Para o SEBRAE (2013), “nos dias de hoje, marcados por mudanças tão velozes, não basta que as empresas acompanhem e compreendam as novas realidades. O desafio do empreendedor é tornar-se o próprio agente das transformações” (CURSO IPGN EAD SEBRAE 2013). Desse modo, traz-se aqui o exemplo do aluno de Campos dos Goytacazes-RJ, que trabalha desde de Dezembro/2012 com sua esposa, fazendo doces para eventos.

Trabalhei por 17 anos como balconista de drogaria. Mudei da água para o vinho e estou aprendendo e ajudando muito minha esposa. Hoje sou autônomo e resolvi me unir a ela para aprender e alavancar mais o negócio dela, parceria que está dando certo. Me inscrevi no curso com o intuito de buscar aperfeiçoamento na parte que diz respeito a organização e empreendedorismo (C.N.M.S CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Seguindo nessa mesma linha, outro cursista de São Paulo afirma ter 33 anos de trabalho na mesma área, mas vê “que chegou a hora de tocar meu negócio com um pouco de experiência que aprendi nesses 6 anos na empresa” (H.A.S CURSO AE EAD SEBRAE 2013) que trabalha atualmente.

Discutindo ainda as atribuições do empreendedor, é preciso mencionar que na cartilha do curso AE do SEBRAE, uma dica do tutor é que o empreendedor necessita ser persistente e comprometido com os seus objetivos empresariais, já que, para a obtenção de informações é necessário habilidade de negociação. Conforme palavras do tutor, “uma prática muito utilizada, na hora de pesquisar as informações de mercados, é o uso da rede de contatos. Manter uma rede de

contatos ativa abre muitas portas para os empreendedores” (DICA DO TUTOR, AE EAD SEBRAE 2013). Para a personagem do curso Jasmin, a rede de contatos é fundamental, “o fato de eu conhecer pessoas do ramo, como a Branca e o Henrique, me ajudou bastante. Trocamos experiências e conselhos” (PERSONAGEM JASMIN AE EAD SEBRAE 2013).

Corroborando tais argumentos, Branca, personagem do curso AE EAD SEBRAE (2013), que é dona de uma empresa de limpeza afirma que

as empresas de limpeza também estão sempre atentas às novidades do mercado de produtos de limpeza e equipamentos. Frequentemente, faço cursos e participo de encontros de empreendedores, a fim de manter uma rede de contatos ativa e me manter informada sobre o que acontece no mercado em geral.

Finalmente, a última atribuição a ser apresentada aqui e disseminada pelo SEBRAE é a persistência, conforme ilustrado no diálogo abaixo:

Henrique: Nós empreendedores somos pessoas PERSISTENTES e NÃO desanimamos diante de atividades trabalhosas. Sei que para manter o meu negócio.

Bartolomeu: Concluir atividades trabalhosas, como esta, tornam o empreendedor mais independente e autoconfiante.

Jasmin: Henrique, vejo no seu semblante uma expressão digna de futuros empreendedores de sucesso. Olhar firme, postura confiante e um certo ar de independência. Gostei de ver!

Bartolomeu: Ah, isso é porque ele acabou de calcular o Demonstrativo de Resultado (DRE) da empresa e chegou à conclusão de que empreendedores têm que ser persistentes e confiantes.

Henrique: É verdade, Jasmim. Após calcular o Demonstrativo de Resultado (DRE), adotei um certo ar de independência, como você disse. E, para aproveitar o embalo, propus ao Bartolomeu que iniciássemos o estudo do Fluxo de Caixa (CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

4.3.1.2 Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento

Com o intuito de complementar a discussão, traz-se a seguir o indicador Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento. Nesse indicador apresenta-se a ideia de que o termo empreendedorismo geralmente é no discurso do SEBRAE, ligado à ideia de inovação e por consequência desenvolvimento.

O estímulo ao empreendedorismo e a ideia de que qualquer pessoa pode “aprender a empreender” é notável no discurso do SEBRAE. A oficina do SEBRAE SEI-Empreender confirma tal ideia já na mensagem de boas vindas ao curso: “Olá! Nas próximas quatro semanas você receberá informações para estimular o seu potencial empreendedor”. Para a organização, tanto o potencial empreendedor como

as características empreendedoras podem sim ser desenvolvidas e ensinadas, fazendo com que o participante veja no ato de empreender “uma ótima oportunidade de crescimento” (W.M.S PARTICIPANTE CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Sendo assim, no discurso do SEBRAE, o empreendedorismo serve como impulsionador do desenvolvimento e do crescimento econômico, (COSTA *et al.* 2011). Tal fato pode ser ilustrado a partir do depoimento no fórum de apresentação do curso MEI de uma professora da rede municipal que vende roupas para aumentar sua renda e que futuramente pretende aumentar ainda mais sua renda “e ajudar algumas pessoas proporcionando emprego” (J.S.O CURSO MEI EAD SEBRAE 2013). A mesma ideia é trazida por outro aluno do curso que é dono de um quiosque em reforma na praia de Copacabana no Rio de Janeiro. Conforme palavras dele,

esta reforma vai ser uma mudança significativa no meu estabelecimento. A começar pelo número de funcionários (tenho dois no momento, vou precisar contratar mais uns dez), depois vai ser com relação à remuneração deles, atualmente eles recebem comissão, quando o modelo novo do quiosque estiver pronto, eles irão receber o salário mínimo da categoria (M.A.G CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Além da ideia de geração de empregos e riqueza, a ideia de inovação emerge nos depoimentos dos participantes quando o assunto empreendedorismo é trazido, vejamos o seguinte depoimento:

Trabalho como professora de inglês na educação infantil e aulas particulares para adolescentes e adultos. Quero abrir uma escola de inglês diferente das já conhecidas. Estou aqui para aprender e tentar um negócio bom e novo (J.R CURSO AE EAD SEBRA 2013).

Conforme palavras de outro participante,

Atualmente trabalho como *freelancer* de trabalhos gráficos. Tenho intenções de ter minha própria agência de publicidade, trabalhar na área do marketing e afins. Sou Diretor de Arte, mas ainda assim procuro coisas novas da qual eu posso me ingressar na área da publicidade. Quero inovar e não ser apenas mais uma agência aqui na Baixada Santista, o que são muitas agências (D.W.L.C participante curso AE EAD SEBRAE 2013).

A ideia de inovação segue ligada ao termo empreendedorismo e ainda ao empreendedor de sucesso não só nos depoimentos dos alunos como também nas cartilhas dos cursos do SEBRAE, conforme a fala da personagem Branca: “Sou uma empreendedora de sucesso porque amo o que faço. Adoro pensar em inovação de produtos e preços, brigando com a concorrência” (CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Estar sempre atualizado é importante para o personagem Henrique “eu tento estar sempre acompanhando e dimensionando o mercado, uma inovação do meu

concorrente que eu não perceba pode resultar em perda de clientes para mim” (CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Da mesma forma, conforme alguns depoimentos do fórum de apresentação dos cursos, uma participante que pretende abrir uma cafeteria diz estar “confiante que o curso irá contribuir na concretização deste meu projeto. Sou do interior de São Paulo e há muitos anos venho me especializando em alimentos, gosto de inovar e mexer com o paladar das pessoas” (T.E.R, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Para corroborar tais depoimentos, o SEBRAE direciona: “Procure utilizar alternativas de soluções criativas e inovadoras, para que possa destacar sua empresa no mercado” (OFICINA SEI EMPREENDER 2013).

Considerando a força desse discurso, à primeira vista essas ações parecem garantir que empreendedorismo e inovação caminham lado a lado. Assim sendo, torna-se importante destacar aqui, que no relatório GEM 2012³⁵, Global Entrepreneurship Monitor, o qual o SEBRAE tem parceria técnica e financeira, o conceito de empreendedorismo considerado para a pesquisa não remete à inovação, mas sim a qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, ou seja, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (GEM 2012). No quesito tipo de empreendimento nesse relatório de 2012, a pesquisa aponta que os empreendimentos são poucos inovadores, com baixa inserção internacional e tecnologias ou processos superiores a cinco anos, uma vez que 98,9% dos negócios lida com conhecimentos que ninguém considera novo; “a orientação internacional é baixíssima (0,8% possui consumidores no exterior); e todos os entrevistados afirmaram que a idade da tecnologia ou processos é superior a cinco anos” (RELATÓRIO GEM, 2012, p. 16).

³⁵ Desde o ano 2000, o Brasil participa de uma pesquisa realizada sobre o tema empreendedorismo intitulada Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Iniciada em 1999, regida pela Babson College e London Business School, e no Brasil pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), além da parceria técnica e financeira do SEBRAE, em 2011 a pesquisa passa a contar com o apoio técnico do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas e no ano 2012, conforme o significativo aumento da amostra pesquisada, o GEM Brasil entra em uma nova etapa, melhorando não só as estimativas no nível nacional, como também regionais. Com a participação de 69 países, no ano de 2012 foram realizadas “o levantamento de dados junto à população entre 18 e 64 anos e a obtenção de opiniões de especialistas sobre as condições existentes nos países para o desenvolvimento de novos negócios” (RELATÓRIO GEM 2012, p.7). Tendo como foco o empreendedor e não o empreendimento em si, a pesquisa GEM no Brasil contou com a participação de 10.000 entrevistados, residentes nas cinco regiões do país (2.000 entrevistados em cada uma das regiões). Ainda assim, foram entrevistados 87 especialistas de diversos segmentos da sociedade brasileira (GEM 2012).

Outra questão importante de ser destacada é que em entrevista para o Jornal Brasil Econômico³⁶, o executivo Adolfo Melito, Diretor do Conselho de Economia Criativa da Federação do Comércio (Fecomercio) afirma que “o Brasil tem potencial para ser um país criativo, mas não é. Para ele, o brasileiro é criativo sim, mas na fantasia, pois quando não se consegue implementar o que é pensado, não se gera inovação”. Complementando essa afirmação, na lista do Índice Global de Inovação (realizado pelo Insead- Instituto Europeu de Ensino e pela Wipo-Organização Mundial de Propriedade Intelectual), de 2011 para 2012, o Brasil perdeu 32 posições na lista caindo do 7º lugar para o 39º lugar. Conforme notícia publicada no site do Jornal Folha de São Paulo³⁷, no ranking geral, que mede a produção de inovação sem distinguir as diferenças no nível de desenvolvimento econômico dos países, o Brasil caiu 11 posições, passando do 47º lugar para a 58ª posição. Desde 2007, O Índice Global é realizado a partir de 82 indicadores de mercado de 142 países. Conforme a notícia o indicador responsável pela queda do Brasil na lista foi a criatividade.

Por fim, é preciso destacar ainda que no contexto atual, o empreendedorismo começa a ser algo mais comum, natural e possível para os indivíduos de hoje. Isso é externado na fala de um participante de 27 anos do curso, proprietário de uma pizzaria em Niterói- RJ: “Sou fascinado pelo mundo empreendedor desde que eu me entendo por gente e estou aqui para aprender muito com esse curso e com todos os envolvidos” (R.S.V, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Para outro participante, em razão “deste universo mercadológico que tantas vezes atropela aqueles que não acompanham o ritmo frenético das novas tecnologias e a velocidade das informações” (C.H.S.M, CURSO AE EAD SEBRAE 2013) é preciso estar sempre atualizado e acompanhando as mudanças do mercado. A ideia é expandir profissionalmente e

por isso estou fazendo os cursos do SEBRAE. Minha ideia é ter várias opções para me especializar e não ficar preso em métodos antigos que ainda predomina no mercado. Acredito que tudo está evoluindo e pretendo acompanhar a evolução (L.M.A.V.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

³⁶ Entrevista: “Criatividade de brasileiro não vira inovação”. Por Regiane de Oliveira em 18/07/11 15:19. Disponível em: http://www.brasileconomico.com.br/noticias/criatividade-de-brasileiro-nao-vira-inovacao-diz-melito_104405.htm.

³⁷ Reportagem: Responsável principal pela queda do país na lista foi o indicador de criatividade. Por: Helton Simões Gomes. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/52532-brasil-perde-32-posicoes-em-eficiencia-de-inovacao.shtml>

Feitas tais apresentações referente aos resultados coletados no material estudado, e de posse dessas afirmações, torna-se importante trazer para a discussão a ideia de Fillion (1999), onde ele defende que o debate em torno do tema das pequenas empresas, deve necessariamente ser precedido por uma discussão em torno tanto do conceito de proprietários-gerentes de pequenas empresas como dos conceitos de empreendedor. Segundo ele, cada vez mais o campo do empreendedorismo cresce, seja com publicações, conferências, especializações, incluindo, dentre tantos outros, assuntos como inovação e criatividade, auto-emprego e microempresas e as várias dimensões do tema empreendedorismo.

Como afirmou Lopèz-Ruiz (2004), se Schumpeter descrevia o empreendedor como uma figura particular de indivíduo, em decorrência do atual cenário de carência de emprego para todos, hoje, ser empreendedor não é uma opção, mas sim, um dever. Nessa linha, estimular para o empreendedorismo é o que os governos têm feito a partir de organizações como o SEBRAE.

