

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

PAMELA NUNES WEIAND

**Vantagens e desvantagens de se empreender no Brasil ou na Austrália: um
estudo de campo com pequenos empreendedores brasileiros**

**São Leopoldo
2020**

PAMELA NUNES WEIAND

Vantagens e desvantagens de se empreender no Brasil ou na Austrália: um estudo de campo com pequenos empreendedores brasileiros

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Curso de Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Ms. Lucas Henrique da Luz

São Leopoldo

2020

Dedico este trabalho a minha sobrinha de 60 dias de vida,
Agnes.

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo e todos, agradeço a Deus, que sempre cuidou dos meus sonhos, guiou meus passos e me fez capaz.

Agradeço a todo o corpo docente da Unisinos. Minha história com a universidade começou em 2010, sendo assim, não sou capaz de nomear a cada um dos professores, mestres, tutores, colaboradores, mas reconheço a importância de cada um ao longo da graduação, crescimento pessoal e profissional. Entretanto, preciso dedicar um agradecimento em especial ao meu orientador professor Ms. Lucas Henrique da Luz, por todas as reflexões proporcionadas, paciência, disponibilidade e extrema competência na arte de ensinar e orientar.

A minha família, que após eu estar há cinco anos fora do país, me acolheu de forma que fosse possível terminar a minha graduação. Em especial a minha Mãe, meu exemplo de força e perseverança.

Ao meu esposo Ben, por me incentivar neste sonho, enfrentando a distância e a saudade, uma vez que devido a COVID-19 ele não pode juntar-se a mim nestes meses que passei no Brasil. *I'm coming back home, Vida!*

Agradeço a todos meus amigos e familiares pelo apoio e palavras de incentivo e conforto durante a realização desta monografia. Vocês tinham razão, eu consegui, eu vou me formar!

Agradeço também a todos os empreendedores que contribuíram para esta pesquisa. Vocês são fontes de inspiração.

A todos, muito obrigada!

“Os dois dias mais importantes da vida são o dia em que nasceu e o dia em que descobriu o porquê.”

(TWIN apud BERNARDI, 2015 p. 35)

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou Austrália, na visão de um grupo de pequenos empreendedores brasileiros. Para tanto, a fundamentação teórica abordou a evolução histórica e conceitual do empreendedorismo, o empreendedorismo enquanto comportamento e, também, enquanto processo, trouxe como o ambiente influencia e como os países fomentam o empreendedorismo, assim como aborda a importância do pequeno empreendedor para a sociedade. A metodologia adotada foi a pesquisa qualitativa, de nível exploratório, no formato de estudo de campo. Os dados foram coletados através de levantamento bibliográfico, análise de documentos e entrevistas semiestruturadas. A análise se deu por meio da técnica de análise de conteúdo. Como principais resultados a pesquisa demonstra que o perfil do empreendedor brasileiro que atua na Austrália ou no Brasil, possuem aspectos bastante similares. O estudo também apontou para um contexto com mais desvantagens em se empreender no Brasil, enquanto a Austrália apresenta um contexto mais vantajoso. Destacou-se também que para empreender o indivíduo deve ir além de analisar o quão favorável ao empreendedorismo um contexto possa ser. Neste sentido, ele também deve levar em conta as suas próprias características empreendedoras, na medida que, são elas que vão caucionar o seu empreendimento, mesmo quando exposto a um ambiente que apresente dificuldades.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Ambiente empreendedor. Perfil empreendedor. Pequenos empreendedores. Educação empreendedora.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O processo empreendedor.....	31
Figura 2: Fatores que influenciam no processo empreendedor	36
Figura 3: Fatores que afetam a criação de novos negócios	39
Figura 4: Ambientes de Inovação.....	44
Figura 5: Índices de Confiança Empresarial da Austrália e do Brasil.....	59

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Principais dimensões da justificativa	19
Quadro 2: A origem do termo empreendedor.....	20
Quadro 3: Características do Comportamento Empreendedor	24
Quadro 4: Características dos empreendedores.....	26
Quadro 5: Empreendedorismo enquanto comportamento: o perfil empreendedor....	30
Quadro 6: Plano de Avaliação da Oportunidade	32
Quadro 7: Empreendedorismo enquanto processo.....	35
Quadro 8: Pilares que contribuem para a formação de um país empreendedor.....	40
Quadro 9: Exemplos de fontes de crédito para empreendedores	42
Quadro 10: O empreendedorismo em suas diversas formas e impactos.....	47
Quadro 11: Pequenos empreendedores brasileiros entrevistados.....	61
Quadro 12: Com quais Características do Comportamento Empreendedor os pequenos empreendedores brasileiros que atuam no Brasil se identificam.....	67
Quadro 13: Uma síntese do perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua no Brasil, focado nas suas características e motivações	71
Quadro 14: Com quais Características do Comportamento Empreendedor os pequenos empreendedores brasileiros que atuam na Austrália se identificam.....	75
Quadro 15: Uma síntese do perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua na Austrália, focado nas suas características e motivações	79
Quadro 16: Análise das motivações e características apresentadas pelos empreendedores estudados.....	82
Quadro 17: As vantagens e desvantagens de empreender no Brasil, para os empreendedores brasileiros que lá atuam	101
Quadro 18: As vantagens e desvantagens de empreender na Austrália, para os empreendedores brasileiros que lá atuam	102
Quadro 19: Vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou na Austrália na visão do grupo de empreendedores estudado	107

LISTA DE SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABS	Australian Bureau of Statistics
Anprotec	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
CCE	Características do Comportamento Empreendedor
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
EDB	Easy of Doing Business
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICTs	Instituições Científicas e Tecnológicas
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
MRE	Ministério das Relações Exteriores
NBR	Normas Brasileiras de Regulação
ONU	Organização das Nações Unidas
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PIB	Produto Interno Bruto
SECOMs	Setores de Promoção Comercial Investimento e Turismo
SNI	Sistemas Nacionais de Inovação
TE	Trading Economics
TEA	Taxa de Empreendedorismo Inicial
WBD	The world Bank Data

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Definição do problema de pesquisa	13
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo Geral	17
1.2.2 Objetivos Específicos	17
1.3 Justificativa	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 O Empreendedorismo, algumas reflexões históricas e conceituais	20
2.2 Empreendedorismo enquanto comportamento: o perfil empreendedor	23
2.3 Empreendedorismo enquanto processo	31
2.4 Empreendedorismo: ambiente empreendedor	37
2.4.1 Como países fomentam o empreendedorismo	39
2.4.2 O empreendedor e sua importância para sociedade	46
3 METODOLOGIA	48
3.1 DELINEAMENTO	48
3.2 CAMPO E SUJEITO DA PESQUISA	49
3.3 TÉCNICAS DE COLETAS DE DADOS	51
3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE	54
3.5 LIMITES DA PESQUISA	56
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	57
4.1 APRESENTAÇÃO DO CAMPO E DOS SUJEITOS DA PESQUISA	57
4.2 A O PERFIL DOS PEQUENOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS ESTUDADOS QUE EMPREENDEM NO BRASIL OU NA AUSTRÁLIA	62
4.2.1 O perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua no Brasil	63
4.2.2 O perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua na Austrália	71
4.2.3 Uma análise comparativa das motivações e das características apresentadas pelos empreendedores estudados	80
4.3 ASPECTOS RELEVANTES DO CONTEXTO EMPREENDEDOR DO BRASIL E DA AUSTRÁLIA E SEUS IMPACTOS NO PROCESSO EMPREENDEDOR DOS SUJEITOS ESTUDADOS	83
4.3.1 Aspectos do contexto empreendedor do Brasil e seus impactos no processo empreendedor dos sujeitos estudados	83

4.3.2 Aspectos do contexto empreendedor da Austrália e seus impactos no processo empreendedor dos sujeitos estudados.....	93
4.4 AS VANTAGENS E DESVANTAGENS DE EMPREENDER NO BRASIL OU NA AUSTRÁLIA A PARTIR DA VISÃO DO GRUPO DE EMPREENDEDORES BRASILEIROS ESTUDADO.....	101
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS.....	113
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	117

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo não é uma arte tão pouco uma ciência, mas sim uma prática que envolve disciplina, uma busca constante de mudanças e novas oportunidades de negócios (DRUCKER, 2002, apud PEREIRA *et al.*, 2014). Pereira *et al.* (2014) caracterizam o termo empreendedorismo como um processo que envolve a criação de algo novo, dinâmico e inovador e que agrega um valor tanto econômico quanto social. Os autores acrescentam que este processo demanda uma dedicação de tempo e esforços por parte do empreendedor, onde ele assumirá riscos financeiros e sociais, objetivando, porém, ter a independência econômica e pessoal como recompensa, sendo estes frutos do seu esforço, dedicação e comprometimento para com a realização de um negócio.

O empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país, criando empregos e prosperidade e, por isso, as perspectivas de crescimento econômico são muito maiores em países com cultura empreendedora. Existe uma convicção de que o poder econômico de cada país depende de seus futuros empresários e da competitividade dos empreendimentos dos mesmos. Através dos seus negócios, o empreendedor pratica valores sociais como autonomia, independência, capacidade de gerar emprego, de inovar e gerar riqueza, assumir riscos e crescer mesmo que em ambientes instáveis e esses são valores extremamente importantes para conduzir um país ao desenvolvimento. Empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e quebrando paradigmas, vindo daí sua importância para a sociedade como um todo. (DORNELAS, 2016; MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2005).

Neste contexto, julga-se importante analisar fatores que favorecem atitudes empreendedoras, o que inclusive pode variar em diferentes países. Para Pereira *et al.* (2014), a partir do momento que se entende as características pessoais e os anseios dos empreendedores, existe a necessidade de compreender quais fatores ambientais que os regem e estimulam. Entender se eles já nasceram com a atitude empreendedora ou se estas surgem em resposta ao cenário que estão inseridos, sendo, portanto, uma mistura entre reação, características pessoais e fatores expostos e contidos no ambiente.

Dornelas (2008), considera que três tipos de relações podem motivar e estimular o empreendedorismo (a) o nível primário de relações, sendo este o convívio e diferentes atividades com a família e amigos; (b) o nível secundário de relações, sendo estes relacionamentos gerados por determinadas atividades, em network; (c) o nível terciário de relações, que entendem-se por cursos, livros, viagens, congressos e eventos, entre outros. Na visão do autor, o nível primário das relações, ou seja, o convívio com família e amigos, seria a principal fonte formadora de empreendedores.

Para Bessant e Tidd (2009) é essencial entender os diferentes motivos e mecanismos do empreendedorismo, pois segundo os autores as pessoas podem criar empreendimentos por razões distintas. Para eles existem, por exemplo, aqueles empreendedores que buscam independência e desejam ganhar a vida com base nas suas possibilidades e valores pessoais, denominados pelos autores como empreendedores como um modo de vida. São um tipo mais comum de empreendimento e uma importante fonte de empregos autônomos, exploram um ativo (por exemplo, uma loja) ou uma experiência (por exemplo, consultoria de TI). Segundo os autores existem também os empreendedores por crescimento, os quais objetivam alcançar riqueza e poder através da criação e crescimento agressivo de uma série de novos empreendimentos. Estes empreendedores tendem a criar corporações muito grandes por meio de aquisições, podendo vir a dominar mercados nacionais. E por fim, mencionam os empreendedores inovadores, aqueles que são guiados pelo desejo de mudar ou criar algo seja no setor público, privado ou no terceiro setor, não tendo como foco principal independência, reputação ou riqueza.