Antonia Colbari em um de seus trabalhos, refletindo sobre o universo das empresas, defende que as mudanças técnicas e organizacionais bem como a multiplicação de formas diferentes de atividade fora do regime salarial promovem, atualmente, transformações substantivas nos saberes, nos valores morais e de referências simbólicas que sustentam as tendências de qualificação dos trabalhadores bem como a configuração do trabalho da sociedade atual (COLBARI, 2007). Essa qualificação, segundo a autora, almeja não só a capacitação profissional como também a social e é nesse cenário que as virtudes do empreendedor se destacam.

Considerando a afirmação de que atualmente para a autora, o empreendedorismo transborda a área dos negócios e espalha-se para o cenário social, viu-se nessa seção que a ideologia do novo espírito do capitalismo, conforme definiram Bolstanski e Chiapello (2009), como “o conjunto de crenças associadas à ordem capitalista que contribuem para justificar e sustentar essa ordem, legitimando os modos de ação e as disposições coerentes com ela” (BOLTASNKI E CHIAPELLO, 2009, p. 42) se dá, conforme os autores, através do empreendedorismo. Desse modo, é notável que o discurso do empreendedorismo atua em diferentes contextos e assume diversos significados, podendo ser identificado em diferentes situações, tornando-se assim, uma

força social desencadeada por comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas (COLBARI, 2007, p. 76).

Qualquer que seja a abordagem que se dê ao empreendedorismo, tal termo refere-se geralmente à ideia inovação e àquele indivíduo heroico, que não fraqueja, que corre riscos, mas calculados, e que tem uma boa rede de contatos, mas é independente.

Conforme defende Costa *et al* (2011), as diferentes abordagens do empreendedorismo convergem para o mesmo ponto: uma sociedade capaz de produzir riqueza, através de indivíduos que saibam enxergar as oportunidades e melhorar os negócios. Desse modo,

o atual processo de valorização, celebração e exaltação do empreendedor e do empreendedorismo privilegia um modelo específico de desenvolvimento econômico e social pautado pelo capitalismo de mercado, assumido como natural, ideal e exemplar. (COSTA *et al*, 2011, p.183).

Considerando tais argumentos e refletindo sobre o mercado de trabalho atual é sabido que, nos dias de hoje a busca incessante pelo ganho é mais do que uma obrigação ao indivíduo (COSTA *et al*, 2011). Vê-se que, atualmente, o empreendedorismo transborda para outras esferas que não somente a econômica, e que tal discurso/ação é tido como exemplar, ideal e natural, fazendo emergir assim, conforme defende Barbosa (2011, p. 138) “a construção da imagem do empreendedor de si mesmo”, já que diante deste cenário demanda-se que se seja aquele indivíduo “capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível” (BARBOSA, 2011 p. 138). Utilizando-se das palavras de Foucault (1979) “*um homoeconomicus* empresário de si mesmo, sendo ele próprio seu capital, sendo si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda” (FOUCAULT, 1979, p.310).

Conforme defende Lazzarato (2011), enquanto o liberalismo clássico sublinhava a troca, para os neoliberais a concorrência é quem organiza o mercado. Concorrência essa tanto entre empresas como entre trabalhadores (LAZZARATO, 2011). Sendo assim, , esse indivíduo é aquele que aceita o jogo concorrencial com os outros indivíduos e otimiza seus investimentos incitando-o a ser empresário e empresário de si mesmo, ou seja, a jogar o jogo da concorrência (LAZZARATO, 2011).

Diante dessa condição, torna-se importante trazer para a discussão a proposta de Ehrenberg (2010), o qual defende como indivíduo da atualidade, aquele definido pela equação entre o indivíduo conquistador e o indivíduo incerto ou sofrente (EHRENBURG, 2010). Por indivíduo *conquistador* entende-se como aquele que

assume riscos e aventuras em nome de si mesmo, sempre voltado para a *performance* de suas ações e para o incremento de suas próprias potencialidades pessoais. Seu horizonte se caracteriza pela prioridade atribuída à iniciativa, ao contrário da docilidade; ao direito de ser si mesmo, ao contrário da obrigação de seguir certas regras ou restrições a priori; ao direito de escolher sua vida, ao invés de se prender ao passado ou a qualquer senso de continuidade histórica (pertencimento grupal, familiar, religioso etc.). A crença fundamental do indivíduo conquistador é o governo de si, em outras palavras, a crescente tomada de responsabilidade pelos problemas individuais feita pelo próprio indivíduo, em todos os setores da sociedade (cf. Ehrenberg, 1995). Ele é impelido a se engajar autonomamente na ação (BENDASSOLLI, 2000, p. 207).

Já o indivíduo incerto (sofrente) é aquele sobrecarregado e vulnerabilizado pelo montante de tarefas que tende a assimilar de modo privado (BENDASSOLLI, 2000, p. 207). Sendo assim, considerando que para o SEBRAE (2013), assumir a responsabilidade para si e o controle, agir, buscar qualificação, obter vários saberes e levá-los adiante e ainda dispor de uma boa rede de contatos e muita persistência são atribuições necessárias ao empreendedor atual nota-se que nesse cenário da “Era do empreendedorismo” (conforme Dantas, 2011) “participar, hoje, não é idealmente outra coisa senão agir sobre si mesmo, não tendo outro representante a não ser si mesmo” (EHRENBURG, 2010, p. 283).

Percebe-se então que, conforme a fala da personagem Flora, nenhuma característica do comportamento empreendedor é mais importante do que a outra, o que ocorre é que todas devem estar presentes no cotidiano dos empreendedores, ou seja, “é preciso trabalhar para desenvolver nossos pontos fracos” (PERSONAGEM FLORA CURSO AE EAD SEBRAE 2013), remetendo assim, à ideia de que se a responsabilidade foi transferida aos indivíduos, isto é, se ele é o responsável por sua carreira, ele é o responsável pelo seu sucesso, mas também pela sua derrota (BENDASSOLLI, 2000).

Portanto, no atual contexto, estimular para o empreendedorismo é no discurso do SEBRAE ideia de desenvolvimento e de solução para todos. Utilizando-se das palavras da organização “o estímulo foi dado durante estes dias, agora é continuar a prática e subir a escada do SUCESSO” (OFICINA -SEI Empreender 2013).

4.3.2 Categoria: SEBRAE Vendedor de sonhos

Na categoria que segue, procurou-se verificar, como o empreendedorismo tem sido uma forma de reinserção no mercado e como o sonho de se ter uma empresa é evidente no discurso dos indivíduos e possível para todos. A narrativa nessa categoria se dá a partir de duas seções: “Ressocializando os excluídos do mercado” e “Eu empresário!”.

4.3.2.1 Ressocializando os excluídos do mercado

Na seção, ressocializando os excluídos do mercado, nota-se que os indivíduos vêm no empreendedorismo uma forma de se reinserir no mercado de trabalho. Aqui são apresentados trechos que remetam a depoimentos e discursos sobre trabalhadores informais, aposentados e desempregados que enxergam um cenário propício para a abertura de um novo negócio.

Conforme as discussões feitas anteriormente, tornou-se uma recorrência o mercado de trabalho, em tempos de acumulação flexível, não conseguir garantir emprego, isto é, o trabalho socialmente protegido, a toda população economicamente ativa. Consequentemente, o discurso do empreendedorismo vem sendo disseminado como receita de sobrevivência nesse cenário e também como uma maneira de reinserção no mercado de trabalho, seja daquele que está à margem da informalidade ou excluído do mercado.

No fórum de apresentação do curso MEI do SEBRAE, muitos são os depoimentos de indivíduos que vivem na informalidade. Para iniciar o debate, traz-se o exemplo da professora da rede municipal e participante de um dos cursos do SEBRAE que é sacoleira e vende roupas para aumentar sua renda. Isso acontece também com o participante que tem uma “pequena mercearia e padaria estou fazendo o curso para me qualificar melhor para a administração da minha pequena empresa assim que registrá-la” (P.S.G, MEI EAD SEBRAE 2013). Assim como eles, uma confeitadeira participante do curso diz que sua “expectativa é entender as vantagens de formalizar-se” (A.F.C, MEI EAD SEBRAE 2013), enquanto outro participante refere-se ao seu trabalho como “uma coisa bem informal e também amadora, mas com uma cartela de clientes considerável” (V.V.S, AE EAD SEBRAE 2013).

Na mesma direção, pode-se citar ainda o depoimento do técnico de obras de São Paulo que fiscaliza as obras do Monotrilho do Metro, e que há muito tempo pretende, “formalizar meus trabalhos na construção civil, onde quero me aperfeiçoar com a parte de empreendedor, para sair da informalidade” (V.P.A, AE EAD SEBRAE 2013).

Além dos informais, outro tipo de indivíduo aparece nos depoimentos dos cursos do SEBRAE: os desempregados. O participante de 25 anos formado em Engenharia Elétrica relata atualmente estar desempregado, mas trabalha “com projetos elétricos residenciais, comerciais e prediais, e também com projetos de automação residencial” (R.R.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Já em outro depoimento, um indivíduo não tão jovem e já com alguma experiência no mercado de trabalho diz estar atualmente desempregado e que trabalhou,

durante 17 anos em uma grande organização do setor etanol e açúcar. Sou graduado em Ciências Biológicas (2009) pela Universidade Paranaense Campus Cianorte, MBA em Gestão Industrial pelo SENAI Londrina. Com o conhecimento adquirido principalmente na área de Gestão de Pessoas, gostaria muito de abrir meu próprio negócio, a ideia é um restaurante cozinha chinesa (A.T.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Há ainda nesse grupo, a artesã pernambucana desempregada que adora cozinhar e que “gostaria de abrir o próprio negócio. Como sei das dificuldades, espero que este curso venha possibilitar algo” (A.C.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). O operador de máquinas desempregado, também cursista do SEBRAE, está procurando fazer um investimento com sua esposa

pois ela tem experiência como manicure e gostaria de abrir o negócio pra ela. Pretendo adquirir experiência como montar e por onde começar e com essa oportunidade estarei me empenhado para aprender ao máximo (D.T.R, AE EAD SEBRAE 2013).

Tendo nos depoimentos dos cursos, os trabalhadores informais e também os desempregados, outro público encontrado nos depoimentos do fórum é o dos aposentados, como o caso de um militar que está se preparando para a aposentadoria e que conforme as palavras dele,

a fim de abrir o próprio negócio, procurei o SEBRAE por causa das estatísticas feitas por esta instituição, onde informa que muitas empresas fecham suas portas nos dois primeiros anos por falta de conhecimento do mercado e informações em geral. Obrigado pela oportunidade de fazer parte deste grupo.

Na mesma linha, o carioca de 53 anos e funcionário de banco durante 31 anos e 8 meses, pretende agora abrir um negócio e por esse motivo procurou “o site

do SEBRAE, para poder acrescentar mais conhecimento no ramo que escolher” (O.S.S.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Segundo seu depoimento no fórum, ele tem excelente vivência da área financeira e administrativa, “pois participei de vários cursos internos externos, durante toda minha carreira no banco, onde comecei como contínuo e saí como gerente geral de agência” (O.S.S.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Refletindo sobre o cenário atual do empreendedorismo e considerando os dados do relatório GEM (2012), é preciso mencionar aqui que, 50,2% dos respondentes afirmaram perceber boas oportunidades para os próximos seis meses para iniciar um novo negócio (diferença de 7 pontos em relação à pesquisa de 2011), destacando-se a região do nordeste com 52,8%.

Feitas tais considerações sobre o perfil do indivíduo que busca no empreendedorismo uma forma de retorno ao mercado, é importante salientar que o Estado se utiliza de alguns artifícios para que o espírito do empreendedorismo seja disseminado cada vez mais com o objetivo de suprir uma demanda existente nesse cenário. Desse modo, utilizando organizações como o SEBRAE, tal organização, utiliza-se de um discurso fácil e corriqueiro que atinja o maior número de pessoas possíveis, apresentando exemplos do cotidiano para disseminar esse discurso. A seguir, segue o exemplo de uma citação do curso MEI do EAD SEBRAE:

O trabalhador informal: não pode requerer direitos básicos, como aposentadoria, por exemplo; trabalha até quando está doente porque não contribui para ter direito ao auxílio-doença; não recebe auxílio-maternidade, no caso da mulher; normalmente é recusado pelas empresas porque a continuidade do trabalho gera vínculo empregatício, obrigando o cliente a pagar encargos trabalhistas ou defesa em ações judiciais; perde bons descontos e prazos junto a fornecedores por não ter CNPJ; não consegue empréstimos bancários porque não pode comprovar renda; como ninguém quer ser seu fiador, ficam nas mãos de agiotas que cobram juros altíssimos; não pode fazer vendas regulares porque a negociação sem contratos ou notas fiscais é recusada por empresas e pelo governo, obrigando o empreendedor a vender exclusivamente para pessoas físicas; não tem uma clientela fiel porque não pode se fixar em um local; não consegue empréstimos bancários porque não pode comprovar renda; como ninguém quer ser seu fiador, ficam nas mãos de agiotas que cobram juros altíssimos; não pode fazer vendas regulares porque a negociação sem contratos ou notas fiscais é recusada por empresas e pelo governo, obrigando o empreendedor a vender exclusivamente para pessoas físicas; não tem uma clientela fiel porque não pode se fixar em um local; quando é abordado pela fiscalização, perde toda a mercadoria e recomeça do zero. Um exemplo é quando precisa correr com a sua banca cada vez que um policial se aproxima; quando envelhece, não pode se aposentar e continua trabalhando; quando morre, não deixa pensão para os filhos menores porque não contribuiu para a previdência social. Sua família passa por sérias dificuldades após o seu falecimento e os filhos acabam repetindo o

destino da informalidade. Veja neste curso como se regularizar e sair dessa bola de neve! Conheça a história do Zé, um trabalhador informal que aprendeu como regularizar sua situação (CURSO MEI EAD SEBRAE 2013).