Outro ponto relevante trazido por Bessant e Tidd (2009), seria a questão do contexto ideal para propiciar o empreendedorismo e inovação. Os autores explicam que para obter uma compreensão completa do contexto empreendedor se faz necessário examinar características e traços pessoais ou a influência de fatores contextuais, como a disponibilidade de apoio e de fundos. Em outras palavras, por mais características empreendedoras que um indivíduo possua, ele sempre necessitará de um contexto que ofereça acesso a recursos adequados, como por exemplo, o trabalho feito por instituições acadêmicas ou grandes empresas bem estabelecidas que atuam como organizações-mães ou “incubadoras” fornecendo apoio técnico e financeiro para esses empreendedores.

Pereira *et al.* (2014) trazem o desenvolvimento da competência empreendedora como um aspecto comportamental, ou seja, o ato de empreender pode ser resultado da influência do ambiente em que o indivíduo está inserido. Eles ainda ressaltam a importância do comportamento proativo do indivíduo, no que diz respeito a tomada de decisão por empreender e a busca por formas de inovar. Porém os autores acreditam que para chegar a esta decisão se faz necessário um conhecimento prévio, uma “introdução de conteúdos sobre empreendedorismo nos diversos níveis de qualificação formal pelos quais passa um indivíduo”. (PEREIRA *et al.*, 2014, p.26).

Diante do exposto, fica claro que o contexto em que os indivíduos estão inseridos, pessoas com quem se relacionam, bem como fatores educacionais interferem diretamente na sua atitude de empreender, porém, vale salientar que o cenário econômico do país, bem como um contexto com acesso a recursos também podem propiciar o empreendedorismo.

Sabendo-se do valor tanto econômico quanto social do empreendedorismo para a economia de um país e o seu desenvolvimento, percebe-se que esse contexto geral é relevante e precisa ser analisado e pensado em todo e qualquer país. Neste sentido, buscar-se-á nesta pesquisa compreender o contexto empreendedor na Austrália e no Brasil.

1.1 Definição do problema de pesquisa

O mundo tem passado por diversas transformações em um curto espaço de tempo, decorrente de várias invenções criadas principalmente no século XX que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. O avião motorizado, o aparelho televisor, o computador, a internet e o sequenciamento do genoma humano são alguns exemplos destas invenções que se originam na inovação: uma criação inédita ou uma melhoria de algo já existente. Todas estas invenções partiram de pessoas ou equipes com características similares: inovadoras, visionárias, questionadoras, que arriscam e fazem acontecer, em outras palavras, empreendedoras. O papel do empreendedor foi e sempre será importante na sociedade uma vez que o empreendedorismo irá mudar, cada vez mais, a forma de se fazer negócios no mundo. (DORNELAS, 2016).

Como mencionado anteriormente, o empreendedorismo se faz muito importante para o desenvolvimento social e econômico de um país, gerando empregos e renda e, justamente por isso, ele vem sendo cada vez mais estudado e incentivado por governos globalmente. Exemplo disso é a existência da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, que analisa características, motivações e ambições dos empreendedores e compartilha esses dados para fomentar a qualidade de atitudes empreendedoras no mundo. (BOSMA; KELLEY, 2018).

Relatórios como o GEM podem ser relevantes para a estruturação de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo em cada país, uma vez que faz um diagnóstico da situação atual do empreendedorismo em diferentes lugares do mundo. Em outras palavras, este estudo pode vir a contribuir para instigar a atitude empreendedora nos países, visto que o compartilhamento destas informações proporciona um entendimento maior acerca do empreendedorismo, o que pode vir a despertar uma atitude empreendedora por parte dos indivíduos.

Frente a diversas transformações tecnológicas que, por muitas vezes, podem resultar em ambientes econômicos compostos por mercados cada vez mais dinâmicos e competitivos e, ainda, entendendo os benefícios do empreendedorismo para a sociedade, é importante salientar o provável dever que o governo teria em construir um ambiente favorável ao desenvolvimento sustentável dos negócios.

Neste sentido, se faz necessária a busca pela inovação constante aliada a programas que podem vir a incentivar o empreendedorismo. Para tanto, muitos países buscam estruturar Sistemas Nacionais de Inovação (SNI). Estes sistemas buscam articular instituições dos setores público e privado (universidade, governo, indústria, organizações financeiras, sociedade) e através do modelo de Tríplice Hélice (interações universidade-indústria-governo), atuam planejando o crescimento e estruturando ações nos países acerca da inovação, criando ambientes onde estudos, atividades e interações resultam no conhecimento científico que se transforma em inovações tecnológicas. (VILLELA; MAGACHO, 2009; ETZKOWITZ; ZHOU, 2017).

Drucker (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014) traz a inovação como ferramenta específica dos empreendedores, pois através dela os empreendedores exploram uma mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço inusitado. Em outras palavras, inovações quando ligadas a atitudes empreendedoras podem ter

um alcance muito maior e assim trazer mais benefícios para a sociedade. Inovações podem trazer soluções criativas, diferenciadas e de alto valor agregado, enquanto o empreendedorismo pode trazer modelos de negócios sustentáveis para viabilizar essas inovações de forma a transforma-las em produtos e serviços para a sociedade.

Nesta linha, tão importante quanto incentivar o estudo acerca do empreendedorismo, é entender de fato o que impulsiona pessoas a iniciar empreendimentos, levando em conta o contexto que estão inseridos e compreendendo as particularidades de cada país. No Brasil, com várias tentativas de estabilização da economia e pelo impacto causado pela globalização nos últimos anos, muitas empresas de grande porte tiveram que buscar alternativas para se manterem competitivas, muitas vezes optando por reduzir custos, tendo como consequência imediata o desemprego principalmente em grandes cidades. Sem alternativa esses ex-funcionários começaram a criar negócios, com o pouco de economia que restava e muitas vezes sequer tendo experiência no ramo. Altos impostos, falta de crédito e altas taxas de juros ainda colaboraram para que permanecessem numa economia informal. Recentemente surgiram no Brasil os empreendedores impulsionados pela economia da internet, com os negócios no mundo virtual. Entretanto, ainda devem ser considerados àqueles que herdaram e dão continuidade aos negócios da família. (DORNELAS, 2016).

Segundo o relatório executivo de Empreendedorismo no Brasil GEM, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA¹) no Brasil em 2018 foi de 17,9%, ou seja, a cada 100 brasileiras e brasileiros adultos (18 - 64 anos), quase 18 deles estavam envolvidos em alguma atividade empreendedora em fase inicial de implantação ou já com um empreendimento novo. Ainda nesta mesma pesquisa, eles avaliaram as taxas de empreendedorismo inicial segundo a motivação do empreendedor, dividindo-se em (a) empreendedorismo por oportunidades, onde 61,8% dos empreendedores iniciaram um negócio por reconhecer uma oportunidade no ambiente que estavam inseridos e (b) empreendedorismo por necessidade, onde 37,5% dos empreendedores iniciaram um negócio pela falta de empregos e, conseqüentemente, renda. (CUNHA *et al.*, 2018).

¹ TEA do Inglês *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*, engloba, adultos de 18 a 54 anos, em fase de elaboração ou abertura de um negócio ou que já possuem um negócio com até 42 meses de operação. (CUNHA *et al.*, 2018).

Sabe-se que índices de empreendedorismo podem variar no decorrer dos anos em diferentes partes do mundo e são geralmente bastante impactados pelas mudanças econômicas de cada país. Segundo o Australian National Report GEM, historicamente falando, nota-se que na Austrália os índices de TEA caíram drasticamente entre os anos de 2009 e 2010, refletindo os efeitos da crise financeira global². Porém a partir de 2014 e já recuperada dos efeitos desta crise, a Austrália aumentou e vem mantendo estáveis os índices de TEA, que em 2018 apresentou o percentual de 12.2%. Ainda neste mesmo relatório, foi avaliado as taxas de empreendedorismo inicial segundo a motivação do empreendedor e, os estudos apontam que, para cada indivíduo que abre um negócio por necessidade, existem cerca de cinco empreendedores por oportunidade. (STEFFENS; OMAROVA, 2019).

Outro ponto bastante relevante para o presente estudo, trazido pela pesquisa Global GEM, seria o fato que 13.2% dos Australianos teriam intenções de abrir um negócio, enquanto 15.3% dos Brasileiros também possuem a mesma atitude positiva em relação a empreender. Esses dados apontam um considerável envolvimento das pessoas em torno do mundo do empreendedorismo e uma estimativa de uma possibilidade de futuro promissor para o empreendedorismo nestes dois países. (BOSMA; KELLEY, 2018).

Diante deste contexto emerge a questão central deste estudo que visa comparar dois grupos distintos de pequenos empreendedores estabelecidos no Brasil e na Austrália para responder a seguinte questão problema desta pesquisa: **quais as principais vantagens e desvantagens percebidas por um grupo pequenos de empreendedores brasileiros que desenvolvem seus empreendimentos no Brasil ou Austrália?**

1.2 Objetivos

No intuito de responder ao problema de pesquisa foram definidos o objetivo geral e os objetivos específicos a seguir.

² Crise financeira que ocorreu em 2008, em decorrência da sucessão de falências de instituições financeiras nos Estados Unidos e na Europa. (FERNANDES, c2020). Mais informações em: <https://escolakids.uol.com.br/historia/a-crise-financeira-de-2008.htm>

1.2.1 Objetivo Geral

Esta pesquisa tem por objetivo geral analisar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou Austrália, na visão de um grupo de pequenos empreendedores brasileiros.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para que o objetivo geral seja alcançado foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- a) conhecer o perfil destes pequenos empreendedores Brasileiros que empreendem no Brasil ou Austrália;
- b) compreender os principais aspectos do contexto empreendedor do Brasil e da Austrália que impactam diretamente no processo empreendedor do grupo estudado;
- c) identificar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália, na visão do grupo de empreendedores estudado.

1.3 Justificativa

Os empreendedores geram um impacto social muito grande, uma vez que são responsáveis pelo desenvolvimento de uma cidade, de uma região ou até mesmo uma nação. Esses homens e mulheres que buscam incessantemente o sucesso não arriscam apenas o seu futuro em prol de novos empreendimentos, mas também, impactam a vida daqueles que os rodeiam e dependem das suas atitudes e decisões. (DORNELAS, 2016). Desta forma, sendo que o empreendedorismo é claramente importante para a sociedade de forma geral, o seu estudo se torna relevante.

Chiavenato (2012, p.4) traz os empreendedores como “heróis populares do mundo dos negócios”. Focados em assumir riscos e inovar continuamente, eles geram empregos, introduzem inovações assim incentivando o crescimento econômico e o progresso das nações. O autor ainda reforça que o país e o mundo necessitam de indivíduos empreendedores, que são os responsáveis por engajar

novos empreendimentos, produzir riqueza, gerar empregos, participar do crescimento econômico e social impulsionando a prosperidade, em outras palavras, gerando valor para a sociedade por meio de iniciativas bem-sucedidas. (CHIAVENATO, 2012). Por consequência, pode-se afirmar que é relevante o estudo destas características empreendedoras e um entendimento maior sobre o comportamento empreendedor que impulsiona estes agentes do empreendedorismo.

Visto a importância do empreendedorismo para a sociedade, toda e qualquer atitude empreendedora deve ser promovida. Como colocado anteriormente, empreendedorismo pode ser visto como um comportamento e pode ser influenciado por políticas públicas, bem como pelo contexto em que o indivíduo está inserido e estudos como este que a pesquisadora apresenta, de certa forma, podem vir a motivar, instigar e até mesmo servir como guia a outros indivíduos na sua caminhada em rumo ao empreendedorismo. Desta forma, o presente trabalho se justifica pois pode contribuir para que brasileiros em posição de empreender, no Brasil ou até mesmo fora do país, possam desenvolver uma visão crítica que os ajudará a tomar melhores decisões durante jornada empreendedora.

As teorias iniciais da administração, mostram que em um primeiro momento as empresas buscavam qualidade, padronização dos seus processos e produção em massa, como traz Maximiano (2018, p.11):

Taylor liderou o movimento da administração científica, com ênfase no combate ao desperdício; Henry Ford desenvolveu e implantou a linha de montagem; Henri Fayol explicou o papel dos gerentes e o processo de administrar; Max Weber lançou as bases para o estudo das organizações e da burocracia.

Atualmente, com a complexidade, dinamismo e competitividade dos negócios, ideias como estas trazidas pelos autores acima passam a ser questões básicas a qualquer empresa. Neste sentido, se faz necessária uma lógica de empreendedorismo, onde exista a busca constante por oportunidades e inovações que auxiliem organizações a se destacarem nos mercados em que estão inseridas. Para tanto, a compreensão acerca da atitude empreendedora que o presente estudo propõe é relevante não somente para os futuros administradores, como também para a área de gestão como um todo, sendo que o empreendedorismo pode ser pensado tanto enquanto a possibilidade de abertura de uma empresa ou uma nova

oportunidade de negócio, quanto para a sobrevivência de um empreendimento através da sua renovação via, por exemplo, o intraempreendedorismo³.

A motivação do presente estudo dá-se também pela curiosidade da pesquisadora em acompanhar a atuação de dois grupos de pequenos empreendedores brasileiros, um residindo no Brasil e outro na Austrália. Este acompanhamento, por sua vez, pode vir a possibilitar um maior entendimento acerca de como estes pequenos empreendedores percebem as dificuldades, vantagens e desvantagens enfrentadas no caminho empreendedor nestes dois diferentes contextos. Por fim, acrescenta-se que este entendimento pode vir a ajudar no desenvolvimento de um senso crítico sobre, por exemplo, qual seria o contexto ideal para, possivelmente, empreender futuramente.

Quadro 1: Principais dimensões da justificativa

Relevância para a sociedade	Relevância para a área de gestão	Relevância prática
<ul style="list-style-type: none"> • Entender a importância do empreendedorismo como gatilho do desenvolvimento econômico e social; • Compreender como políticas públicas fomentam o empreendedorismo; • Auxiliar indivíduos durante a jornada empreendedora; 	<ul style="list-style-type: none"> • Entender como diferentes cenários podem impactar na atitude empreendedora; • Tomar conhecimento das vantagens e desvantagens em empreender em dois cenários econômicos diferentes, a partir da visão de um grupo de empreendedores brasileiros; 	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto em indivíduos que querem empreender; • Instigar a capacidade de identificar e avaliar oportunidades de negócio; • Identificar características comuns ao perfil empreendedor;

Fonte: Elaborado pela autora.

³ Intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo entende-se pela “ação empreendedora dentro de uma organização estabelecida”. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p.30)

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De modo a trazer os principais conceitos que embasam a presente pesquisa, este capítulo inicia-se conceituando o termo empreendedorismo, desde sua origem aos tempos atuais, para em seguida mostrar reflexões acerca do empreendedorismo enquanto comportamento e, também, enquanto processo. Posteriormente, aborda-se como o ambiente pode influenciar e como os países podem fomentar o empreendedorismo. E por fim, busca abordar a importância do pequeno empreendedor para a sociedade.

2.1 O Empreendedorismo, algumas reflexões históricas e conceituais

Este item ocupa-se de algumas reflexões históricas acerca do empreendedorismo, possibilitando uma compreensão sobre a sua evolução com o passar dos séculos para, em seguida, trazer alguns conceitos sobre o mesmo.

Hisrich *et al.* (2009, apud PEREIRA *et al.*, 2014) resgatam a origem da palavra, *entrepreneur*, que é francesa e significa intermediário. Os autores acrescentam que o significado retoma a idade média, onde o empreendedor era visto como o intermediador entre uma necessidade e uma oferta. Nesta linha, através do quadro abaixo buscar-se-á entender a origem do termo “empreendedor” e o seu desenvolvimento desde a idade média até os tempos atuais:

Quadro 2: A origem do termo empreendedor

(Continua)

Época	Designação do termo “Empreendedor”
Idade Média	Utilizado para definir os gerenciadores de grandes projetos de produção. Os quais assumiam grandes riscos e geriam utilizando recursos disponíveis, geralmente disponibilizados pelo governo.

(Conclusão)

Século XVII	Onde ocorrem os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreender: empreendedor era aquele que assumia contratos com o governo para fornecer produtos ou serviços e tendo em vista que os preços eram prefixados, o lucro ou prejuízo era exclusivo dele. Aqui, inicia-se uma diferenciação entre empreendedor (que assume riscos) e capitalista (que fornece capital).
Século XVIII	Com o início da industrialização no mundo, a figura do empreendedor e o capitalista foram finalmente separadas.
Séculos XIX e XX	Empreendedores eram confundidos com gerentes ou administradores, sendo vistos como aqueles que organizavam as empresas, mas sempre a serviço do capitalista.
Século XXI	Aquele que movido por uma ideia, toma iniciativa, dedicando seu tempo e esforços para fazer as coisas acontecerem. Tem seu planejamento baseado em uma visão de futuro. Assume riscos financeiros, psíquicos e sociais.

Fonte: Criado pela autora com base em Dornelas (2016) e Pereira *et al.* (2014).

Através destas definições fica clara a evolução do termo com o passar dos séculos, sendo que inicialmente empreendedorismo não levava em conta assumir riscos, tão pouco investir na busca por novos recursos além daqueles pré-existentes. Contudo, a partir do século XVII o empreendedor já começa a ser visto como aquele que assume riscos, para então no século XVIII finalmente ocorrer a diferenciação entre empreendedor (que assume riscos) e o capitalista (que fornece capital).

Porém, entre os séculos XIX e XX existia a confusão entre o papel exercido pelo empreendedor, com aquele exercido pelos gestores e administradores das empresas e acreditava-se que eles estariam sempre a serviço do capitalista, ou seja, nunca a frente dos negócios. Algo que foi finalmente ultrapassado no século atual, sendo que hoje o empreendedor pode ser visto como a figura por traz de ideias, iniciativas e oportunidades ligadas a diversas formas de exercer o empreendedorismo, que vão desde a abertura de novos empreendimentos, a uma melhor forma de realizar algo já existente ou até mesmo a atuação como intraempreendedor dentro de empresas já estabelecidas. Em outras palavras, a

visão acerca do empreendedor como agente do empreendedorismo vem evoluindo nos tempos atuais.

A partir do esclarecimento acerca da evolução do termo com o passar dos séculos, se torna relevante a abordagem de conceitos acerca do empreendedorismo. O relatório GEM define que empreendedorismo seria qualquer iniciativa para a criação de um negócio, feita por um indivíduo, grupo de pessoas ou negócios estabelecidos, resultando em um negócio autônomo, uma nova organização empresarial ou até mesmo expansão de um negócio existente. (GEM, 2004 apud SARKAR, 2008).

A iniciativa de criação de um novo negócio pode ser relacionada a geração de ideias. Dornelas (2016) enfoca esta questão trazendo o empreendedorismo como a transformação de ideias em oportunidades, onde envolve um processo de criação de algo novo e de valor. O autor ainda salienta que o ato de empreender requer devoção, comprometimento de tempo e esforços necessários para que uma empresa cresça, levando em conta riscos calculados e decisões críticas.

Relativo ao surgimento deste processo empreendedor, ele pode se dar através de várias fontes, segundo Bernardi (2015, p.35):

Pela observação, percepção e análise de necessidades não atendidas; das tendências e evoluções na cultura, tecnologia e sociedade, nos hábitos sociais e de consumo; das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, definindo as possibilidades de empreendimento detectadas ou visualizadas de forma racional, lógica ou até intuitiva.

Baseado nas ideias trazidas pelos autores, percebe-se um consenso que trata o empreendedorismo como um fenômeno relacionado a criação de um negócio ou uma melhoria, de relevante valor econômico e social, oriundo de oportunidades ou ideias que visam inovar, tratar de necessidades ou melhorar algo pré-existente. E ainda, fica claro que para que o empreendedorismo aconteça, existe a necessidade de uma figura que impulse este fenômeno, alguém que irá dedicar seu tempo, esforços e conhecimento para empreender: o empreendedor.

Para o presente estudo, tão importante quanto conceituar empreendedorismo, é entender o perfil do empreendedor. Nesta linha, o próximo item vem a tratar do empreendedorismo enquanto comportamento, abordando conceitos sobre o perfil e características dos empreendedores.

2.2 Empreendedorismo enquanto comportamento: o perfil empreendedor

Este item busca conceituar empreendedorismo enquanto comportamento e trazer o perfil daquele que seria o seu principal agente: o empreendedor. Aqui são abordadas as características, mentalidade e competências empreendedoras, para então possibilitar um entendimento acerca da postura empreendedora.

O empreendedorismo pode ser entendido como comportamento e na tentativa de explicar este “comportamento empreendedor”, deve-se abordar o estudo das suas características e traços pessoais, bem como influências dos fatores contextuais e externos (BESSANT; TIDD, 2009). Bessant e Tidd (2009) acrescentam que, treinamento, prática, experiência e apoio podem influenciar o comportamento empreendedor. Eles sugerem que empreendedorismo não é apenas um traço de personalidade, mas sim, um mix entre personalidade, desenvolvimento, contexto e oportunidade, sendo, portanto, passível de ser adquirido e desenvolvido. Em outras palavras, o comportamento empreendedor significa um conjunto de características empreendedoras que revelam o perfil empreendedor e este comportamento pode ser instigado pelo contexto que o indivíduo está inserido, da mesma forma que pode ser replicado a outros indivíduos.