Conforme visto anteriormente, a informalidade atinge um grande número de trabalhadores no Brasil. Políticas públicas são criadas. Em 2006 é criada a Lei Geral 123/2006 que regulariza através de sua Lei Complementar 128/2008 o Microempreendedor Individual, mais conhecido como MEI. Conforme cartilha do curso MEI (EAD SEBRAE 2013), o

Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário. Talvez você esteja se perguntando: como faço para me tornar um MEI? A resposta a esta pergunta é simples: Para você se tornar um MEI, é preciso que o seu faturamento seja de até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) por ano, que você não tenha mais de um empregado e que não seja sócio de ninguém no empreendimento.

Além dessas características, o MEI pode ainda ter um funcionário em sua empresa, o SEBRAE esclarece sobre os tipos de trabalho que podem ser incluídos na categoria MEI, são eles:

Camelô, ambulante, vendedora de cosméticos, cabeleireiro, manicure, esteticista, costureira, artesão, fabricante de bijuterias, borracheiro, sapateiro, mecânico, além de vários outros empreendedores que montam o seu próprio negócio (CURSO MEI EAD SEBRAE 2013).

Após discorrer sobre as características do MEI e os tipos de trabalhos que podem ser incluídos, o SEBRAE ainda exemplifica as atividades impedidas de serem realizadas pelo MEI:

Construção de imóveis e obras de engenharia em geral, inclusive sob a forma de subempreitada, execução de projetos e serviços de paisagismo e decoração de interiores; Serviço de vigilância, limpeza ou conservação; Administração e locação de imóveis de terceiros; Academias de dança, capoeira, ioga e artes marciais; academias de atividades físicas, desportivas, natação e escolas de esportes; Elaboração de programas de computadores, inclusive jogos eletrônicos; Licenciamento ou cessão de direito de uso de programas de computação; Planejamento, confecção, manutenção e atualização de páginas eletrônicas; Montagem de estandes para feiras; Produção cultural e artística; Produção cinematográfica e de artes cênicas; Laboratórios de análises ou de patologia clínica; Serviços de tomografia, diagnósticos médicos por imagem, registros gráficos, métodos óticos e ressonância magnética; Serviços de prótese em geral; Serviços regulamentados por lei, como médicos, advogados, dentre outros (CURSO MEI EAD SEBRAE 2013).

Além de tais informações ao longo do curso, é mostrado como se dá a legalização do MEI perante as instituições, conforme segue:

A prefeitura reconhecerá o local de trabalho do MEI e concederá o Alvará de Localização, mesmo que o empresário exerça suas atividades em quiosques, barracas, bancas ou em sua própria residência. Porém, deverá

estar de acordo com as regras do município, que devem ser consultadas antes de fazer o registro.

Além da prefeitura, no banco, “a legalização do MEI é isenta de qualquer taxa”, e esse “não pagará impostos federais. Apenas o ISS, o ICMS e o INSS são devidos pelo MEI, em valores bem reduzidos”. O MEI terá, na Junta Comercial, “um número no CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) e poderá abrir conta bancária, pedir empréstimos e fazer cadastro com fornecedores atacadistas e distribuidores”, podendo ainda “anunciar um local fixo para atender os seus clientes. Com isso a propaganda do negócio torna-se mais fácil”.

Ainda conforme a cartilha do Curso MEI (EAD SEBRAE 2013), ao fazer a legalização, o MEI, “poderá negociar preços e condições nas compras de mercadorias para revenda e obter uma melhor margem de lucro”, podendo “vender para outras empresas ou para o governo, com nota fiscal, e até parcelar as suas vendas”. Em relação à Previdência Social, conforme cartilha do SEBRAE (2013),

o pequeno empreendedor individual terá direito: ao auxílio-doença; a auxílio-maternidade; à aposentaria por idade ou por acidente; à pensão aos seus filhos menores, no caso de morte ou prisão.

Segundo o SEBRAE, o registro do MEI pode ser feito

pela Internet, no Portal do Empreendedor (www.portaldoempreendedor.gov.br). Alguns contadores estão cadastrados para efetuar o registro gratuitamente e o SEBRAE pode ajudar também. Os detalhes, você pode obter na biblioteca do curso.

Em relação ao pagamento de impostos, o valor a ser pago pelo MEI “é de apenas R\$ 34,90 (comércio ou indústria) ou R\$ 38,90 (prestação de serviços)”, pois o MEI será “enquadrado no SIMPLES NACIONAL e ficará isento dos impostos federais que são: Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL”. Tais valores pagos pelo MEI “serão destinados à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS” e para efetuar esse pagamento “basta que o MEI se dirija ao banco ou à casa lotérica com uma única guia. Ao fazer o registro, ele já emite o carnê para o ano inteiro” (CURSO MEI EAD SEBRAE 2013).

Refletindo sobre as políticas públicas criadas para o fortalecimento do empreendedorismo, destaca-se aqui que no relatório GEM 2012, os entrevistados responderam uma questão aberta. Tais entrevistados deveriam indicar três aspectos que consideram mais limitantes ao empreendedorismo, três mais favoráveis e três recomendações para melhorar o cenário para empreender. Segundo os resultados do relatório GEM de 2012, nos fatores favoráveis verificou-se o clima econômico, as

normas culturais e sociais e ainda, infraestrutura comercial e profissional. Já, políticas governamentais, apoio financeiro e educação e capacitação foram apontados como fatores passíveis de melhorias, variando bastante de região para região.

Ainda de forma favorável, conforme o GEM 2012 (p.10) obteve-se como resposta os “aspectos ligados à percepção de oportunidades no ambiente de negócios, a valorização da inovação pelos consumidores brasileiros e a atual dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino”. Limitantes para o empreendedorismo, o “nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio” e as “políticas governamentais: burocracia e impostos” destacaram-se nas respostas dos entrevistados.

Durante o curso MEI EAD SEBRAE (2013), após o compadre fazer as apresentações sobre a categoria MEI, suas vantagens e os caminhos para a formalização dessa categoria, o personagem Zé exclama “olha, eu to achando que esse negócio é muito fácil. Quando a esmola é demais, o Santo desconfia!”. O contador, personagem da cartilha e compadre de Zé, exclama: “Que nada Zé! A intenção é ajudar os trabalhadores informais” (CURSO MEI EAD SEBRAE 2013).

Dessa forma, considerando a criação de políticas públicas que facilitam o acesso à formalização, o discurso do SEBRAE sobre sua participação na luta pela criação da Lei Geral 126/06 e 128/08 e ainda a disseminação das vantagens de ser formalizado, o cenário se molda para que o crescimento do empreendedorismo aconteça cada vez mais. Conforme palavras do SEBRAE (2013), “para isso, basta acessar o site www.portaldoempreendedor.gov.br e fazer o registro”. Desse modo, basta apenas um clique para você estar de volta no mercado!

4.3.2.2 Eu empresário!

Continuando a discussão, a seção “Eu empresário” apresenta a ideia de que mesmo que os indivíduos não saibam o significado do termo empreendedorismo, ou não tenham ideia do ramo que gostariam de seguir ou se tem, não são conhecedores da área que pretendem seguir, eles mesmo assim pensam em abrir um negócio e enxergam o SEBRAE como instituição de referência para o sucesso: “Tenho 42 anos e resolvi participar do curso pra abrir meu próprio negócio. Tenho

intenção de entrar na área de comunicação visual embora somente agora eu esteja me inteirando no assunto” (E.A.C, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Para outro participante, o sonho de abrir o próprio negócio (sorveteria ou papelaria) é grande, mas ele escolheu o curso do SEBRAE, pois não sabe “nem por onde começar” (M.R.O.L, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). A jovem estudante de 26 anos que sempre teve vontade de abrir um negócio, já sabe qual o seu desejo: ser uma franqueada. Para isso ela já está buscando maiores informações sobre franquia, mas, conforme palavras dela, “ainda não sei qual ramo seguir, estou um pouco perdida, como a maioria aqui. Por isso estou fazendo o curso” (G.P.R.C, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Já o garçom de Campos do Jordão, associa a abertura de negócio ao empreendedorismo:

Sou garçom e quero adquirir conhecimentos na área de empreendedorismo para começar meu negócio. Trabalho no centro turístico de Campos do Jordão e penso em trabalhar com vendas, mas ainda não sei exatamente que produto ou qual meu público alvo (T.S.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Na busca por autonomia ou busca por segurança os

indivíduos se encontram numa situação de fragilidade de identidade, de enfraquecimento de vínculos sociais diversos, de busca de sentido, de desorientação quanto ao presente e ao futuro, de carência de referenciais, a organização deixa de ser considerada apenas uma reguladora =crise econômica e social, mas passa a desempenhar um papel cada vez mais forte como fornecedora de significações, gratificações e, por fim, de identidade (FEITAS, 1997, p. 72).

Desse modo, hoje, a realização do sonho de abrir um negócio próprio e consequentemente ser seu próprio patrão, está cada vez mais frequente (e talvez possível) nos discursos dos indivíduos. Conforme dados do relatório GEM (2012), 33,7% dos respondentes afirmaram conhecer pessoas que abriram um negócio novo nos últimos dois anos.

Para a personagem Dani do curso IPGN, não existe coisa melhor do que “ganhar bastante dinheiro, ser dona do meu próprio nariz, entrar e sair da loja na hora que bem entender” e ainda poder ficar em casa alguns dias e tirar férias quando quiser.

Essa também é a vontade do participante que trabalha há 23 anos em uma empresa de alumínio e “como muitos tenho um sonho de futuramente abrir meu próprio negócio” (C.A.V, CURSO AE EAD SEBRAE 2013) e também da assessora

de imprensa que há 4 meses largou seu emprego “para correr atrás de um sonho que é abrir uma pet shop. Sempre quis trabalhar com animais” (R.S.R, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Além desses, outros depoimentos, também retirados do fórum de apresentação do curso IPGN SEBRAE 2013 ilustram esse desejo:

Boa tarde. Sou de Dourados-MS. Trabalho na empresa Bunge Brasil S.A, na contratação de caminhões. Tenho muito contato com diversos motoristas e transportadoras, e em virtude disso, gostaria muito de abrir o próprio negócio, talvez uma agência de cargas, prestadora de serviços aos motoristas...Na verdade não sei bem ao certo. Só tenho vontade de empreender, tornar-me um empreendedor, deixar de ganhar dinheiro para os outros e sim pra mim mesmo (A.L.C, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Trabalho há bastante tempo no ramo de comércio, mais especificamente com material de construção e supermercado. Meu avô, hoje já afastado, depois de mais de 70 anos esteve a frente dos negócios da família. Há algum tempo decidi que quero montar um negócio só meu, ou no máximo mais um sócio, mas ainda me sinto perdido no que empreender, se continuo no ramo ou vejo algo inovador (D.S.D, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Para muitos a pequena empresa tem sido vista atualmente, como uma solução “sonhada por aqueles que querem trocar as amarras do trabalho assalariado pela aventura da autorrealização e do sucesso conquistado por meio do próprio esforço” (Personagem Julio IPGN EAD SEBRAE 2013). Assim, em decorrência da disseminação do empreendedorismo, atualmente, é comum ouvirmos cada vez mais a frase “quero abrir um negócio”. Muitas pessoas têm pensado como Roberval, personagem do curso do SEBRAE:

quero abrir um negócio para ser meu próprio patrão, sair da rotina, sabe, pois cansei de ser empregado. Há muito tempo que pego no pesado lá na empresa onde trabalho como auxiliar de escritório. É trabalho que não acaba mais, são oito horas por dia, cinco dias por semana. Dá para agüentar uma vida assim? (PERSONAGEM ROBERVAL, IPGN EAD SEBRAE).

É preciso ressaltar que para isso, disciplina e comprometimento são necessários, pois, ter uma empresa própria exige muitas responsabilidades, como por exemplo, trabalhar “de 12 a 15 horas diárias no seu negócio” (PERSONAGEM JULIO, IPGN EAD SEBRAE 2013). Conforme a fala do personagem,

tirar férias é muito mais difícil, pois muitas decisões a serem tomadas na empresa dependem de você. Em uma pequena empresa, o empreendedor acaba tendo muito menos tempo disponível para a família, pois se torna dependente de fornecedores, bancos, clientes, funcionários, governo, dentre outros. Além do mais, seu patrimônio pessoal fica comprometido com as operações da empresa. Nem tudo são flores, como vocês estão pensando (PERSONAGEM JULIO, IPGN EAD SEBRAE 2013).

Para o SEBRAE, apenas “entender como funciona essa arte de empreender” (H.C, AE EAD SEBRAE 2013) não é suficiente para ser empreendedor, é preciso antes de tudo especializar-se e buscar informações sobre o negócio que se está querendo abrir. Depoimentos do fórum de apresentação mostram que alguns indivíduos já têm isso em mente.