Neste sentido, quanto mais cedo o indivíduo for exposto a um ambiente que cultiva atitudes empreendedoras, mais naturalmente ele irá absorvê-las e desenvolvê-las. Entendendo a importância da identificação destas atitudes empreendedoras, McClelland (1980 apud PEREIRA *et al.*, 2014) coordenou o desenvolvimento de uma pesquisa que teve por objetivo identificar as características pessoais ligadas ao espírito empreendedor e ao empreendedorismo bem-sucedido em diferentes contextos de países em desenvolvimento. Com este projeto, o autor passou a desenvolver métodos para evidenciar a estas características empreendedoras, tornando-as passíveis de serem replicadas, confirmando a ideia de que seria possível treinar indivíduos para se tornarem empreendedores. Estas características, por sua vez, foram adotadas pelas Organizações das Nações Unidas (ONU) o que originou a criação do Empretec⁴. Cabe destacar que o Empretec identifica dez características do comportamento empreendedor (CCE) marcantes em

⁴ “Um importante programa de desenvolvimento de capacidades empreendedoras conduzido pela Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento”. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014, p. 27).

empreendedores bem sucedidos. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014). Estas características podem ser vistas no quadro abaixo:

Quadro 3: Características do Comportamento Empreendedor

Característica	Indicador de Comportamento
1. Busca de oportunidade e iniciativa 2. Persistência 3. Comprometimento 4. Exigência de qualidade e eficiência 5. Hábito de correr riscos calculados	Conjunto de realização
6. Estabelecimento de metas 7. Busca constante de informações 8. Planejamento e monitoramento sistemáticos	Conjunto do planejamento
9. Rede de contatos 10. Independência e autoconfiança (otimismo)	Conjunto de poder

Fonte: Criado pela autora com base em Empretec (MARIANO 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014, pg. 27).

O conjunto de realização, traz cinco diferentes características. A “busca pela oportunidade e iniciativa” se refere a característica de que o empreendedor precisa ser uma figura proativa, que busca a todo momento por oportunidades, novas áreas de atuação, produtos ou serviços a serem explorados dentro do seu negócio. Já relativo à “persistência”, trata-se do empreendedor ter a hombridade de saber o momento ideal de mudar de estratégia quando a frente de desafios, mas seguir em frente com sua responsabilidade de atingir metas e objetivos. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014)

Quanto a “comprometimento”, o mesmo refere-se à capacidade de agregar esforços para que os objetivos do negócio sejam alcançados, firmando um compromisso com a equipe de trabalho e, principalmente, seus clientes. No que diz respeito a “exigência de qualidade e eficiência”, essa característica refere-se à capacidade que o empreendedor deve ter de sempre priorizar a melhor relação custo-benefício para todas suas ações, procurando cumprir os prazos, garantir padrões de excelência e manter um alto padrão de qualidade. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014).

Fechando o conjunto de realização, aborda-se a característica de ter o “hábito de correr riscos calculados”, que significa que o empreendedor deve ter controle sobre suas ações de forma a procurar alternativas, de forma sistemática, para consequências não desejadas e de riscos. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014)

Dentro do conjunto de planejamento existem três características. O “estabelecimento de metas” refere-se a capacidade de definir objetivos de curto e longo prazo, passíveis de avaliação e que possam garantir o sucesso do negócio. A busca constante de informações traz a dedicação contínua em estudar e obter informações sobre o produto ou serviço que se fornece, podendo buscar por consultoria, assessoria (técnica ou comercial) e participar de eventos ligados à sua área de atuação. O planejamento e monitoramento sistemático refere-se a ter a aptidão de dividir de forma clara as tarefas entre a equipe, possibilitando um acompanhamento e controle dos resultados. Engloba, também, a preocupação em manter um registro das ações para serem utilizados quando existirem tomada de decisões.(MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014)

O conjunto de poder por sua vez, traz duas características. A primeira seria a “rede de contatos”, tratando-se da preocupação do empreendedor em estabelecer uma rede de apoio e network, pois estas vão facilitar uma troca de informações e experiências durante todo o processo empreendedor. A segunda seria “independência e autoconfiança”, onde o empreendedor precisa saber encarar propostas com otimismo e acreditar no sucesso do seu negócio mesmo frente a resultados inicialmente desfavoráveis. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014)

Diante do exposto percebe-se que cada uma das dez características abordadas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014) se ligam a um respectivo indicador de comportamento, seja ele o conjunto de realização, planejamento ou poder, de certa forma, confirmando a teoria de Bessant e Tidd (2009), vista anteriormente, onde explica que o empreendedorismo pode ser visto como comportamento.

Bernardi (2015, p. 40) traz características pertinentes aos empreendedores, bastante similares as descritas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014):

Senso de oportunidade; dominância e determinação; agressividade e energia para realizar; autoconfiança; otimismo; dinamismo; independência; persistência; flexibilidade e adaptabilidade; resistência a frustrações;

resiliência; criatividade; tolerância ao risco, ambiguidades e incerteza; liderança.

Portanto, fica claro que características empreendedoras trazidas a algumas décadas atrás, inicialmente presente nos estudos de McClelland (1980 apud PEREIRA *et al.*, 2014) e, anos depois, adotado por programas como a Empretec (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014), ainda perduram nos dias de hoje e vem sendo cada vez mais abordadas, estudadas e complementadas por diversos autores.

Nesta linha, o quadro abaixo traz algumas características dos empreendedores segundo Dornelas (2016):

Quadro 4: Características dos empreendedores

(Continua)

São visionários	Conseguem visualizar como será o futuro do seu negócio e sua vida.
Sabem tomar decisões	Tomam decisões corretas e pertinentes, mesmo que em momentos de adversidade.
São indivíduos que fazem a diferença	Agregam valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	São visionários e acreditam que as boas ideias originam-se do que todos conseguem ver mas não conseguem transformar em oportunidade. Curioso e atento a informações, ele aprecia o aumento do seu conhecimento que isso pode alavancar as prospecções por oportunidades.
São determinados e dinâmicos	São comprometidos. Ultrapassam obstáculos e adversidades para “fazer acontecer”. Não toleram a rotina, ou seja, mantem-se sempre dinâmicos.
São dedicados	São loucos pelo que fazem. Incansáveis, dedicam-se 24 horas por dia ao negócio. Encontram forças para trabalhar, mesmo em situações adversas.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Amam o trabalho que realizam, sendo o que os anima e os motiva. São os melhores vendedores dos próprios produtos e serviços. São otimistas e focados no sucesso.

(Conclusão)

São independentes e constroem o próprio destino	Querem ser independentes, estar à frente das mudanças. Querem criar algo inovador com seus próprios passos. Serem os próprios padrões e prover empregos.
Ficam ricos por consequência	Ficar rico não é o foco do empreendedor, que acredita que o dinheiro é uma consequência do sucesso do seu empreendimento.
São líderes e formadores de equipes	Possuem senso de liderança diferenciado, respeita e estimula seus funcionários, ganhando o respeito dos mesmos. Sabe que para seu sucesso, precisa ao seu lado uma equipe competente e com conhecimento em campos que não domina.
São bem relacionados (networking)	Sabem construir e possuem uma rede de contatos de fornecedores e entidades de classe.
São organizados	Sabem administrar da melhor forma os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros de forma a obter excelência no desempenho do negócio.
Planejam continuamente	Planejam cada passo, desde o rascunho do plano de negócios até uma apresentação formal a investidores, estratégias de marketing, tudo o que envolve planejamento.
Possuem conhecimento	Aprendem continuamente, estão sempre informados, entendem que quanto maior o domínio sobre peculiaridades que acercam seu mercado, maior será seu êxito.
Assuem riscos calculados	Sabem gerenciar bem os riscos e avaliam reais chances de sucesso.
Criam valor para a sociedade	Geram empregos, movimentam a economia e propagam a inovação, sempre buscando um impacto positivo para a sociedade.

Fonte: Adaptado pela autora com base em Dornelas (2016).

Dornelas (2016) aborda as mesmas características empreendedoras trazidas pelos autores estudados acima, porém de certa forma acrescentando conceitos da presente década, como a questão da liderança diferenciada, a necessidade dos empreendedores serem otimistas e apaixonados pelo que fazem, mas principalmente a questão da criação de valor para a sociedade.

Com as características até então destacadas, pode-se diferenciar o perfil dos indivíduos empreendedores do perfil dos indivíduos empresários, administradores ou gestores. Tajra (2014), explica que existe a comum confusão feita entre o perfil do

empreendedor e o perfil do empresário. O indivíduo não precisa necessariamente ser empresário para ser empreendedor, assim como um empresário pode, também, não necessariamente ser um empreendedor. Enquanto o empresário seria a pessoa por trás da abertura do seu próprio negócio, gerando oportunidades de ganhos financeiros e sociais, o empreendedor por sua vez vai mais além, sendo a pessoa com atitude focada para resultados, inovações e realizações, provida de entusiasmo e energia para gerar ideias e transformá-las em realidade.

Da mesma forma, os empreendedores são frequentemente confundidos com gerentes ou administradores. Dornelas (2016) explica que todo empreendedor deve ser um bom administrador de modo a obter sucesso em seu empreendimento. Entretanto, embora existam similaridades entre o perfil empreendedor e o perfil administrador, deve-se levar em conta que o empreendedor possui características extras, entre elas: são visionários, fazem a diferença, sabem explorar as oportunidades ao máximo, amam o que fazem, correm riscos calculados e criam valor para a sociedade.

Dornelas (2015) alega que não existe um estereótipo universal acerca do tipo de empreendedor ou um modelo padrão que possa identificá-lo, mas sim, vários tipos de empreendedores:

- a) o empreendedor nato (o mitológico), criam grandes impérios do zero e geralmente iniciam empreendimentos bastante jovens e adquirem habilidade de negociação e venda. São comprometidos com seus sonhos. São visionários e otimistas;
- b) o empreendedor que aprende (o inesperado), toma a decisão de empreender de forma repentina, sendo que nunca considerou a hipótese anteriormente. Geralmente não se sentiam confortáveis com a ideia de assumir riscos prior a tomada de decisão por empreender;
- c) o empreendedor serial (cria novos negócios), é movido por adrenalina, desafios, é dinâmico. Está atento a tudo que ocorre ao seu redor e possui network. Apaixonado pelas empresas que cria e pelo ato de empreender.
- d) o empreendedor herdeiro (sucessão familiar), desafiado desde cedo a dar continuidade aos negócios da família, tem a ideia de que precisa multiplicar o patrimônio recebido. Enquanto uns são mais conservadores, preferindo

não mudar o que tem dado certo na empresa, outros se arriscam mais, tem senso de independência e desejo de inovar;

- e) o empreendedor “normal” (planejado), busca minimizar riscos, tem visão de futuro clara e metas estabelecidas, em outras palavras, planeja.

Sendo o empreendedorismo entendido como um comportamento e compreendendo seu perfil e tipologias, também se torna válido buscar estudar as motivações que levam o indivíduo a empreender, pois estas motivações também podem vir a colaborar para a construção do perfil empreendedor.

Dentre as motivações que levam o indivíduo a empreender, encontram-se predominantemente, segundo Bernardi (2015, p. 38):

A necessidade de realização, dinheiro, aquisição de bens, a implementação de ideias, independência, fuga da rotina profissional, prova de capacidade e autorrealização, maior ganho, poder, status e controle da qualidade de vida.

O autor ainda complementa que o empreendedorismo pode surgir na observação, percepção, e análise do ambiente, entendendo demandas, necessidades e tendências, que aos olhos do empreendedor passam a ser oportunidades. Neste contexto, Bessant e Tidd (2009) acrescentam que o histórico religioso e familiar, a educação formal e experiência profissional prévia, bem como o perfil psicológico do empreendedor também podem ser vistos como estímulos à abertura de novos empreendimentos.

Ainda segundo os autores acima citados, as pessoas empreendem por razões diferentes e eles trazem como motivos e mecanismos do empreendedorismo:

- a) empreendedores “como um modo de vida” – aqueles que almejam abrir um negócio com base nas suas possibilidades e valores pessoais e buscam, antes de tudo, independência;
- b) empreendedores do crescimento – empreendedores que criam uma série de novos empreendimentos, geralmente de grande porte, tendo como objetivos principais enriquecer, tornar-se poderoso e influente;
- c) empreendedores inovadores – guiados pelo desejo de criar ou mudar algo.