Sem experiência alguma, uma participante que quer abrir empresa com o marido diz querer primeiro aprender para ter um melhor desempenho (M.P., CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Já a cursista arquiteta percebeu que não sabe nada da área comercial e procurou o curso do SEBRAE para aprender (I.G.O, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). A vendedora de produtos de higiene e beleza buscou os cursos do SEBRAE para que possa realizar o sonho de ter uma doçaria (R.S.A, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Não importa o motivo: querer aprofundar os conhecimentos na área (R.G.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013), adquirir conhecimento para a realização do sonho de abrir uma empresa, (D.D.G.O, CURSO AE EAD SEBRAE 2013) ou encontrar “toda, ou a maioria das informações que preciso” (V.A.C, CURSO AE EAD SEBRAE 2013), os participantes dos cursos defendem que a busca por qualificação é necessária para que se obtenha sucesso no empreendimento, como é ilustrado a seguir:

Tenho um sonho: montar uma padaria e vou colocá-lo em prática, mas é preciso buscar conhecimento e aqui sei que é o lugar ideal para me profissionalizar (O.J.C., CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Pretendo abrir um pequeno negócio pra mim, mas não tenho muita noção de ser empreendedor. Através do curso espero ter um conhecimento considerável para poder abrir meu próprio negócio (L.R.S., CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Sou Policial Militar do Estado do Rio de Janeiro e estou aqui para aprender um pouco sobre como montar e gerenciar uma pequena empresa. **Sempre tive o sonho** de ter o meu próprio negócio e agora resolvi arriscar (D.S.M, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Tenho muita vontade de abrir minha própria marca e embora acredite no potencial do negócio, tenho muitas dúvidas relacionadas à gestão e finanças e se tenho realmente o perfil adequado para empreender. Espero esclarecer algumas questões aqui (M.A.R, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Tenho o sonho de um dia ter meu próprio negócio, espero encontrar aqui toda, ou maioria das informações que preciso (V.A.C, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Sou Analista de Sistemas autônomo, sou de SP. Pretendo obter noções para tentar abrir um negócio próprio, pois ideias não me faltam, porém o

que falta é coragem e para tanto quero me embasar melhor antes de partir para a ação (F.F.L, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Além de buscar informações e estar bem informado, para empreender o SEBRAE (2013) afirma que é preciso ainda conhecer as características de mercado e por isso

não foi à toa que o SEBRAE produziu um documento chamado Termo de Referência de Acesso ao Mercado pelas Micro e Pequenas Empresas – TRAM-MPE. Lá consta o resultado de uma pesquisa que aponta dois fatores fundamentais para o sucesso empresarial (PERSONAGEM GASTOR IPGN, EAD SEBRAE, 2013).

Segundo esse documento um dos fatores determinantes é “o bom conhecimento do mercado em que atua” (49% das respostas) e conforme 48% das respostas, outro fator são “as boas estratégias de vendas, considerando que, para determinar as estratégias de venda, é preciso conhecer e atuar junto a bons fornecedores, junto aos concorrentes” (PERSONAGEM GASTOR IPGN, EAD SEBRAE, 2013). É preciso ainda “conhecer para quem se vai vender, podemos concluir que só vende com sucesso quem conhece com profundidade o seu mercado em todos os seus aspectos”.

Relacionando tais argumentos com os dados do relatório GEM do ano de 2012, nessa pesquisa questionados sobre abertura de negócio, 35,5% dos entrevistados relataram ter medo de fracassar, sendo o percentual menor do que a média brasileira nas regiões Norte (31,1%) e Nordeste (33,0%). Ainda conforme o relatório, no quesito “novo negócio como uma opção desejável de carreira” e “*status* e respeito perante a sociedade”, os percentuais foram acima de 80% mostrando assim, o alto prestígio que a carreira empreendedora vem obtendo junto à população (RELATÓRIO GEM 2012).

Outra afirmação importante é que em relação à questão do sonho brasileiro, o sonho de ter um negócio próprio (43,5%) superou o desejo de ter uma carreira em uma empresa (24,7%) ficando entre os três primeiros sonhos nas cinco regiões pesquisadas, juntamente com o de viajar pelo Brasil e ter uma casa própria (GEM 2012).

Para a personagem Dani,

quantos empreendedores, aparentemente bem preparados, investem seus recursos em negócios que não dão certo por não observarem as características de mercado do ramo que escolheram? (IPGN, EAD SEBRAE, 2013).

O personagem Gastor complementa tal afirmação mencionando que essa busca pode ser feita através de documentos e informações já disponíveis para consulta chamados de Dados Secundários e cita que “duas ótimas fontes de informação estão nos anuários do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (www.ibge.gov.br) e no SEBRAE (www.sebrae.com.br)”.

Além do SEBRAE ser indicado em suas apostilas como referência para informações sobre empresa e mercado, a saber:

Saiba que o SEBRAE, em suas unidades em todos os estados, está preparado para auxiliar os empresários de todos os setores a fazer as adaptações necessárias a cada caso a partir dos modelos apresentados neste curso (curso IPGN EAD SEBRAE 2013),

Essa referência é recorrente nos depoimentos dos participantes dos Cursos EAD SEBRAE. Como vimos anteriormente, geralmente os depoimentos sobre abertura de negócio vem acompanhado da palavra “sonho” e ao referir-se sobre o SEBRAE, a palavra (ou ideia de) “Sucesso” é mencionada na maioria das vezes pelos participantes, conforme é ilustrado a seguir: “O SEBRAE é uma instituição conceituada e de confiança” (R.G.S CURSO AE EAD SEBRAE 2013); “Tenho grandes esperanças de que o SEBRAE possa me abrir novas portas e me fornecer novos conhecimentos” (R.R.T., CURSO AE EAD SEBRAE 2013); “Acredito que esse curso possa ser muito útil para minha formação, e que possa adquirir valiosas experiências pra minha vida profissional” (P.V.P.S, CURSO MEI EAD SEBRAE 2013); “Estou abrindo um centro de reparação automotiva e gostei muito desta oportunidade ead que o SEBRAE está nos oferecendo” (R.G., CURSO AE EAD SEBRAE 2013); “Quero me tornar um pequeno, mas promissor empresário neste ramo” (J.L.B., CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Além desses depoimentos, há ainda cursistas que enxergam o SEBRAE como referência para futuros empreendedores (K.S.P.A, CURSO AE EAD SEBRAE 2013), que através dos ensinamento da organização irão fazer com que a empresa caminhe corretamente (J.R.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013), escolhendo as opções corretas (H.F., CURSO AE EAD SEBRAE 2013) para ter um bom empreendimento” (E.T.F, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Para um participante de 21 anos de Campinas a expectativa e o interesse “em absorver o máximo do curso para que um dia eu possa ser um grande empresário” (C.L.B, CURSO AE EAD SEBRAE 2013) é grande. Buscando o máximo de

conhecimento que o SEBRAE pode oferecer (F.B.J., CURSO AE EAD SEBRAE 2013), tal instituição é tida por alguns como a instituição mais indicada (R.S.R., CURSO AE EAD SEBRAE 2013), para que se possa “começar corretamente” (B.R.C., CURSO AE EAD SEBRAE 2013), ou seja, trilhar o caminho certo (E.A.S., CURSO AE EAD SEBRAE 2013) e ainda em outros casos, “ajudar a montar/manter meu próprio negócio” (L.B.M.C., CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Outra participante, uma dona de casa, 33 anos, casada e com 2 filhos, objetiva fazer o curso para entrar para a área de confeitaria e salgados de festas (J.A.M.S, CURSO AE EAD SEBRAE 2013). Outro participante intenciona montar uma loja de roupas, “e quero que realmente dê certo. Tenho medo de investir. Acho que com o curso vou conseguir esclarecer todas as minhas dúvidas!!!” (L.S.M, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Mesmo que a partir dos depoimentos a ideia é de que o SEBRAE é referência no assunto empreendedorismo e negócios, os dados do relatório GEM 2012 apontam uma informação que deve ser levada em consideração: ao serem perguntados sobre a busca por apoio na pesquisa GEM 2012, os dados mostram que 82,2% dos entrevistados não procuram esse tipo de ajuda. Os percentuais no Sul e Sudeste são mais baixos, mas ainda assim ficam entre 77% e 81%. Quando perguntados sobre os órgãos de apoio procurados, o SEBRAE se destaca sendo citado por apenas 13% dos entrevistados.

Entender mais esse mundo do empreendedorismo e obter o sucesso que eu desejo (J.G., CURSO AE EAD SEBRAE 2013) é a frase que talvez melhor represente os depoimentos aqui citados. Desse modo, bálsamos para todas as dores conforme conceituou Dantas (2011) ou aventura possível para todos, segundo as palavras de Ehrenberg (2010), o empreendedorismo e seu “espírito” são disseminados fortemente por instituições como o SEBRAE. Para eles, ter comportamento empreendedor é praticar regularmente cada uma das 10 características mostradas nesse trabalho anteriormente. Dessa maneira,

uma das maiores causas para o insucesso empresarial no Brasil é a falta de planejamento para abrir o próprio negócio. A maioria dos brasileiros não tem o hábito de planejar suas empresas, mas planeja com bastante antecedência as férias, as comemorações em família ou o carnaval (DICA DO TUTOR, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Conforme o personagem Gastor, “é importantíssimo que você reserve um tempo para pensar e conhecer ainda melhor o seu negócio, afinal você é a melhor pessoa para contar para o mundo como ele é” e o “problema é que em uma escala de 0 a 10, o empreendedor brasileiro tem nota média 3,5 em planejamento” (PERSONAGEM DANI IPGN EAD SEBRAE 2013).

A ideia de responsabilização do indivíduo parece ser fortemente defendida no discurso do SEBRAE, pois, conforme o personagem Gastor,

as empresas podem fechar suas portas mais por responsabilidade dos seus proprietários (fatores internos) do que por fatores externos ao negócio, tais como crises econômicas, altas taxas de juros etc. Todos estes fatores externos podem ser previstos por ocasião da elaboração de um plano de negócio (PERSONAGEM GASTOR, CURSO IPGN EAD SEBRAE 2013).

Para o SEBRAE,

acreditar ‘cegamente’ nos números encontrados é uma das causas das altas taxas de ‘mortalidade’ de empresas no Brasil. Os empresários dizem que o negócio deles não deu certo, mesmo fazendo os cálculos que o SEBRAE ensinou. Na verdade, o erro não estava nos cálculos, mas sim nos números que foram utilizados nos cálculos. Assim como a lucratividade, o percentual médio de rentabilidade de um setor pode ser obtido nas associações comerciais, sindicatos patronais, no SEBRAE, no IBGE etc. Recomendamos que, após terem apurado os indicadores financeiros e de risco do seu negócio, compartilhem estes resultados com pessoas da sua rede de relacionamento que possam, junto com você, analisá-los. O SEBRAE pode ser seu parceiro nesta análise (CURSO IPGN EAD SEBRAE 2013).

Refletindo sobre o cenário brasileiro do empreendedorismo, é preciso mencionar que conforme o relatório GEM 2012, no quesito relacionado ao número de empreendedores no Brasil, segundo o estágio em que se encontra o empreendimento, a pesquisa GEM (2012) apontou que 30,2% dos indivíduos adultos da população eram empreendedores iniciais ou estabelecidos, sendo 15,4% da população em estágio inicial, 4,5% empreendedores nascentes, 11,3% empreendedores novos e 15,2% empreendedores estabelecidos.

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

Em relação às taxas específicas de empreendedorismo, segundo o estágio do empreendimento e características demográficas, é possível observar que entre empreendedores iniciais há um percentual maior de indivíduos do sexo masculino, com faixa etária 25 a 34 anos, curso superior completo, sendo a faixa de renda entre 6 a 9 salários mínimos. Em empreendedores estabelecidos, as taxas específicas mais altas ocorrem também entre homens, com faixa etária entre 45 e 54 anos, primeiro grau incompleto e faixa de renda entre 3 a 6 salários mínimos.

Discutindo a questão da motivação do empreendedor e o que está por trás do ato de empreender, seja por oportunidade³⁸ ou necessidade³⁹, este relatório traz um ponto que deve ser considerado: pelo desejo de independência no trabalho, optam por iniciar um novo negócio.

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

A reestruturação produtiva trouxe novos padrões de gestão do trabalho que se desenvolveram centrados na flexibilização. Como consequência, houve uma crescente transformação do contrato trabalhista em suas diversas formas flexíveis do emprego e do mercado de trabalho, assumindo nessas práticas diferentes configurações, como por exemplo, “a terceirização, o emprego temporário, a subcontratação a informalidade, as cooperativas de trabalho, as atividades autônomas e inúmeras formas de trabalho assalariado disfarçado” (NEVES e PEDROSA, 2011, p. 12).

³⁸ Aquelas pessoas que, mesmo quando existe alternativa de emprego e renda, ou para manter ou aumentar sua renda.

³⁹ Iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de trabalho, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias.