Sendo assim, fica claro que podem existir diferentes fatores motivacionais no que tange ao surgimento do empreendedor e, dentre as ideias comumente relacionadas pelos autores, ficam em evidência a questão da realização pessoal, o desejo de criar e explorar oportunidades no ambiente em que se está inserido, o contexto familiar, a busca pela independência financeira e o prestígio que o empreendedorismo pode trazer.

O quadro que segue, sintetiza as principais ideias abordadas no presente item sobre o empreendedorismo enquanto comportamento:

Quadro 5: Empreendedorismo enquanto comportamento: o perfil empreendedor

Aspectos relevantes	Síntese
O empreendedorismo pode ser visto como comportamento	Ele envolve características e traços pessoais do empreendedor e a influência de fatores contextuais e externos.
Fatores que instigam o comportamento empreendedor	Um mix entre personalidade, desenvolvimento, contexto e oportunidade. Tal comportamento é passível de ser adquirido e desenvolvido em um ambiente que cultiva atitudes empreendedoras.
Características do Comportamento Empreendedor	Algumas das CCE seriam: Senso de oportunidade, criatividade, iniciativa, persistência, liderança, comprometimento, hábito de correr riscos, se mantém informado, planeja, network, otimismo, entre outros.
Não confundir empreendedores com empresários, administradores ou gestores	Embora possuam características de empresários, administradores e gestores, os empreendedores se destacam por possuírem características diferenciadas dos demais citados.
Não existe um tipo padrão de empreendedor	Empreendedor nato (o mitológico); Empreendedor que aprende; Empreendedor serial (cria novos negócios); Empreendedor herdeiro; Empreendedor normal (planejado).
Motivações do empreendedor	Necessidade de realização; implementação de ideias; independência; fuga da rotina profissional; maiores responsabilidades e risco; prova de capacidade; autorrealização; maior ganho; status; controle da qualidade de vida

Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta linha, com as ideias abordadas até então, entende-se que o empreendedorismo pode ser visto como um fenômeno comportamental baseado nas características comuns aos empreendedores, sendo este fruto de diferentes motivações, bem como hábitos, práticas e valores passíveis de serem instigados e

reproduzidos pelos indivíduos. Entretanto, o empreendedorismo também pode ser entendido como processo, o que será abordado no item a seguir.

2.3 Empreendedorismo enquanto processo

Este item procura mostrar como o empreendedorismo pode também ser entendido enquanto processo. Para tanto, são abordadas cada uma das fases que constituem o processo empreendedor, bem como fatores que influenciam este processo em diferentes fases da jornada empreendedora.

Quando do surgimento e/ou geração de uma oportunidade de negócio, existe uma sugestão conceitual que identifica o empreendedorismo como processo, ao invés de um evento único. Autores sugerem que o empreendedorismo pode ser visto como um processo que se desenvolve ao longo do tempo e por fases distintas, porém correlacionadas. (DORNELAS, 2014 e BARON; SHANE, 2011).

Nesta linha, existe uma certa concordância entre os autores citados acima que apontam as fases abaixo como sendo o conjunto de principais etapas do processo empreendedor:

Figura 1: O processo empreendedor



Fonte: Adaptado de Hirsch (1998 apud DORNELAS, 2016, p. 33).

A fase de identificar e avaliar oportunidades, é onde entram o talento, o conhecimento, a percepção e o intuição do empreendedor, pois é nela que se desenvolve o reconhecimento da oportunidade em si, que pode ser gerada por fatores econômicos, tecnológicos e sociais. Nesta etapa, a oportunidade deve ser avaliada enquanto a sua capacidade de gerar valor econômico, importando como o

empreendedor irá utilizá-la de maneira a transformá-la em um produto ou serviço que fará a empresa crescer. (DORNELAS, 2014 e BARON; SHANE, 2011).

Os mesmos autores acima citados trazem outro ponto a ser considerado nesta etapa, que seria a aceitação da oportunidade perante a sociedade, no que se diz respeito a padrões morais e legislação. Ainda na mesma etapa, é cabível uma análise de mercado quanto a concorrência para este novo produto ou serviço, de forma a não criar expectativas ilusórias quanto a exclusividade de sua oportunidade. Por muitas vezes, um protótipo ou demonstração do serviço pode ser oferecido a um grupo seletivo de clientes potenciais ou a ideia poderá ser discutida com empreendedores mais experientes ou consultores a fim de testar, em pequena escala, a receptividade em relação a oportunidade em questão e assim avaliar possíveis riscos futuros.

Ainda no que se diz respeito a fase inicial de identificar e avaliar uma oportunidade, Hisrich *et al.* (2014), sugerem aos empreendedores o uso de um “plano de avaliação da oportunidade”, sendo que os itens abaixo devem ser pensados e respondidos baseados na oportunidade a ser avaliada (podendo ela ser um produto ou serviço), conforme segue:

Quadro 6: Plano de Avaliação da Oportunidade

Sessão 1	Sessão 2	Sessão 3	Sessão 4
<ul style="list-style-type: none"> • Descrição • Necessidade de mercado • Aspectos específicos • Concorrentes que atendam a essa necessidade e seus recursos • Empresas nesse espaço de mercado do produto • Proposições de venda exclusivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessidade de mercado atendida • Condição social dessa necessidade de mercado • Dados de pesquisa de mercado disponíveis, que descrevam essa necessidade • Dimensões, tendências e características deste mercado • Índice de crescimento 	<ul style="list-style-type: none"> • O que te motiva sobre a ideia • Relacione a ideia com seu histórico e experiência pessoal • Descreva as habilidades de negócio que possui • Descreva as habilidades de negócios necessárias • Conhece alguém que tenha essas habilidades? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar cada etapa • Determinar a sequência de atividades e colocar essas etapas críticas em uma ordem sequencial • Descrever o que precisará ser realizado em cada etapa • Determinar tempo e dinheiro necessários • Identificar a fonte de recursos

Fonte: Criado pela autora com base em Hisrich *et al.* (2014, p. 101-102).

O plano de avaliação de oportunidade consiste em quatro sessões, sendo as duas primeiras vistas pelos autores como sendo as principais. A primeira sessão, é responsável por desenvolver a oportunidade, analisar os concorrentes e a exclusividade, ou não, da ideia. A segunda sessão foca em entender o tamanho de mercado, suas tendências, características e índice de crescimento. Já na terceira sessão, busca-se analisar o empreendedor e sua equipe quanto a sua educação, experiências prévias ligadas a ideia e habilidades. Por fim, a quarta sessão desenvolve uma sequência de passos a serem seguidos para a abertura do empreendimento, assim transformando a oportunidade em um negócio rentável. (HISRICH *et al.*, 2014).

No que concerne as ideias apresentadas pelos autores sobre a etapa inicial de identificação e avaliação da oportunidade, observa-se um consenso acerca da importância não somente da identificação da oportunidade, mas principalmente, da habilidade do empreendedor em avaliar se a ideia pode vir a ser aplicada ou não, implicando no surgimento de um negócio ou não. Neste sentido, pode-se supor que a aplicação de um simples plano de avaliação da oportunidade, como sugere Hisrich *et al.* (2014), pode vir a nortear o empreendedor e sua equipe quanto ao potencial desta oportunidade.

Quanto a segunda fase do processo empreendedor, que engloba o desenvolvimento do plano de negócio, ela demanda que, em um documento sucinto, o empreendedor passe as ideias essenciais do negócio proposto. O plano de negócio contará com aspectos financeiros, indicadores de mercado, diretrizes de negócio, descrição da empresa, planos operacionais e de recursos humanos. Com base neste documento o empreendedor poderá decidir quais os próximos passos para seguir em frente e reunir os recursos iniciais para a abertura do negócio. Desta maneira, se faz importante que todo novo empreendimento disponha de um planejamento do negócio, sendo que o mesmo poderá ser apresentado a potenciais investidores, bancos e financeiras, e ainda, também poderá ser utilizado como um norteador quanto a tomada de decisões e planejamento. (DORNELAS, 2014).

Quanto as duas primeiras fases do processo empreendedor contempladas até então, nota-se a necessidade da habilidade de planejamento. O empreendedor precisa ter a capacidade de definir o ponto de partida, o percurso a seguir e aonde ele quer chegar com a abertura do negócio. Sendo assim, o mesmo poderá decidir

se dará continuidade a implementação do empreendimento, colocando em prática os passos conseguintes ao processo empreendedor.

Dando sequência as fases do processo empreendedor, a determinação dos recursos necessários baseia-se no que foi pré-estabelecido no plano de negócio desenvolvido, já a captação destes recursos fica a critério do empreendedor, que deve tentar todas as fontes de recursos que estão a sua disposição e avaliar as mais pertinentes, considerando riscos e vantagens para o negócio. Nesta fase, que seria a terceira do processo empreendedor, a captação de recursos provém geralmente de economias (pessoais, da família ou de amigos), empréstimos em bancos e financeiras, investidores pessoas físicas (investidores-anjo), programas especiais do governo, incubadoras de empresas, entre outros. (DORNELAS, 2014).

Por fim, na fase de gerenciar a empresa, onde imprevistos podem acontecer, cabe ao empreendedor tomar as decisões cabíveis visando o sucesso do empreendimento, transformando-o em algo lucrativo e passível de crescimento. Aqui o empreendedor define pontos importantes como, por exemplo, a formação da equipe de profissionais qualificados para auxiliar no gerenciamento do negócio; o reconhecimento dos riscos e limitações do empreendimento, de forma a pensar em ações que visem minimizar estes problemas; identificar o que essencial ao sucesso da empresa e entender bem as prioridades para o desenlace. Em outras palavras, ter bem definido o seu estilo de gestão e os sistemas de controle necessários para obter resultados excelentes com o empreendimento. (DORNELAS, 2014).

Nestas fases finais relativas ao processo empreendedor, pode-se sugerir que é onde a ideia ou oportunidade sai do papel e começa a materializar-se, chegando o momento onde o empreendedor necessita concentrar seus esforços em seguir seu planejamento, bem como estar preparado para eventuais mudanças e adaptações que possam aparecer ao longo do caminho.

Ainda quanto as fases do processo empreendedor, Dornelas explica que “embora as fases sejam apresentadas de forma sequencial, nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte”. (DORNELAS, 2016, p. 34). Ele exemplifica que, ao reconhecer e avaliar uma oportunidade (fase 1), o empreendedor já terá uma ideia sobre a empresa a ser criada (fase 4). Outro exemplo, seria que ao desenvolver um plano de negócio inicial (fase 2), ao ir atrás de captação de recursos (fase 3), o empreendedor pode se deparar com um investidor em potencial que fará críticas e poderá sugerir a mudança de toda a

concepção da empresa, deste modo, fazendo com que o empreendedor retorne a fase inicial do processo.

O quadro 7 sintetiza as principais ideias trazidas neste item a respeito do empreendedorismo enquanto processo.