Se considerarmos as condições atuais do mercado do trabalho flexível e precarizado, num contexto em que os indivíduos passam de um emprego para outro, é possível prever que atualmente o indivíduo deve:

(...) assegurar ele próprio a formação, o crescimento, a acumulação, o melhoramento e a valorização de «si» enquanto «capital», gerindo todas as suas relações, escolhas, condutas segundo a lógica econômica fixada na relação proporcional custo/investimento (LAZZARATO, 2011, p. 31).

Refletindo que durante muito tempo, o assalariado era aquele indivíduo que dispunha da segurança da condição salarial, enquanto o risco quem corria eram os empresários é preciso atentar que atualmente, essa situação foi invertida pelo atual estágio de organização do capitalismo: hoje o assalariado está exposto aos riscos e o empresário é quem está protegido (LAZZARATO, 2011).

Aqui se toma como base a discussão trazida por Barbosa (2001), na qual se afirma que certamente esse cenário não se trata de um estado totalitário e os problemas produzidos por eles, conforme analisou Arendt, mas sim, de um totalitarismo neoliberal, termo utilizado por Oliveira (1999), onde as estratégias de desmantelamento do estado como esfera pública e ainda as de flexibilização do mundo empresarial alimentam as sensações de insegurança social e ontológica (BARBOSA, 2011). O autor ainda adverte em seus estudos sobre a construção discursiva, muito mais do que a impossibilidade, de que o “Estado é uma instituição incapaz de assumir o protagonismo na tarefa de promover o bom funcionamento da sociedade como um todo” (BARBOSA, 2011, p. 135). Para ele, conforme afirmou Bourdieu (2002),

esse discurso não possui a neutralidade alegada por seus defensores, até porque sua origem é socialmente bem definida e sustenta-se em três postulados distorcidos da teoria econômica: 1) a economia entendida como um domínio à parte do mundo social, esfera regida por leis naturais e universais que não podem ser contrariadas pelos governos; 2) o mercado como sendo a instância capaz de otimizar a organização das relações sociais, as trocas, a produção, assim como garantir uma distribuição equitativa; 3) a exigência pela redução das despesas do Estado no âmbito de uma economia globalizada, ou seja, a supressão de tudo que possa vir a ser um impeditivo para a expansão dos mercados, e aqui estão incluídos os direitos sociais ligados ao emprego e à previdência social, vistos nessa linha de raciocínio, que resgata a lógica do *laissez faire*, como onerosos e disfuncionais. Aliado a essas distorções, ainda se têm o discurso, nitidamente inspirado no velho discurso americano calvinista do *self-help* ('virar-se' por conta própria) (BARBOSA, 2011, p. 135).

Contribuindo para o processo de individualização tanto das tarefas como da trajetória profissional, conforme afirmou Castel (2005), o discurso da responsabilização faz emergir o questionamento de que “se cada um é o projeto de

si mesmo, quem não consegue emprego é porque não soube escolher as qualificações que as empresas necessitam ou podem vir a necessitar” (FREITAS, 2006, p. 77), trazendo à ideia de que qualquer mudança em sua vida compete a si mesmo. Nesse cenário, emerge o discurso do empreendedorismo como “salvação” para vencer no mercado de trabalho.

Dessa maneira, a ética do trabalho fundada sob a égide do empreendedorismo (DIAS e WETZEL, 2010) é trazida no discurso do SEBRAE, seja para, diminuição da informalidade, solução ao desemprego, reinserção no mercado ou apenas para a realização de um sonho, atualmente, o empreendedorismo é apresentado como um “bálsamo para todas as dores, a solução para todos os problemas” (DANTAS, 2011, p. 2). Com o cenário oportuno ao empreendedorismo e o bombardeio de vantagens e facilidades do empreendedorismo, hoje em poucos minutos o indivíduo abre sua empresa e se pega pensando: “Eu vou ser empresário? Puxa... Tô bobo!” (CURSO MEI EAD SEBRAE 2013).

5 Considerações finais

É sabido que devido ao esgotamento do Estado de bem-estar social muitas foram as transformações entre as relações do Estado, sociedade e organizações (PAES DE PAULA, 2001). Como consequência, a atual configuração do mercado de trabalho é incapaz de oferecer emprego a todos que estão em idade economicamente ativa (BAUMAN, 2011). Isto ocorre ao mesmo tempo em que a sociabilidade dos indivíduos passa a ter na empresa uma forte referência narrativa. Nas palavras de Kovács (2001), em se tratando de empresa hiperflexível, “sem trabalho e sem gestores, o indivíduo atual se torna uma empresa independente sem fronteira entre trabalho e vida privada e onde tudo será mercado” (KOVÁCS, 2001, p. 65), isto é, de agora em diante, o indivíduo é intimado a se tornar empresário de sua própria vida (EHRENBERG, 2010, p. 16).

Conforme apresentamos ao longo desse trabalho, é nesse cenário que surge a tentativa de “construção da imagem do empreendedor de si mesmo como o indivíduo capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível” (BARBOSA, 2011, p. 138). O espírito empreendedor é disseminado como forma de salvação em todos os sentidos: seja para montar um negócio próprio e “garantir” seu emprego, ou como característica pessoal, na busca constante por qualificação e atualização. Utilizando-se das palavras de Ehrenberg (2010, p. 48): atualmente, é preciso “empreender qualquer coisa. Ela simboliza uma criação pessoal, uma aventura possível para todos”.

Após apresentarmos as interpretações do empreendedorismo, termo utilizado pela primeira vez por Cantillon e definido por Schumpeter (1988) como aquele que indivíduo ensinado a desejar novas coisas, traz-se o diálogo entre os autores Weber e Schumpeter que conforme relaciona Martes (2010) a ideia de ação (mediada por interesses) é inerente ao conceito de empreendedor e a ação do empreendedor é social na mesma perspectiva weberiana uma vez que leva em conta o(s) outro(s), ou seja, uma pluralidade de agentes determinados ou indeterminados (inclusive instituições) (MARTES, 2010).

Seguindo a discussão, a literatura de negócios é abordada apresentando a trajetória das pesquisas sobre o tema empreendedorismo, e ainda como esse veículo contribui fortemente para a disseminação do empreendedorismo. O novo espírito do capitalismo proposto por Bolstanski e Chiapello (2009) é discutido logo após, elucidando que conforme os autores, o empreendedorismo é a ideologia do novo espírito do capitalismo orientando comportamentos e trazendo um novo *ethos*.

Continuando o debate, o capítulo seguinte preocupou-se em abordar o papel do Estado e a atuação do SEBRAE na reprodução do empreendedorismo, apresentando algumas questões sobre o cenário do mercado brasileiro que possibilitou o surgimento do SEBRAE, trazendo temas como informalidade e a criação da Lei Geral no Brasil e ainda a construção do empreendedor brasileiro através do discurso disseminado pelo SEBRAE.

Discutindo sobre o *Welfare State*, Pereira (2000) afirma que, no Brasil, esse sistema de proteção social não se apoiou “nas pilastras do pleno emprego, dos serviços sociais universais, nem armou, até hoje, uma rede de proteção impeditiva da queda e da reprodução de estratos majoritários da população na pobreza extrema” (PEREIRA, 2000, p. 125). Sendo assim, mesmo que atualmente o Estado ainda tenha poder político, através das políticas públicas, é notável que sua capacidade de protetor esteja nos dias de hoje enfraquecida. Nota-se assim, um estímulo por parte do Estado, para a emergência de organizações responsáveis por garantir ou fornecer instrução necessária para que o indivíduo possa vencer por si mesmo: dentre estes agentes o SEBRAE (Serviço de apoio às Micro e Pequenas empresas) e suas ações emergem merecem destaque.

Surgindo na década de 60, conforme é defendido na cartilha de 40 anos do SEBRAE (2012), desde toda sua história, o sistema SEBRAE tem como tema norteador apontar caminhos para rapidamente tornar-se a entidade mais atuante e representativa do micro e pequeno empresariado no cenário brasileiro.

Conforme essa cartilha,

nessas quatro décadas, o SEBRAE se consolidou como o maior parceiro do brasileiro que quer empreender, realizar seus sonhos e crescer como empresário, além de incentivar a formalização e disponibilizar ações, projetos, produtos, serviços e pesquisas com foco na micro e pequena empresa, no Empreendedor Individual, no acesso ao mercado, na inovação e nas soluções tecnológicas, o SEBRAE se empenhou na criação de uma

melhor ambiência para os pequenos negócios no Brasil, a partir de iniciativas como a Lei Geral (CARTILHA 40 ANOS SEBRAE 2012, p.43).

Tida como divisor de águas para o segmento, conforme as palavras do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva em entrevista à Revista SEBRAE (2007), a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte ou Estatuto Nacional das Micro e Pequenas Empresas, pensada a partir de 2003, mas instituída em 14 de dezembro de 2006 (Lei Complementar Federal 123/2006) estabelece normas gerais com relação ao tratamento diferenciado e favorecido às micro empresas⁴⁰ e empresas de pequeno porte⁴¹ (apuração e recolhimento dos impostos e contribuição, cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, acesso ao crédito e ao mercado) no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (BRASIL, LEI 123/06). Tal lei é a responsável por impulsionar o crescimento de abertura de negócios no Brasil e a formação da classe de Microempreendedores a partir da Lei Complementar 128/2008.

Após fazermos as discussões teóricas sobre o tema, traz-se o capítulo de análise dos dados o qual se dá a partir de depoimentos dos participantes dos cursos selecionados para esse estudo e também sobre o material fornecido pelo próprio SEBRAE durante a realização desses cursos. Os cursos analisados aqui são do EAD SEBRAE⁴² no perfil “Quero Empreender” e a Oficina de SMS SEI-Empreender, localizada no perfil “Outras Soluções Educacionais” do sítio do EAD SEBRAE.

Percebendo a dimensão evidenciada pelo SEBRAE na inclusão das diferenças na perspectiva do empreendedorismo bem como a abrangência dessa ação no país, após analisar os materiais coletados duas categorias emergiram dessa análise: Empreendedorismo como movimento social mundial; com as seções “Atribuições do empreendedor” e “Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento” e SEBRAE vendedor de sonhos, incluindo as seções “Ressocializando os excluídos do mercado” e “Eu empresário”.

Para iniciar o debate, pareceu importante evidenciarmos na discussão o conceito de empreendedor defendido pelo SEBRAE:

⁴⁰ Empresário, pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (BRASIL, LEI 123/06).

⁴¹ Empresário, pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (BRASIL, LEI 123/06).

⁴² Disponível em: www.ead.sebrae.com.br

peessoa que tem a visão do futuro, o responsável maior pela união dos interesses de todas as partes envolvidas no alcance dos seus objetivos. Deve, constantemente, inspirar e estimular seus colaboradores. Todo organismo vivo tende para a deteriorização, ou seja, a perda da produtividade e desorganização com o passar dos tempos. Cabe ao empreendedor revitalizar e reorganizar os negócios de forma que se tornem perenes e competitivos (DICA DO TUTOR, CURSO AE EAD SEBRAE 2013).

Além disso, apresentamos ao longo do texto as atribuições que o empreendedor deve ter conforme o discurso do SEBRAE. Para eles, o empreendedor deve assumir a responsabilidade para si; ser a pessoa que age; buscar qualificação; dispor de vários saberes e levar adiante esses saberes para outras atividades ao longo de sua vida; ser comprometido com seus objetivos empresariais e ser persistente.

Na seção seguinte intitulada “Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento” foi possível perceber que no discurso do SEBRAE, o empreendedorismo serve como impulsionador do desenvolvimento e do crescimento econômico. Além da ideia de geração de empregos e riqueza, a inovação emerge nos depoimentos analisados e segue ligada ao termo empreendedorismo ao longo das cartilhas dos cursos.

Na segunda categoria, a saber: SEBRAE Vendedor de sonhos, nota-se que o discurso do empreendedorismo vem sendo disseminado como receita de sobrevivência nesse cenário e também como uma maneira de reinserção no mercado de trabalho seja daquele que está à margem da informalidade ou excluído do mercado. Dentro dessa categoria, a seção “Ressocializando os excluídos do mercado” mostra nos depoimentos um perfil de indivíduos composto por pessoas que vivem na informalidade, estão desempregadas ou são aposentadas. Ainda assim, a ênfase na criação da Lei Geral 123/2006 que regulariza através de sua Lei Complementar 128/2008 o Microempreendedor Individual, mais conhecido como MEI, é presente no discurso do SEBRAE ao longo das cartilhas dos cursos.

Ainda na mesma categoria, a seção “Eu empresário!”, mostra que mesmo que os indivíduos não saibam o significado do termo empreendedorismo, ou não tenham ideia do ramo que gostariam de seguir ou se tem, não são conhecedores da área que pretendem seguir, eles mesmo assim pensam em abrir um negócio. Abrir seu próprio negócio é tido como um sonho na maior parte dos depoimentos analisados. Nessa seção, é possível perceber também ao longo dos depoimentos e do material

da cartilha que o SEBRAE é apresentado como instituição de referência para o sucesso.

Refletindo sobre tais questões apresentadas, é preciso lembrar as palavras de Lazzarato (2011) sobre as nuances do liberalismo neoliberal e do liberalismo keynesiano. Para o autor, o liberalismo neoliberal difere deste último, pois fabrica e organiza uma liberdade da empresa e do empresário em primeiro lugar enquanto a liberdade do trabalhador e consumidor ocupa uma posição de subordinação. Ainda segundo o autor,

a sociedade é, como no keynesianismo, alvo de uma intervenção governamental permanente. O que muda em relação a este último são os motivos e as finalidades: trata-se de fazer da sociedade uma «sociedade empresarial» e fazer do próprio trabalhador uma «espécie de empresa» (LAZZARATO, 2011, p. 28).

Considerando o atual cenário, é notável que a empresa torna-se uma referência a ser seguida pelos indivíduos. O indivíduo torna-se uma empresa e incorpora as características defendidas por ela. Para o mercado, o modelo ideal de indivíduo é o empreendedor de si, indivíduo que vence por ele mesmo e é o único responsável tanto pelo seu sucesso como também pelo seu fracasso. Conforme elucidou Linhart (2000), existe uma falha de coerência na empresa modernizada:

(...) se o indivíduo é valorizado em nível dos discursos, da gestão dos recursos humanos, no nível das relações sociais cada vez mais fundadas sobre a liberação da palavra, sobre a comunicação, as trocas, demanda-se um engajamento profundo de ser disponível, flexível, sobretudo com isso se difunde cada vez mais incluí-lo dentro de uma lógica de responsabilização, sem que se ofereçam sempre para isto os meios necessários (LINHART, 2000, p. 31).

Sendo assim, é possível prever que o espírito empreendedor é disseminado atualmente como receita de sobrevivência, uma vez que o Estado já não sustenta certas garantias. A anuência do Estado com esse processo é explícita, tanto é que, atualmente, cada vez mais políticas públicas são criadas e estão direcionadas para alavancar essa ideia e legitimar esse cenário na tentativa de desenvolvimento. Talvez, seja possível pensar que hoje o Estado dissemina seu discurso através da “voz” do SEBRAE e apesar dos discursos, o empreendedorismo não é uma aventura possível para todos. Atualmente, como é possível perceber a partir da análise, o indivíduo do mercado é um indivíduo inseguro, que para sobreviver é convocado a virar-se por conta própria, não olhar para trás e buscar sempre mais.

Referências

ABREU, H. B. O contexto histórico-social da crise dos padrões de regulação sócio-estatal. Praia Vermelha. **Estudos de Política e Teoria Social**, UFRJ, Rio de Janeiro, v.1, n. 1, 1. sem. 1997, p. 49-74.

ANTUNES, R. **Os Sentidos do Trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2003.

APOLINÁRIO, C. Crítica à razão empreendedora: notas críticas acerca da função ideológica do empreendedorismo no capitalismo contemporâneo. In: XVI Congresso Brasileiro de Sociologia, 2013, Salvador. **Anais...**, Salvador, 2013.

ARAÚJO, A. C. de. **A centralidade do trabalho nos marcos do capitalismo contemporâneo**. 2010, 131f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.

ARIENTI, W. L. Do Estado Keynesiano ao Estado Schumpeteriano. **Revista de Economia política**. 2003, v. 23, nº. 4 (92) out-dez., p.97-113.

BARBOSA, Attila Magno e Silva. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho. **Revista de Sociologia e Política** [online]., Curitiba, vol.19, n.38, pp. 121-140, 2011.

BARBOSA, A. e MARTINS JR. A. Da disciplina ao controle: novos processos de subjetivação no mundo do trabalho. **Política & Sociedade**, Florianópolis, vol. 11, n. 22, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BENDASSOLLI, P. F. Público, privado e o indivíduo no novo capitalismo. **Tempo Social**; São Paulo, vol. 12, n. 2, p. 203-236, 2000.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo, 2009.

BOURDIEU. P. **Pierre Bourdieu entrevistado por Maria Andréa Loyola**. Rio de Janeiro: UERJ. 2002.

BRASIL. **Constituição**. Brasília. Senado Federal, 1988.

_____. **Lei n. 8.666**, de 21 de junho de 1993. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. 1993. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm>.

____. **Lei n. 9.317**, de 05 de dezembro de 1996. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o sistema integrado de pagamento de impostos e contribuições das microempresas e das empresas de pequeno porte - simples e dá outras providências. 1996. Disponível em <<http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/8b6939f8b38f377a03256ca200686171/4bbaabfebdacbc16032569fa006a8e5d?OpenDocument>>.

____. **Lei n. 9.841**, de 5 de outubro de 1999. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos arts. 170 e 179 da Constituição. 1999. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9841.htm>.

____. **Lei Complementar n. 123**, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nºs 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nºs 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/leicom/2006/leicomplementar-123-14-dezembro-2006-548099-norma-pl.html>>.

____. **Decreto n. 6.038**, de 7 de Fevereiro de 2007. Institui o Comitê Gestor de Tributação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:decreto:2007-02-07;6038>>.

____. **Lei Complementar n. 127**, de 14 de agosto de 2007. Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. 2007. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2007/leicp127.htm>>.

____. **Decreto nº 6.204**, de 5 de Setembro de 2007. Regulamenta o tratamento favorecido, diferenciado e simplificado para as microempresas e empresas de pequeno porte nas contratações públicas de bens, serviços e obras, no âmbito da administração pública federal. <<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:decreto:2007-09-05;6204>>.

____. **Lei n. 11.598**, de 03 de dezembro de 2007. Estabelece diretrizes e procedimentos para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios – REDESIM. 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11598.htm>.

____. **Lei Complementar n. 128**, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. 2008. Disponível em:

<<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2008/leicp128.htm>>.

_____. **Lei Complementar n. 133**, de 28 de dezembro de 2009. Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, para modificar o enquadramento das atividades de produções cinematográficas, audiovisuais, artísticas e culturais no Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. 2009. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2009/leicp133.htm>>.

_____. **PLC – Projeto de Lei Complementar n. 591** de 2010. Altera a Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990, a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, a Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005 e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=484191>>.

_____. **PLC - Projeto de Lei da Câmara n. 87** de 2011. Altera a redação do § 1º do art. 6º da Lei nº 10.826, de 22 de dezembro de 2003, que dispõe sobre registro, posse e comercialização de armas de fogo e munição, sobre o Sistema Nacional de Armas - SINARM, define crimes e dá outras providências. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=102452>.

_____. **Lei n. 12.441**, de 11 de julho de 2011. Altera a Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), para permitir a constituição de empresa individual de responsabilidade limitada. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12441.htm>.

_____. **Lei Complementar n. 139**, de 10 de novembro de 2011. Altera dispositivos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e dá outras providências. 2011. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2011/leicp139.htm>>.

CACCIAMALI, Maria Cristina. Globalização e processo de informalidade. **Economia e Sociedade**, Campinas, vol. 14, Jun, p. 153-174, 2000.

CACCIAMALI, Maria Cristina; Bezerra, Lindemberg de Lima; Souza Aldemir Do Vale; Mello Ricardo Saboia; João. Desafios da Modernização e Setor informal Urbano: o caso de Brasil. **Oficina Internacional Del Trabajo**, 1998.

CARDOSO, Luís Antônio. A categoria trabalho no capitalismo contemporâneo. **Tempo Social. Revista de sociologia da USP**, v. 23, n. 2. Novembro de 2011.

CARVALHO, F. J. C. Keynes e o Brasil. **Revista Economia e Sociedade**, Campinas, v. 17, Número especial, p. 569-574, dez. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ecos/v17nspe/03.pdf>.

CASTANHAR, José Cezar. **Empreendedorismo e desenvolvimento regional no Brasil**: uma análise da relação entre a criação de empresas e o desenvolvimento regional ao longo do tempo e de estratégias de empreendedores selecionados. 2007. Dissertação de mestrado. Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2007.

CASTEL, R. **As metamorfoses da questão social**: uma crônica do salário. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

_____. **A insegurança social**: o que é ser protegido? Petrópolis: Vozes, 2005.

CASTRO, C. A. e ALVIM, J. L. de R. Crítica à razão empreendedora: notas críticas acerca da função ideológica do empreendedorismo no capitalismo contemporâneo. XVI CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 2013, Salvador. **Anais...** 2013.

COLBARI, A. de L. A educação corporativa e as dimensões culturais das organizações O mundo empresarial e a questão social. **V Workshop empresa, empresários e sociedade**. Porto Alegre, 2 a 5 de maio de 2006 – PUCRS.

_____. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. **SINAIS - Revista Eletrônica** - Ciências Sociais. Vitória: CCHN, UFES, Edição Especial de Lançamento, n.01, v.1, Abril, pp.75-111, 2007.

COSTA M. da, BARROS, D. F., Carvalho, J. L. F. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, pp. 179-197, Mar./Abr. 2011. Disponível em: www.anpad.org.br/rac.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F; MARTINS, P. E. M. Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, vol. 42, n. 5, p. 995-1018, set./out. 2008.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Empreendedorismo e Intra-Empreendedorismo**. Disponível em: www.bocc.ubi.pt.

DIAS, Vanessa T.; WETZEL, Ursula. Empreendedorismo como ideologia: análise do enfoque da revista Exame em dez anos de publicação (1990-99). **Revista de Ciências Humanas**, v. 44, n. 1, p. 97-118, Nov. 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 166 p.

DUMONT, L. **Homo Aequalis** – gênese e plenitude da ideologia econômica. Bauru: EDUSC, 2000.

EHRENBERG, A. **Culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida, SP. Ideias e Letras, 2010.

ENRIQUEZ E. Homem Do Século Xxi: Sujeito Autônomo Ou Indivíduo Descartável. **RAE - eletrônica** - v. 5, n. 1, Art.10, jan./jun. 2006. Disponível em: www.rae.com.br/eletronica.

ESCARLATE, Luiz Felipe. **Aprender a empreender**: Brasília: Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, 2010.

ESPING-ANDERSEN, G. O futuro do welfare state na nova ordem mundial. **Revista Lua Nova**, São Paulo, CEDEC, Marco Zero, n. 35, p. 73-111, 1995.

FREITAS, M. E. de. **Cultura Organizacional**: Sedução & Carisma? 1997, 305p. Tese (Doutorado em Administração) – Curso de Pós-Graduação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1997.

FREITAS, R. S. Weber e o Advento do Novo. **DADOS** – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, vol. 53, nº 2, p. 337 a 365, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica** – Curso dado no College de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo, v. 32, nº 2, p. 5-28, abril/julho, 1999.

GAIGER L. I E CORRÊA A. S. O diferencial do empreendedorismo solidário. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, Vol. 47, N. 1, p. 34-43, jan/abr 2011.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil (2012). Coord. Simara Maria de Souza Silveira Greco, Curitiba: IBQP, 2012.

JESSOP, B. The Welfare State in Transition from Fordism to Post Fordism, In: Jessop et al., **The Politics of Flexibility**. Hants: Aldershot, 1991.

_____. Towards a Schumpeterian Workfare State? Preliminary remarks on pos-fordism political economy. **Studies in Political Economy**, vol. 40, p 7-39, 1993. p.

_____. **The Future of the Capitalist State**. Cambridge: Polity Press, 2002.

KOVÁCS, I. **Globalizações: novos rumos no mundo do trabalho**. Florianópolis. Ed: da UFSC, 2001.

LAZZARATO, M. O **governo das desigualdades**: crítica da insegurança neoliberal/ Maurizio Lazzarato: Traduzido por Renato Abramowicz Santos. São Carlos: EduFSCar, 2011. 93p.

LEITE, E. da S.; MAXIMO E MELO, N. Uma nova noção de empresário: a naturalização do "empreendedor". **Revista de Sociologia e Política**. Curitiba, vol.16, n. 31, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782008000200005&script=sci_arttext

LIMA JÚNIOR, O. P. A. **O espírito do capitalismo e a cultura do empreendedorismo educação e ideologia**. 2011. 141f. Dissertação (Mestrado em

Psicologia) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

LIMA, J. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? **Revista Sociologias**, Porto Alegre, ano 12, n. 25, set./dez, p. 158-198, 2010.

_____. Trabalho, autogestão e mercado: como ficam os trabalhadores? VIII CONGRESSO LUSO-AFRO-BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 2004, Coimbra. **Anais...** Coimbra, 2004.

LINHART, D. O indivíduo no centro da modernização das empresas: um reconhecimento esperado mas perigoso. **Trabalho & Educação**, Belo Horizonte, n. 7, jul/dez, 2000.

LÓPEZ RUIZ, O. J. **O “ethos” dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo**, 2004. Tese (doutorado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

MARTES, Ana Cristina Braga. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, n. 2, p.. 254-270, 2010.

MELO, Natália Maximo e. Sebrae e Empreendedorismo: origem e desenvolvimento. 32º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 2008, Caxambu. **Anais...** Caxambu, 2008.

MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S.; PAIVA, F. G., Jr. Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia. **Revista de Administração Contemporânea**, vol. 10, n. 4, p. 47-69, 2006.

NARDI, Henrique Caetano. **Trabalho e ética**: os processos de subjetivação de duas gerações de trabalhadores metalúrgicos e do setor informal 2002. 350 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

NEVES, M. A. e PEDROSA, C. M. Gênero, Flexibilidade e Precarização: o trabalho a domicílio na indústria de confecções. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 22, n. 1, p. 11-34, 2007.