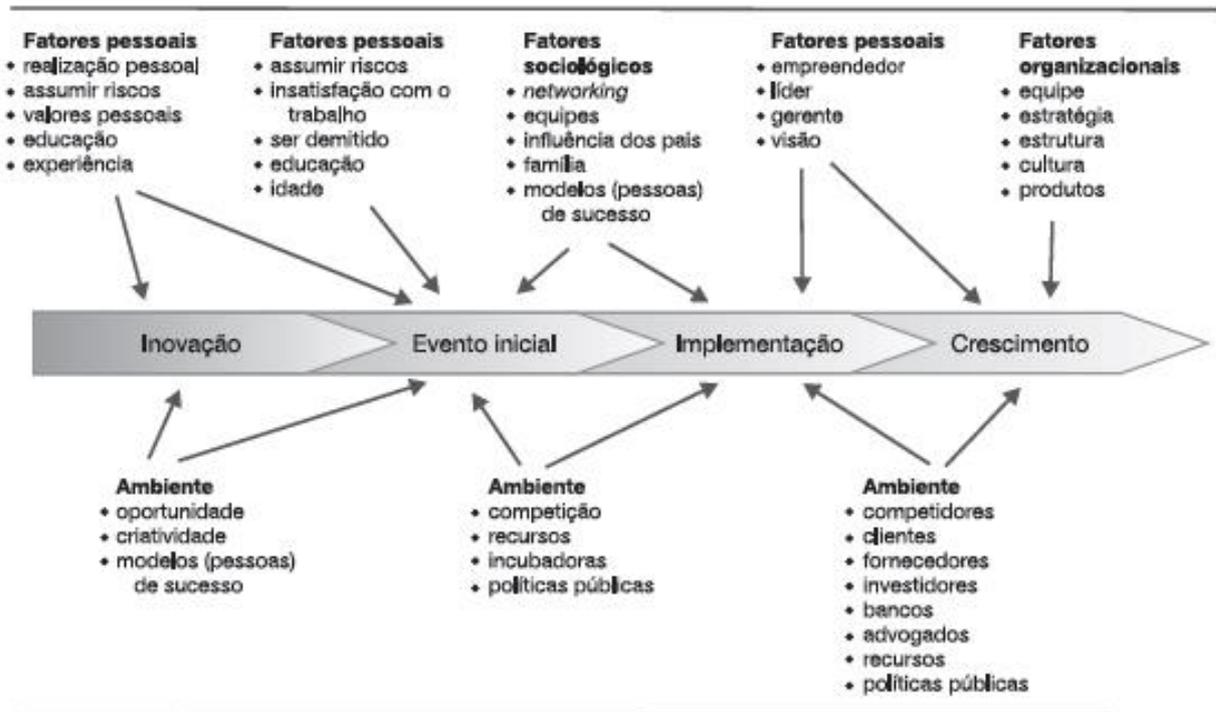
Quadro 7: Empreendedorismo enquanto processo

Aspectos relevantes	Síntese
O processo empreendedor	Contempla a identificação e avaliação de uma oportunidade; o planejamento do projeto ou negócio; a busca por recursos; a implementação da ideia; e por fim, o gerenciamento e acompanhamento do processo.
Fase 1 do processo empreendedor	Identificar e avaliar a oportunidade: abrangência, valores reais percebidos, riscos e retornos, metas, competidores.
Fase 2 do processo empreendedor	Desenvolver o plano de negócio: abordando aspectos financeiros, indicadores de mercado, diretrizes de negócio, descrição da empresa, planos operacionais e de recursos humanos.
Fase 3 do processo empreendedor	Determinar e captar os recursos necessários: analisar fontes de recursos disponíveis e avaliar as mais pertinentes, considerando riscos e vantagens.
Fase 4 do processo empreendedor	Gerenciar a empresa criada: ter bem definido o seu estilo de gestão e os sistemas de controle necessários para obter resultados excelentes.
As fases do processo empreendedor não são necessariamente sequenciais	Nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte
Plano de avaliação da oportunidade	Pode ser utilizado para nortear o empreendedor e sua equipe quanto ao real potencial de uma oportunidade

Fonte: Elaborado pela autora.

O processo empreendedor acontece quando fatores externos, ambientais e sociais, bem como aptidões pessoais culminam no surgimento de uma oportunidade de negócio (DORNELAS, 2016). Segundo o autor, diferentes fatores podem influenciar no processo empreendedor durante cada fase da jornada empreendedora:

Figura 2: Fatores que influenciam no processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2016, p. 30).

Com base nas ideias de Dornelas (2016), o processo empreendedor é influenciado por fatores pessoais, sociológicos, organizacionais, bem como por fatores condicionados ao ambiente, que juntos impulsionam resultados positivos: a implementação ou crescimento de um negócio. Fatores pessoais, vão ser ligados mais as particularidades de cada indivíduo, sua educação e experiência, sua capacidade de assumir riscos, capacidade de empreender e liderar, entre outros, ao longo do processo. Fatores sociológicos trazem, de certa forma, o suporte com que o empreendedor pode contar na medida que vai colocando sua ideia em prática. Já fatores organizacionais, são ligadas a questões de estratégia que deverão ser ponderadas mais ao final do processo. Já o ambiente estará constantemente influenciando o processo empreendedor das mais diversas formas, que vão desde políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo à competitividade e oportunidades de mercado.

Nesta linha, é importante salientar que cada processo empreendedor é único, não sendo padronizado ou pronto, tão pouco algo que pode ser adquirido. (PEREIRA *et al.*, 2014). Em outras palavras, os fatores influenciadores podem se dar de maneira distinta de um processo empreendedor para outro, baseado nas particularidades de cada processo.

Baseado nas ideias trazidas pelos autores neste item, percebe-se que o empreendedorismo pode ser entendido como processo, no lugar de um evento único. Ele também pode ser influenciado por diferentes fatores em cada momento da jornada empreendedora. Contudo, percebe-se uma constante influência de fatores do ambiente durante o todo o processo empreendedor. Vale ressaltar que, o ambiente também é citado como motivador do empreendedorismo enquanto comportamento (como visto no item 2.2 do presente trabalho). Desta forma, no próximo item buscar-se-á compreender melhor este ambiente empreendedor.

2.4 Empreendedorismo: ambiente empreendedor

Quando aborda-se o empreendedorismo como comportamento e mesmo como processo, fica clara a ideia de que ele pode ser fomentado e influenciado pelo ambiente em que se encontra. Em outras palavras, evidencia-se a importância do ambiente empreendedor como estimulador do empreendedorismo, tanto do ponto de vista comportamental, quanto de processo.

Para Gibb (1987, apud SARKAR, 2008, p. 64), são cinco etapas onde se torna possível a exposição a esses estímulos ou influências:

- a) durante a etapa da infância: onde a influência provém dos próprios pais ou da família, baseado no tipo de trabalho que possuem e nos seus valores e objetivos de vida;
- b) na adolescência: que engloba a influência que os pais e família possuem nas escolhas educacionais; as preferências vocacionais do indivíduo e as opções vocacionais disponíveis; o fato da educação servir para fornecer valores e objetivos; a influência oriundas das amizades e da comunidade;
- c) na idade adulta: A possibilidade de aprofundar a educação e formação e se destacar perante outros indivíduos; a influência da comunidade (sociedade e amigos), bem como certa influência que a família (os pais) ainda pode exercer na fase adulta; o tipo de profissão que exerce;
- d) na meia idade: classe social em que se encontra; o tipo de profissão que exerce; as relações de trabalho; satisfação com o trabalho; a própria família (cônjuge, filhos) e amizades; interações na sociedade e no trabalho;

- e) na terceira idade: o rendimento alcançado; situação familiar; objetivos comunitários; atividades extras de trabalhos; satisfação no trabalho; possibilidade de aposentadoria antecipada e pensões.

Embora a citação de Sarkar (2008) traga conceitos definidos por Gibb no século passado, pode-se sugerir que estes mesmos conceitos ainda são aplicáveis nos tempos atuais, visto que desde a infância, passando pela adolescência, até chegar a fase adulta e a terceira idade, os indivíduos continuam a ser constantemente influenciados, de uma maneira ou de outra, por àqueles que os cercam.

Tajra (2014), por exemplo, reafirma a ideia de que a família tem um papel importante no desenvolvimento do perfil empreendedor, sendo que os pais podem estimular a atitude empreendedora dos filhos por meio de atividades que instiguem a autonomia, bem como a iniciativa e, ainda, por meio do diálogo positivo e incentivador acerca do empreendedorismo. O autor também aborda o papel das instituições de ensino no desenvolvimento do espírito empreendedor, onde promovem uma educação empreendedora à medida que incorporam o empreendedorismo à proposta pedagógica, seja em sala de aula, por meio da realização de projetos específicos, seminários ou feiras escolares. Desta forma, estas instituições estão estimulando em seus alunos a capacidade de organizar e apresentar idéias, o poder de argumentação e cuidados com a apresentação pessoal, características essenciais ao empreendedor.

Dornelas (2016), por sua vez, afirma que o empreendedorismo vem sendo o centro das políticas públicas na maioria dos países e, além do desenvolvimento de currículos que estimulam o empreendedorismo do nível fundamental ao universitário, pode-se trazer outros exemplos de ações desenvolvidas nos países para difundir o tema como, por exemplo, as incubadoras de empresas e parques tecnológicos; programas e incentivos governamentais que promovem a inovação e transferência de tecnologia; a criação e desenvolvimento de novas empresas subsidiadas pelo governo; criação de entidades de apoio ao empreendedorismo e à criação de negócios; programas de acesso ao crédito e desburocratização para pequenas empresas; desenvolvimento de instrumentos que fortalecem o reconhecimento da propriedade intelectual, entre outros.

A figura abaixo, que traz uma visão sobre os fatores que afetam a criação de novos negócios, consegue contextualizar de forma mais simplificada os pontos abordados no presente item até então:

Figura 3: Fatores que afetam a criação de novos negócios



Fonte: Tidd e Bessant (2009, p. 282).

Neste sentido, baseado nos autores acima, vemos que o ambiente em que o empreendedor está inserido é capaz de proporcionar diferentes formas de engajamento com a sociedade (pessoas, entidades, organizações, instituições, entre outros), o que colabora para desenvolver um contexto favorável e de incentivo ao empreendedorismo durante diferentes fases da vida do empreendedor. Portanto, é importante entender de que forma os países vêm trabalhando para desenvolver um ambiente favorável ao empreendedorismo.

2.4.1 Como países fomentam o empreendedorismo

Este item procura trazer reflexões sobre de que forma os países podem colaborar para desenvolver um contexto favorável ao empreendedorismo.

A Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec) trás que, historicamente, as primeiras ações de apoio ao empreendedorismo podem ter origem nos Estados Unidos e Inglaterra por volta do século XX com o surgimento de incubadoras de empresas. Elas tiveram origem em resposta a eventos de impacto sócioeconômico, bem como a partir de iniciativas de grandes empresas e podem ser consideradas precursoras dos mecanismos de apoio ao empreendedorismo. Inicialmente possuíam a singela meta de proporcionar um espaço e infraestrutura de boa qualidade e baixo custo para a pequena empresa se desenvolver. Nos tempos atuais, precebe-se uma evolução do conceito original, onde as incubadoras proporcionam não somente a infraestrutura ideal, mas também o suporte gerencial, treinamentos, mentorias, serviços de suporte, oportunidades de formação de rede de negócios, ou seja, uma melhor orientação quanto a gestão do negócio. (LAGE *et al.*, 2019).