PAES DE PAULA, A. P. Administração pública gerencial e construção democrática no Brasil: uma abordagem crítica. In: XXV ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, Campinas, 2001. **Anais...**, Rio de Janeiro, 2001.

PEREIRA, P. A. P. **Necessidades humanas**: subsídios à crítica dos mínimos sociais. São Paulo: Cortez, 2000.

REVISTA SEBRAE: **Lei Geral**. Começa um novo ciclo de desenvolvimento para os pequenos negócios. Ed Janeiro/Feveiro 2007.

RODRIGUES, M. S. **O Novo Ministério da Verdade**: o discurso de VEJA sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil, 2013, 410f. Tese

(Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

SANTANA, M. A e RAMALHO, J. R. **Além da fábrica: trabalhadores, sindicatos e a nova questão social**. São Paulo: Editora Boitempo, 2003.

SANTOS, Wanderley Guilherme. **Cidadania e justiça: a política social na ordem brasileira**. Rio de Janeiro: Campus, 1979.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SEBRAE. **Cartilha do SEBRAE 40 anos**. São Paulo: SEBRAE, 2012.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, Ricardo Gonçalves da. **Do Welfare ao Workfare ou da política social Keynesiana/fordista à política social ao Schumpeteriana/pós-fordista**. 2011. Tese de Doutorado - Departamento de Serviço Social. Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

SOLÈ, A. L'enterprisation du monde. In CHAIZE, J.; TORRES, F. **Repenser l'entreprise: Saisir ce qui commence, vingt regards sur une idée neuve**. Paris: Le Cherche Midi, 2008.

STEINER, Philippe. **A sociologia econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

TRAGTENBERG, M. **Burocracia e Ideologia**. São Paulo: Ática, 1974.

WEBER, M. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. São Paulo: Editora da USP, 1999.

_____. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2001.

WOOD JR, Thomaz. Fordismo, Toyotismo e Volvismo. Os caminhos da indústria em busca do tempo perdido. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, vol. 32, n; 4, p. 6-18. Set./Out. 1992.

_____. **Gestão Empresarial: 8 Propostas para o Terceiro Milênio**. 1. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2001. 199p.

_____.; PAULA, Ana Paula Paes de. Pop-management: Contos de Paixão, Lucro e Poder. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 9, p. 39-52, 2002.

Sítios Consultados

www.abase.org.br

www.cni.org.br

www.ead.sebrae.com.br

www.estadao.com.br/noticias/cidades,ibge-servicos-detem-43-dos-trabalhadores-sem-carteira-assinada,1102193,0.htm

www.ibge.gov.br

www.leigeral.com.br

www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual

www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional

www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao

[lwww.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

www.sebraemais.com.br/solucoes/empretec

Anexos

Cursos oferecidos pelo SEBRAE a partir do sítio do SEBRAE Nacional.

Perfil: Quero empreender

AE - Aprender a Empreender

Objetivo: Possibilita o desenvolvimento de atitudes que compõem o perfil empreendedor, por meio da interação com o mercado, as finanças e o empreendedorismo incentivando e contribuindo para a criação de novos empreendimentos viáveis e a sustentabilidade dos existentes.

Público alvo: Indicado para pessoas que: pretendem iniciar o seu negócio; necessitam de noções básicas de como gerir um empreendimento; quem já tem um pequeno negócio e quer iniciar sua capacitação em empreendedorismo ou ainda a quem precisa repensar o seu empreendimento.

Carga Horária: 16 horas

IPGN – Iniciando um Pequeno Grande Negócio

Objetivo: Orienta o empreendedor a organizar suas ideias e recursos e indica um roteiro com os principais aspectos a serem considerados no planejamento e abertura de um negócio. Como resultado, o IPGN ensina, a elaboração de um plano de negócio.⁴³

⁴³ Segundo o SEBRAE tem-se como definição de plano de negócio o documento que especifica os principais fatores necessários para a criação de um negócio, seja ele pequeno ou grande. Disponível em: www.ead.sebrae.com.br

Público alvo: Pessoas que tenham a pretensão de iniciar um negócio e queiram obter noções básicas de como gerir um empreendimento.

Carga horária: 30 horas

MEI – Micro Empreendedor Individual

Objetivo: Compreender as vantagens de legalizar-se como microempreendedor individual (MEI). Temas relacionados aos MEIs são abordados como legalização do MEI, locais de funcionamento, impostos e benefícios de aposentadoria e auxílio doença, Lei Complementar 128, de 2008.

Público alvo: Destinado a todos os empreendedores individuais.

Carga horária: 5 horas

Perfil: Sou um Micro empreendedor Individual

CG - Compras Governamentais

Objetivo: Fazer com que o participante compreenda o fornecimento para a administração pública como uma nova oportunidade de negócio e predisponha-se a analisar o potencial do seu negócio para fornecer para a administração pública.

Público alvo: Destinado a fornecedores, empresários de micro e pequenos negócios, empreendedores, representantes comerciais, contadores, representantes de entidades de classe, cooperados, associados e pessoas que possuem interesse em fornecer produtos e serviços para a administração pública federal, estadual, distrital ou municipal.

Carga horária: 15 horas

MEI – Micro Empreendedor Individual

Objetivo: Compreender as vantagens de legalizar-se como micro empreendedor individual (MEI). Temas relacionados aos MEIs são abordados como legalização do MEI, locais de funcionamento, impostos e benefícios de aposentadoria e auxílio doença, Lei Complementar 128, de 2008.

Público alvo: Destinado a todos os micro empreendedores individuais.

Carga horária: 5 horas

MEG – Modelo de Excelência em Gestão

Objetivo: Desenvolvido em parceria com a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), esse curso utiliza como base o questionário de avaliação da gestão organizacional para Micro e Pequena Empresa (MPE). O curso apresenta o Modelo de Excelência da Gestão (MEG), em uma linguagem adaptada para a realidade das MPE, com exemplos práticos que orientam o usuário a conduzir esse processo na empresa. Esse curso foi desenvolvido para aqueles que querem aprofundar seu conhecimento sobre gestão, compreender a correlação existente entre os 11 fundamentos e os 8 critérios de excelência.

Público alvo: O curso é direcionado aos empresários, gestores de empresas e empreendedores interessados em conhecer ou implantar o Modelo de Excelência em Gestão – MEG.

Carga horária: 12 horas

Sei Controlar meu Dinheiro

Objetivo: Ampliar as competências relacionadas ao gerenciamento financeiro do negócio e a visão sobre o uso correto do dinheiro, a realização do fluxo de caixa e o gerenciamento das contas a pagar e a receber, obtendo técnicas e estratégias que o auxiliarão a otimizar os resultados do negócio ou futuro negócio.

Público alvo: Direcionado aos micro empreendedores individuais que tenham interesse em desenvolver as competências relacionadas ao gerenciamento financeiro do negócio, com foco na utilização correta do dinheiro, visando à qualidade e ao crescimento.

Carga horária: 5 horas

SEI Planejar

Objetivo: Conhecer a importância do planejamento para o alcance das expectativas e metas e para melhoria dos resultados nas atividades empreendedoras. Aprender a identificar, de forma simples e direta, as ferramentas que o empreendedor dispõe para a realização de um planejamento empresarial, conscientizando-se de que, ao utilizá-lo de forma ordenada e articulada, alcançará os objetivos e as metas almejadas.

Público alvo: O curso é direcionado aos Micro empreendedores Individuais que tenham interesse em conhecer a importância do planejamento para o alcance de suas expectativas, metas e melhoria dos seus resultados.

Carga horária: 5 horas

Sei Empreender

Objetivo: Demonstrar, de forma simples e direta, o perfil do empreendedor de sucesso. Assim o participante terá subsídios para reconhecer a diferença entre assumir o controle do seu negócio e ser controlado por ele. Conseguirá também compreender os princípios do empreendedorismo, onde cada participante reconhece o seu potencial empreendedor e planeja suas ações de forma consciente e responsável na tomada de decisões do seu próprio negócio.

Público alvo: Direcionado aos Micro empreendedores Individuais com interesse em desenvolver as competências relacionadas à gestão do negócio, com foco na administração de dificuldades, na valorização do sucesso e no controle.

Carga horária: 5 horas

Sei Comprar

Objetivo: Traz a visão de que boas vendas e bons resultados nos negócios dependem, em grande parte, das compras que são feitas. Desse modo, o curso proporciona ao empreendedor a oportunidade de conhecer estratégias para comprar bem e adquirir o que necessita e com a qualidade adequada, preços e prazos de pagamentos favoráveis às necessidades de seus clientes, para, assim, aumentar a lucratividade. Ao realizar esse curso, o participante desenvolve competências relacionadas ao processo de compras, visando melhores resultados no negócio.

Público alvo: Direcionado aos Micro empreendedores individuais que tenham interesse em desenvolver competências relacionadas ao processo de compras, visando melhores resultados no negócio.

Carga horária: 5 horas

Sei Unir forças para melhorar

Objetivo: Conhecer os conceitos que ganham expressão no mundo dos negócios: cooperativismo e associativismo. Demonstrar, de forma simples e direta, que esses conceitos estão ligados a uma forma de organização coletiva que soma esforços para o atendimento de interesses comuns, pois é unindo forças que se melhora a competitividade de pequenos negócios. Ao final do estudo o participante entenderá que as ações coletivas proporcionam melhoria na gestão do negócio e promovem a consolidação e o fortalecimento no mercado.

Público alvo: Direcionado aos Micro empreendedores Individuais que tenham interesse em desenvolver as competências relacionadas à gestão do negócio, com foco em empreendimentos coletivos, visando ao atendimento das necessidades comuns e à melhoria da competitividade de seus negócios.

Carga horária: 5 horas

Sei Vender

Objetivo: Desenvolver competências relacionadas ao processo de vendas, com foco na adoção do marketing. Compreender as necessidades do mercado e saber como

ampliar as possibilidades de crescimento no negócio. A capacidade de saber administrar e planejar as vendas de uma empresa são atitudes diferenciais no empreendimento.

Público alvo: Direcionado aos Micro empreendedores Individuais que tenham interesse em desenvolver competências relacionadas ao processo de vendas, com foco na adoção do marketing, visando entender as necessidades do mercado e ampliar as possibilidades de crescimento no negócio.

Carga horária: 5 horas

Perfil: Tenho uma microempresa

MEG - Primeiros Passos para a Excelência

Objetivo: Desenvolvido em parceria com a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), o curso Primeiros Passos para a Excelência em Gestão (MEG) utiliza como base o questionário de avaliação da gestão organizacional para Micro e Pequena Empresa (MPE). O curso apresenta o Modelo de Excelência da Gestão (MEG), em uma linguagem adaptada para a realidade das MPE, com exemplos práticos que orientam o usuário a conduzir esse processo na empresa. Esse curso foi desenvolvido para aqueles que querem aprofundar seu conhecimento sobre gestão, compreender a correlação existente entre os 11 fundamentos e os 8 critérios de excelência.

Público alvo: Direcionado aos empresários, gestores de empresas e empreendedores interessados em conhecer ou implantar o Modelo de Excelência em Gestão – MEG.

Carga horária: 12 horas

APF – Análise e Planejamento Financeiro

Objetivo: Conhecer as ferramentas de controle financeiro que auxiliarão a desenvolver métodos e estratégias eficientes para o crescimento da empresa.

Público alvo: Direcionado aos empresários de pequenos negócios interessados em projetar estratégias empresariais a partir da análise financeira do seu negócio.

Carga horária: 15 horas

CVMM – Como Vender Mais e Melhor

Objetivo: Os temas abordados nesse curso são atuais e totalmente aplicáveis ao dia a dia das empresas, pois evidenciam questões estratégicas para definir o foco do negócio, fortalecer o posicionamento de mercado, estipular metas, compreender os perfis dos clientes, definir os diferenciais competitivos e refletir sobre eles, estruturar uma equipe e definir estratégias para atrair, conquistar e fidelizar clientes.

Público alvo: Empresários de pequenos negócios que queiram aumentar suas vendas.

Carga horária: 15 horas

FPV - Formação do Preço de Venda

Objetivo: Compreender os elementos que compõem o preço de venda; diferencie custos e despesas fixas de custos e despesas variáveis; aprenda a formar o preço; e saber como avaliar o mercado para poder determinar um preço mais competitivo.

Público alvo: Empresários e gerentes de MPEs, indústrias, comércio e serviços que possuem alguma fluência digital.

Carga horária: 15 horas

D-Olho na Qualidade: 5Ss para os pequenos negócios

Objetivo: Mudar os hábitos da empresa do participante trazendo um significado diferente para a vida dele e a de todos que vivem à sua volta.

Público alvo: Empresários e gerentes de MPEs (que tenham, pelo menos, o ensino médio incompleto) interessados em aplicar o método D-Olho na qualidade em sua empresa e repensar a organização de seu empreendimento ou setor. Para efetivar a matrícula neste curso, é necessário que a empresa esteja cadastrada no portal EAD SEBRAE.

Carga horária: 16 horas

IPN - Internet para Pequenos Negócios

Objetivo: Conhecer as novas tendências do comércio eletrônico, o perfil do consumidor e as ferramentas disponíveis para elaborar estratégias de participação no mercado virtual. Oferece também a possibilidade de concretizar a presença do seu empreendimento na Internet.