Com o passar dos anos, o incentivo ao empreendedorismo começou a obter forma em diversos outros mecanismos de apoio. Existem diferentes frentes que podem vir a contribuir para a formação de um ambiente favorável ao empreendedorismo. Estas condições vão influenciar no quão viável será para o empreendedor decidir iniciar o seu negócio e, posteriormente, a mante-lo de modo que seja algo sustentável. (MELHADO; GONÇALVES, 2013). O quadro a seguir ilustra o que os autores consideram ser fatores determinantes para desenvolver um contexto favorável ao empreendedorismo:

Quadro 8: Pilares que contribuem para a formação de um país empreendedor

(Continua)

Ambiente Regulatório	Mercado	Acesso a capital	P&D e Tecnologia	Capital Humano	Cultura
Barreiras administrativas de abertura e crescimento dos negócios	Regulamentação do mercado para a competição sadia	Disponibilidade de recursos financeiros	Investimento de P&D	Treinamento e capacitação do empreendedor	Percepção da população
Políticas Públicas de cunho regulatórias	Segmentação de mercado	Facilidade de acesso a capital	Sistemas Nacionais de Inovação	Educação empreendedora	Atitude empreendedora

(Conclusão)

Ambiente Regulatório	Mercado	Acesso a capital	P&D e Tecnologia	Capital Humano	Cultura
Estruturas legais	Nível de envolvimento público	Fontes de crédito	Cooperação entre firmas	Qualificação de mão de obra	Intenção de empreender
Políticas Públicas para promover o empreendedorismo	Qualidade da infraestrutura de mercado		Difusão Tecnológica	Empreendedorismo nos ensinos médio, fundamental e Universitário	Atenção da mídia

Fonte: Adaptado pela autora com base em Melhado e Gonçalves (2013)

No que se diz respeito ao ambiente regulatório, Melhado e Gonçalves (2013) explicam que o mesmo diz muito a respeito sobre como a burocracia e o governo podem afetar o empreendedorismo. Deve ser levado em conta, por exemplo, se o tempo, o custo e as leis envolvidas no processo de abertura (ou fechamento) de um negócio são facilitadas (ou não) pelos países. Deve-se também entender se existem políticas governamentais adotadas pelos países para promover o empreendedorismo, como incentivos fiscais para novos empreendimentos, crédito de imposto para atividades ligadas a pesquisa e desenvolvimento, entre outros. Da mesma forma que suas políticas de impostos e taxas devem ser favoráveis a abertura e a manutenção dos negócios. (BOSMA *et al.*, 2020).

Baron e Shane (2011), ainda mencionam que a remoção de entraves burocráticos pode ser um bom incentivo para que as pessoas ingressem em diferentes setores com novas idéias de negócio. Em contrapartida, regulamentos que protegem certos tipos de atividades de negócio podem vir a incentivar empreendedores a assumirem riscos ligados às mesmas.

No quesito mercado, fala-se de como características macroeconômicas vem a influenciar a atitude empreendedora nos países. No que diz respeito a competição de mercado, leis de antitruste podem ser criadas para regulamentar o mercado e incentivar uma competição sadia entre empresas. Da mesma forma que a segmentação de mercado pode ser uma forte aliada ao surgimento de novos empreendimentos, visto que empresas já estabelecidas não terão o mesmo foco, agilidade e nem mesmo interesse de explorar certos nichos de mercado. (MELHADO; GONÇALVES, 2013)

Outro ponto, seria que a composição das classes sociais de um determinado país pode impactar na demanda por produtos e serviços de um mercado e,

consequentemente, no desempenho dos empreendimentos. Um país composto de uma maior população concentrada em classes média e alta terá um maior movimento na economia decorrente do poder de consumo dos mesmos, se comparado a países com maior concentração em classes pobre ou miserável. (SARFATI, 2013; BARON; SHANE, 2011).

A qualidade da infraestrutura fornecida pelo país também pode influenciar diretamente no mercado e, por consequência, no sucesso dos empreendimentos. Por exemplo, gargalos na infraestrutura de transporte que impactam na logística de entrega de produtos ou a demora no desembarço aduaneiro de produtos importados, podem gerar uma indisposição com os clientes e impactar nos negócios. O fomento a internacionalização das empresas e a relações comerciais com outros países, também são formas de criar novas oportunidades de empreendedorismo. (MELHADO; GONÇALVES, 2013, SARFATI, 2013).

A disponibilidade de recursos financeiros para investir no negócio pode ser um fator determinante quando a tomada de decisão pela abertura ou não de um empreendimento. Desta forma, o acesso ao capital será de suma importância para o empreendedor, que deve considerar diferentes fontes de crédito. Altas taxas de juros, níveis de garantias exigidas pelos bancos, burocracia e demora no tempo de avaliação de crédito, são alguns dos possíveis desafios encontrados pelos empreendedores. Algumas fontes de crédito podem ser empréstimos e financiamentos concedidos por instituições financeiras, Venture Capital, investidores anjo, mercado de capitais de risco, entre outros. (MELHADO; GONÇALVES, 2013). O quadro abaixo traz mais exemplos e detalhes destas fontes de crédito:

Quadro 9: Exemplos de fontes de crédito para empreendedores

(Continua)

Bancos comerciais	Fonte de recursos a curto prazo, onde fundos são fornecidos na forma de financiamento por endividamento e exigem alguma garantia tangível.
Venture Capital (Ou Capital de risco)	As firmas de capital de risco angariam recursos de grandes investidores institucionais e investem em novas empresas, bem como oferecem apoio nas operações dos mesmos. São bastante exigentes com seus critérios para financiamento e impõe um grande número de restrições ao negócio.

(Conclusão)

Investidores Anjo	Pessoas físicas que investem em novos empreendimentos. São menos financeiramente motivados, podendo exigir um retorno menor sobre seus investimentos.
Mercado de Capitais de risco	Ele pode ser formado por pessoas físicas (informal) ou pessoas jurídicas (formal) e oferecem financiamento e capital próprio para situações de financiamentos incertas.
Corporações	Empresas que fazem investimentos estratégicos, para ter acesso a certos produtos ou novas tecnologias. Além de apoio financeiro, oferecem apoio mercadológico e operacional, entretanto, exigem ter acesso a propriedade intelectual em muitos casos.
Sociedades com participação limitada em P&D	Este método de financiamento tem foco em empreendedores nas áreas de alta tecnologia, onde o capital é concedido a uma empresa para desenvolver algo que envolva vantagem tributária

Fonte: Criado pela autora com base em Hisrich *et al.* (2014), Baron e Shane (2011)

A inovação será um forte aliado para geração de riqueza nos países e, por consequência, nas empresas. Por este motivo, ações de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e o uso de diferentes Tecnologias se fazem necessárias, uma vez que elas vão auxiliar na exploração de novos mercados, bem como na inovação constante para construção de ambientes favoráveis ao empreendedorismo. Medidas para atingir a este fim, poderiam ser, por exemplo, os países buscarem criar SNI que, como mencionado anteriormente, articulam empresas, academias e sociedade civil em prol de P&D que gera o conhecimento científico necessário para o desenvolvimento de tecnologias inovadoras. (VILLELA; MAGACHO, 2009, MELHADO; GONÇALVES, 2013).

A Anprotec trás exemplos de SNI que proporcionam ecossistemas de inovação articulando academia, governo e empresa, tais como: parques tecnológicos; incubadoras; coworkings; venture builders; laboratórios abertos; aceleradoras; Instituições Científicas e Tecnológicas (ICTs), conhecidas como spin offs acadêmicas; alianças entre pequenas e grandes empresas; escritórios de propriedade intelectual e comercialização de tecnologia; as redes de conhecimento;

os arranjos e sistemas produtivos e inovadores locais; entre outros. (LAGE *et al.*, 2019)

Como exemplo prático de SNI, pode-se citar superestruturas como a Tecnosinos e a Tecnopuc, que além de serem incubadoras e parques tecnológicos com uma excelente infraestrutura, também fornecem espaços de *coworking* e projetos aceleradores. (LAGE *et al.*, 2019; TECNOSINOS, 2020).

A figura abaixo mostra como alguns destes ecossistemas de inovação vem a se fundir com mecanismos de geração de empreendimentos:

Figura 4: Ambientes de Inovação



Fonte: Adaptado de Aranha, Audy; Piqué (2016 apud LAGE *et al.*, 2019, p. 12).

Baron e Shane (2011), explicam que as mudanças tecnológicas em si podem ser uma importante fonte de oportunidades para novos empreendimentos, uma vez que possibilitam criar novas formas de fazer algo, muitas vezes de maneira mais produtiva. Os autores fazem o exemplo da internet (mudança tecnológica) que revolucionou os meios de comunicação, substituindo cartas, telefone, faxes pelo correio eletrônico (uma nova forma de se comunicar, porém de uma maneira mais eficiente).

Quando aborda-se o capital humano como um pilar determinante do ambiente empreendedor, isso representa o acesso a educação empreendedora e a qualificação da mão de obra nos países. Desta forma, é importante entender se os países estimulam a criatividade e senso de reconhecimento de oportunidades, entre outras características empreendedoras, desde a vida escolar até a vida acadêmica e até mesmo após estas etapas na vida dos indivíduos. Assim como se faz importante

entender se o governo cria programas de incentivo e suporte a empresários e futuros empreendedores para desenvolver suas habilidades empreendedoras. Esta última irá refletir diretamente no preparo do empreendedor frente aos desafios encontrados durante a jornada empreendedora. Da mesma forma que, o investimento em educação para qualificação de mão de obra é de extrema importância, afinal, os negócios são feitos por pessoas. Neste sentido, os países devem investir no campo da educação e formação de capital humano por meio de escolas técnicas, universidades, programas de MBA, entre outros. (BOSMA *et al.*, 2020, MELHADO; GONÇALVES, 2013).

A respeito da cultura, busca-se entender a percepção da população acerca do empreendedorismo. Em outras palavras, buscar entender se os indivíduos se enxergam como empreendedores, ou seja, se empreendedorismo seria uma opção de carreira; quais os riscos (se existirem) que relacionam ao empreendedorismo; entre outras avaliações cabíveis. Outro ponto, seria avaliar como a mídia propaga e como as organizações de apoio promovem os valores empreendedores. Tanto a mídia, quanto organizações de apoio são grandes responsáveis por influenciar a população a enxergar o empreendedorismo como algo viável e gratificante. (BOSMA *et al.*, 2020, MELHADO; GONÇALVES, 2013).

Juntas, todas as condições expostas neste item vão exprimir o quanto o país está comprometido (ou não) com o desenvolvimento de um contexto favorável ao empreendedorismo. Desta forma, é possível entender o quão fácil (ou difícil) seria iniciar um negócio e mantê-lo de forma sustentável em determinado país, bem como tomar conhecimento sobre as ferramentas de incentivo e apoio ao empreendedorismo nos países. As ideias contidas neste sub-item estão sintetizadas no quadro 8 da página 40.

Até então fala-se muito sobre a importância de um ambiente favorável ao empreendedorismo, de forma a promover esta cultura empreendedora e, possivelmente, aumentar o número de empreendedores nos países. Mas afinal, quais seriam os benefícios em tê-los?