Público alvo: Proprietários de negócio com menos de dois anos que queiram concretizar a presença do seu empreendimento na internet. É desejável que o participante já possua alguma experiência na utilização da internet. Para efetivar matrícula neste curso, é necessário que a empresa esteja cadastrada no portal EAD SEBRAE.

Carga horária: 6 horas

AC - Atendimento ao Cliente

Objetivo: O curso Atendimento ao Cliente (AC) é voltado para empresários e profissionais de atendimento que mantêm contato direto com os clientes e que buscam ter diferencial competitivo através de um atendimento de excelência.

Público alvo: Clientes do SEBRAE, empresários e profissionais de atendimento que mantenham contato direto com os clientes.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Técnicas de Vendas

Objetivo: Reconhecer que as estratégias desenvolvidas pela empresa na preparação do ambiente contribuem para atrair e manter o cliente na loja, provocando impactos significativos nas vendas.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que querem noções básicas de aprimoramento nos serviços de venda para seus negócios.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Gestão do Visual de Loja

Objetivo: Perceber que a estrutura da loja influencia na venda para o cliente. Por isso, ela deve estar adequada aos diferentes clientes

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que querem aprimorar a acomodação dos produtos e destacar os espaços de suas lojas. Para efetivar a matrícula neste curso, é necessário que a empresa do participante esteja cadastrada no portal EAD SEBRAE.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Formação do Preço de Venda

Objetivo: Conhecer os procedimentos necessários em um levantamento de preços de mercado.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que desejam potencializar a competitividade de seus negócios.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Controles Financeiros

Objetivo: Identificar as necessidades financeiras, aprender a controlar as entradas e saídas diárias, planejar vendas e despesas e também apurar os resultados financeiros da empresa.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que queiram noções básicas de como controlar as finanças de suas empresas.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Atendimento ao Cliente

Objetivo: Obter condições de implementar ações, estratégias, procedimentos e técnicas que busquem a satisfação dos clientes e gerem um resultado ainda maior para a empresa.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que mantenham contato direto com os clientes.

Carga horária: 15 horas

GEI - Gestão Empresarial Integrada

Objetivo: Obter uma visão geral dos influenciadores de seu negócio, podendo interagir com esses influenciadores e também intervir neles.

Público alvo: Empresários e gestores de empreendimentos com até 2 anos de funcionamento.

Carga horária: 15 horas

CG - Compras Governamentais

Objetivo: Oferecer informações sobre como fornecer à Administração Pública e como reduzir riscos, além de apresentar alternativas para as micro e pequenas empresas realizarem uma análise de risco antes de participar das licitações. Por

meio desses conhecimentos, o empreendedor poderá averiguar se sua empresa está preparada para um processo de licitação, trazendo uma nova oportunidade de negócio.

Público alvo: Fornecedores, empresários de micro e pequenos negócios, empreendedores, representantes comerciais, contadores, representantes de entidades de classe, cooperados, associados e pessoas que possuem interesse em fornecer produtos e serviços para a administração pública federal, estadual, distrital ou municipal.

Carga horária: 15 horas

CVME - Condições de venda para o mercado externo

Objetivo: Preparar para a comercialização dos seus produtos no exterior, além de aprender a capacitar seus profissionais para negociar e vender no mercado externo.

Público alvo: Empresários de micro e pequenos negócios e pessoas que possuem interesse em conhecer as técnicas de vendas no mercado externo.

Carga horária: 15 horas

PROEX - Procedimentos para Exportação

Objetivo: Compreender o funcionamento da exportação é essencial para o sucesso nas vendas ao mercado externo. Nessa perspectiva, o curso Procedimentos para Exportação (PROEX) apresentará as etapas de um processo de exportação, compreendendo os principais procedimentos operacionais envolvidos nessa atividade.

Público alvo: Empresários de pequenos negócios interessados na preparação da empresa em atividades de exportação, no conhecimento dos procedimentos relacionados ao controle administrativo e ao aduaneiro das exportações, bem como nos procedimentos incluídos no SISCOMEX – Sistema Integrado de Comércio Exterior do Brasil.

Carga horária: 20 horas

PLAEX - Planejamento para Exportar

Objetivo: Orientar essas tomadas de decisões e, assim, preparar o caminho do sucesso rumo ao mercado externo.

Público alvo: Empresários dos micro e pequenos negócios e interessados em preparar sua empresa para atividades de exportação.

Carga horária: 20 horas

BPSA – Boas práticas nos serviços de alimentação

Objetivo: Aprender as questões relacionadas à segurança do alimento, com foco na Resolução RDC 216/2004 da Anvisa, ao processo de elaboração dos alimentos, às formas de armazenamento e conservação, entre outros importantes conceitos e práticas que irão aprimorar o negócio. Melhorar a qualidade dos produtos e do ambiente de trabalho e conquistar a satisfação do cliente.

Público alvo: Proprietários, encarregados, supervisores e manipuladores de empresas que atuam no setor de serviços de alimentação (padarias, bares, cantinas, lanchonetes, bufês, confeitarias, restaurantes, comissárias, cozinhas industriais e cozinhas institucionais), com vistas à orientação e capacitação quanto aos procedimentos de higienização e manipulação de alimentos e aos documentos legais relacionados a essa prática. Para efetivar a matrícula neste curso, é necessário que a empresa esteja cadastrada no portal EAD SEBRAE.

Carga horária: 40 horas

GCC - Gestão de Cooperativas de Crédito

Objetivo: Oferecer ao participante a possibilidade de desenvolver competências que o façam atuar em tudo que diga respeito às cooperativas de crédito

Público alvo: Pessoas que queiram se aperfeiçoar, visando à carreira profissional de gerente de cooperativas de crédito. É recomendável, para o bom aproveitamento do curso, ter noções de contabilidade, de operações de crédito, de matemática financeira, além de ter ensino médio completo.

Carga horária: 30 horas

Perfil: Tenho uma empresa de pequeno Porte

GQVE - Gestão da Qualidade: Visão Estratégica

Objetivo: Aprimorar a qualidade dos negócios, desenvolvendo o pensamento estratégico, definindo objetivos e mensurando os resultados através dos indicadores de desempenho. Aprender o processo que o fará visualizar o futuro do seu negócio e desenvolver as ações para alcançá-lo.

Público alvo: Empresários e gerentes de MPEs (indústrias, comércio e serviços) interessados em desenvolver a qualidade de seus negócios.

Carga horária: 20 horas

D-Olho na Qualidade: 5Ss para os pequenos negócios

Objetivo: Mudar os hábitos de da empresa do participante trazendo um significado diferente para a vida dele e a de todos que vivem à sua volta.

Público alvo: Empresários e gerentes de MPEs (que tenham, pelo menos, o ensino médio incompleto) interessados em aplicar o método D-Olho na qualidade na empresa e repensar a organização do empreendimento ou setor. Para efetivar a matrícula neste curso, é necessário que a empresa do participante esteja cadastrada no portal EAD SEBRAE.

Carga horária: 16 horas

GI - Gestão da Inovação: Inovar para Competir

Objetivo: Desenvolver competências para compreender os conceitos relativos à gestão da inovação no contexto da pequena empresa, bem como tomar consciência da importância da inovação para a competitividade empresarial e execução de estratégias para estímulo na geração de um ambiente criativo e inovador. Conhecer, os indicadores para avaliar o grau de inovação na empresa, os órgãos e instituições de apoio a projetos empresariais inovadores e as ferramentas necessárias para implementar, com eficiência, todas as etapas do processo de gestão da inovação.

Programa Varejo Fácil – Técnicas de Vendas

Objetivo: Reconhecer que as estratégias desenvolvidas pela empresa na preparação do ambiente contribuem para atrair e manter o cliente na loja, provocando impactos significativos nas vendas.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que querem noções básicas de aprimoramento nos serviços de venda para seus negócios.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Gestão de Pessoas

Objetivo: Preparar o empreendedor a atuar como um líder desenvolvedor de equipes, favorecendo um ambiente de trabalho saudável e produtivo.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que procuram atrair, manter e reter profissionais competentes em seus negócios.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Formação do Preço de Venda

Objetivo: Conhecer os procedimentos necessários em um levantamento de preços de mercado.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que desejam potencializar a competitividade de seus negócios.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Controles Financeiros

Objetivo: saídas diárias, planejar vendas e despesas e também apurar os resultados financeiros da empresa.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que queiram noções básicas de como controlar as finanças de suas empresas.

Carga horária: 15 horas

Programa Varejo Fácil – Atendimento ao Cliente

Objetivo: Implementar ações, estratégias, procedimentos e técnicas que busquem a satisfação dos clientes e gerem um resultado ainda maior para a empresa.

Público alvo: Empresários e profissionais do comércio varejista que mantenham contato direto com os clientes.

Carga horária: 15 horas

GEI - Gestão Empresarial Integrada

Objetivo: Obter uma visão geral dos influenciadores do negócio, podendo interagir com esses influenciadores e também intervir neles.

Público alvo: Empresários e gestores de empreendimentos com até 2 anos de funcionamento.

Carga horária: 15 horas

CG - Compras Governamentais

Objetivo: Averiguar se a empresa está preparada para um processo de licitação, trazendo uma nova oportunidade de negócio.

Público alvo: Fornecedores, empresários de micro e pequenos negócios, empreendedores, representantes comerciais, contadores, representantes de entidades de classe, cooperados, associados e pessoas que possuem interesse em fornecer produtos e serviços para a administração pública federal, estadual, distrital ou municipal.

Carga horária: 15 horas

CVME - Condições de venda para o mercado externo

Objetivo: Prepara para a comercialização dos produtos no exterior, além de aprender a capacitar seus profissionais para negociar e vender no mercado externo.

Público alvo: Empresários de micro e pequenos negócios e pessoas que possuem interesse em conhecer as técnicas de vendas no mercado externo.

Carga horária: 15 horas

PROEX - Procedimentos para Exportação

Objetivo: Compreender o funcionamento da exportação é essencial para o sucesso nas vendas ao mercado externo. Nessa perspectiva, o curso Procedimentos para Exportação (PROEX) apresentará as etapas de um processo de exportação, compreendendo os principais procedimentos operacionais envolvidos nessa atividade.

Público alvo: Empresários de pequenos negócios interessados na preparação da empresa em atividades de exportação, no conhecimento dos procedimentos relacionados ao controle administrativo e ao aduaneiro das exportações, bem como nos procedimentos incluídos no SISCOMEX – Sistema Integrado de Comércio Exterior do Brasil.

Carga horária: 20 horas

PLAEX - Planejamento para Exportar

Objetivo: Orientar essas tomadas de decisões e, assim, preparar o caminho do sucesso rumo ao mercado externo.

Público alvo: Empresários dos micro e pequenos negócios e interessados em preparar sua empresa para atividades de exportação.

Carga horária: 20 horas

MEG - Primeiros Passos para a Excelência

Objetivo: Desenvolvido em parceria com a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), o curso Primeiros Passos para a Excelência em Gestão (MEG) utiliza como base o questionário de avaliação da gestão organizacional para Micro e Pequena Empresa (MPE). O curso apresenta o Modelo de Excelência da Gestão (MEG), em uma linguagem adaptada para a realidade das MPE, com exemplos práticos que orientam o usuário a conduzir esse processo na empresa. Esse curso foi desenvolvido para aqueles que querem aprofundar seu conhecimento sobre gestão, compreender a correlação existente entre os 11 fundamentos e os 8 critérios de excelência.

Público alvo: Empresários, gestores de empresas e empreendedores interessados em conhecer ou implantar o Modelo de Excelência em Gestão – MEG.

Carga horária: 12 horas

Além desses cursos que são realizados via computador através da página de internet do SEBRAE, a organização ainda disponibiliza através do mesmo sítio, as oficinas SMS. Conforme já mencionado, são oficinas direcionadas aos Microempreendedores Individuais disponibilizadas via mensagem (SMS) de celular durante o período de 20 dias. São elas:

- **Oficina SMS SEI Planejar**, a qual objetiva apresentar informações sobre planejamento empreendedor.
- **Oficina SMS SEI Unir Forças**, que tem como propósito apresentar informações sobre a importância de empreender coletivamente a partir da abordagem de temas como: cooperação, agir de forma coletiva.
- **Oficina SMS SEI Empreender**: Abordagem a partir da temática do comportamento empreendedor, essa oficina objetiva apresentar informações sobre os princípios do empreendedorismo, com o propósito de ajudar a agir de forma consciente e responsável na tomada de decisões do seu próprio negócio.
- **Oficina SMS SEI Vender**: Tem o propósito de ajudar o participante a compreender que boas vendas, bons resultados no negócio dependem, em grande parte, das compras que fazem. Composto de marketing: produto, cliente, preço, ponto e promoção são temas abordados nessa oficina.
- **Oficina SMS SEI Comprar**: Tem como objetivo fazer com que o participante entenda que boas vendas, bons resultados no negócio dependem, em grande parte, das compras que fazem. Temas como mercado, cliente, fornecedor, concorrente, preço, planejamento/prazo, negociação e produto são tratados nessa oficina.
- **Oficina SMS SEI Controlar meu Dinheiro**, através dos temas como controle do caixa; controle de contas a pagar e receber essa oficina objetiva apresentar informações sobre controle e previsão de caixa da empresa.