2.4.2 O empreendedor e sua importância para sociedade

Este item procura mostrar como a atuação do empreendedor vai impactar no meio em que esta inserido. Em outras palavras, busca-se entender o papel dos empreendedores no desenvolvimento econômico e social dos países.

Sarfati (2013), quando aborda o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, faz menção a hipótese schumpeteriana comumente estudada por diversos autores no passar dos anos, que aponta para uma relação entre a atividade empreendedora e o crescimento econômico dos países, o aumento de emprego, a diminuição da desigualdade social, o desenvolvimento da cadeia produtiva de multinacionais e o desenvolvimento sustentável.

Beber (2017), reforça esta ideia de que o empreendedorismo vem a colaborar para o crescimento econômico dos países. E o autor destaca quatro formas distintas de como esta colaboração ocorre:

- a) investimento em produtos e serviços: empreendedores vão abrir novos negócios a medida que identificarem novas necessidades e oportunidade e por consequência criar produtos e serviços;
- b) geração de emprego e renda: novas empresas vão resultar em novos postos de trabalho e, por consequência, uma maior distribuição de renda, da mesma forma que vai elevar o padrão e qualidade de vida das pessoas;
- c) promover a eficiência tecnológica: capacidade de transformar ideias em produtos e serviços eficazes o bastante para colaborar a prosperidade econômica do país;
- d) criação de inovações de impacto social, econômico e ambiental: práticas de negócio inovadoras que vão auxiliar a enfrentar desafios da atualidade que refletem na qualidade e custo de vida das pessoas.

Bosma *et al.* (2020), traz que mudanças climáticas, desigualdade social, imigração, superpopulação, entre outros, são desafios sociais comuns ao mundo todo e que a atitude, o comportamento e competência empreendedora são fundamentais para criar soluções ao combate destes problemas. Nesta linha, a tabela a seguir vem a mostrar como diferentes formas de empreendedorismo podem impactar na sociedade:

Quadro 10: O empreendedorismo em suas diversas formas e impactos

Performance	Impacto	
Nova de empresa	Geração de empregos. Formalização do setor informal. Independência financeira.	Desenvolvimento econômico e social.
Empresas estabelecidas	Soma o crescimento de negócios e intensifica benefícios trazidos pelas novas empresas	
Intraempreendedorismo	Inovação dentro das empresas.	
Empreendedorismo feminino	Colabora para a igualdade de gênero	
Empreendedorismo social	Traz mudanças sociais importantes para a comunidade. Inovações para solução de problemas da sociedade.	
Empreendedorismo Inovador	Inovação. Desenvolvimento de novos produtos e soluções.	

Fonte: Criado pela Autora com base em Bosma *et al.* (2020) e Melhado e Gonçalves (2013)

Com a tabela acima, a autora procura exemplificar como o empreendedorismo, em seus diversos formatos, vem a causar impactos pontuais e de extrema importância para a sociedade. Todos estes impactos, por sua vez, resultam em um objetivo comum, que seria o desenvolvimento econômico e social dos países.

Afim de prosperar, os países precisam de indivíduos provindos de todos os estágios do processo empreendedor, sejam eles àqueles com intenções e ambições de empreender, ou estejam eles em fase inicial de um empreendimento ou até mesmo àqueles que já vem mantendo um negócio de sucesso. (BOSMA *et al.*, 2020).

Baseado nos autores estudados no presente item, pode-se considerar que o empreendedorismo pode ser visto como um poderoso mecanismo de desenvolvimento econômico e social, enquanto capacita e corrobora para prosperidade de indivíduos e comunidades, causando um positivo impacto na sociedade.

3 METODOLOGIA

A metodologia pode ser vista como um conjunto de regras básicas que compõe uma investigação, a qual busca produzir novos conhecimentos ou aprimorar conhecimentos existentes. Através da metodologia, almeja-se a obtenção de conhecimento confiável à investigação, o mais próximo possível da realidade e livre da subjetividade do pesquisador. (GIL, 2019).

Este capítulo, portanto, aborda como a investigação foi executada, englobando aqueles que foram os procedimentos metodológicos mais adequados aos objetivos propostos, com o intuito de obter informações assertivas e satisfatórias ao presente estudo.

3.1 DELINEAMENTO

O presente trabalho foi desenvolvido com a utilização do método de pesquisa qualitativa, de cunho exploratório e se deu no formato de estudo em campo.

Para Gil (2019), na pesquisa qualitativa a realidade pode ser vista sob múltiplas perspectivas, sendo seus resultados apresentados por meio de descrições verbais, ou seja, o mundo pode ser interpretado e detalhado levando em consideração o ponto de vista das pessoas e as suas experiências. O autor ainda salienta que a pesquisa qualitativa potencializa “o estudo da experiência vivida e dos complexos processos de interação social” (GIL, 2019, p.62).

De tal forma, a escolha pela pesquisa qualitativa justifica-se uma vez que a pesquisadora avaliou o ambiente investigado e, partindo do ponto de vista dos pequenos empreendedores e das suas experiências, obteve resultados mais detalhados e aprofundados acerca das vantagens e desvantagens encontradas durante a jornada empreendedora. Neste sentido, a análise da vivência do empreendedorismo do sujeito da pesquisa possibilitou um entendimento mais aprofundado sobre o tema a partir de diferentes perspectivas.

As pesquisas exploratórias têm por finalidade levantar informações sobre temas pouco analisados, desenvolvendo uma maior familiaridade com o problema, de maneira a torná-lo mais explícito e a auxiliar na construção hipóteses. Este tipo de pesquisa possibilita uma visão geral, de tipo aproximativo, sendo também

bastante flexível, de modo a considerar aspectos variados acerca do tema a ser estudado. (GIL, 2019).

Desta forma, o presente trabalho se caracteriza pela aplicação de uma pesquisa exploratória, uma vez que tem por objetivo analisar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou na Austrália, do ponto de vista de pequenos empreendedores brasileiros que atuam nestes respectivos países, considerando aspectos variados acerca do tema. Sendo este um tema bastante específico e, de certa forma, pouco analisado, a pesquisa exploratória possibilita uma maior familiaridade com o problema através da criação de hipóteses.

A pesquisa proposta deu-se no formato de estudo de campo, que conforme Gil (2019) caracteriza-se por explorar variáveis causais de situações da vida real e descrever o contexto em que está sendo feita determinada investigação. Neste trabalho foram considerados e descritos os principais aspectos do contexto em que os pequenos empreendedores estão inseridos e que impactam diretamente no processo empreendedor do grupo estudado, justificando desta forma, a implementação de uma pesquisa de campo.

3.2 CAMPO E SUJEITO DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada com dois grupos de pequenos empreendedores brasileiros com negócios já estabelecidos, atuando na Austrália ou no Brasil.

A definição pelos respectivos locais, teve origem no fato da pesquisadora ter vivência em ambos os países, o que proporcionou um convívio e contato com brasileiros que empreenderam tanto no Brasil, quanto na Austrália, instigando possíveis análises e comparações. Tendo acesso a estes empreendedores e sabendo da importância do ambiente empreendedor, veio a motivação de tentar identificar se existem diferenças entre ambos ambientes, quais seriam estas diferenças e que aspectos que influenciam nestas diferenças.

O primeiro grupo é localizado no estado de Novas Gales do Sul, na região metropolitana de Sydney. A região tem uma área de 12.367 km² e comporta cerca de 8 milhões de habitantes. Não foram encontrados dados relativos a empreendedorismo especificamente sobre a região metropolitana de Sydney, mas em 2017, era estimado que cerca de 1.8 milhões de pessoas, de 18 a 64 anos, estavam envolvidas com a abertura ou desenvolvimento de novos negócios em toda

a Austrália. (AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (ABS), c2020, STEFFENS; OMAROVA, 2018).

Já o segundo grupo é localizado no estado do Rio Grande do Sul, mais precisamente na região metropolitana de Porto Alegre. Com uma área de 10.346 km², a região tem uma população estimada de 4 milhões de habitantes. Da mesma forma, não foi possível encontrar dados sobre o número de empreendedores especificamente na região metropolitana de Porto Alegre, entretanto, estima-se que em 2018 o número de pessoas, entre 18 a 64 anos, envolvidas com a abertura ou desenvolvimento de negócios no Brasil era de cerca de 24 milhões de pessoas. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), 2018, CUNHA *et al.*, 2018).

A concentração da pesquisa na região metropolitana de Porto Alegre, se justifica pelo fato de que as localidades que compõem esta região possivelmente apresentariam uma economia semelhante, dentre outras condições similares relativas ao ambiente empreendedor. Desta forma, foi possível que os dados obtidos a partir da aplicação da pesquisa aos empreendedores desta região pudessem ser analisados em conjunto. Esta mesma linha de raciocínio se aplicou diante da escolha de concentrar a pesquisa na região metropolitana de Sydney.

Como critério de escolha, buscou a diversidade de gênero, podendo, portanto, ser objetos de estudo empreendedores tanto do sexo masculino, quanto do feminino. Buscou-se também a diversidade de ramo de atuação, desta forma, não foram definidos ramos de negócios específicos para o grupo entrevistado. Ambas diversidades são passíveis de análise de forma a verificar se isso vem a interferir nas percepções do grupo estudado.

Outro critério de escolha, foi quanto ao porte do empreendedor. Para fins deste estudo, foram considerados como pequenos empreendedores aqueles que empregam até 10 funcionários, possuem um faturamento anual estimado de até 1 milhão de reais e possuem o negócio pelo período de até 3 anos e meio.

A principal fonte de informação da presente pesquisa foram os 13 indivíduos entrevistados que, classificados como pequenos empreendedores, aceitaram compartilhar dados relativos ao seu perfil, suas experiências empreendedoras, bem como suas percepções acerca do ambiente empreendedor do país em que atuam. A faixa etária dos empreendedores entrevistados foi de 18 a 64 anos, coincidindo com a mesma faixa etária utilizada pela pesquisa GEM, anteriormente mencionada no

referencial teórico do presente trabalho, visando, de certa forma, facilitar o levantamento e posterior análise de dados.

Através destas escolhas foi possível obter reflexões e opiniões importantes pertinentes ao presente estudo, possibilitando a análise entre as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália.

3.3 TÉCNICAS DE COLETAS DE DADOS

As técnicas utilizadas para de coletas de dados foram levantamento bibliográfico e análise de documentos, bem como entrevistas semi-estruturadas.

O levantamento bibliográfico como estratégia de pesquisa, pode ser visto como uma oportunidade de familiarização com o tema a ser analisado, já que permite ao pesquisador o acesso a uma série de recursos disponíveis sobre um determinado assunto. A pesquisa bibliográfica irá comportar todo o referencial teórico relativo ao tema que já foi tornado público, como por exemplo, artigos em jornais, livros, pesquisas, monografias, meios de comunicação orais e audiovisuais, entre outros. (GIL, 2019; ROESCH; BECKER; DE MELLO, 2013). Desta forma, a pesquisadora buscou informações acerca dos temas utilizados na fundamentação teórica, que são relevantes à presente pesquisa, em literaturas, artigos, monografias e acessos à internet.

De modo a complementar as informações que serão obtidas a partir do levantamento bibliográfico, foi realizada uma análise documental acerca de, por exemplo, políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e sites, governamentais e não-governamentais, que contém legislações, relatórios e pesquisas que contemplam índices e estatísticas pertinentes ao tema de estudo, como por exemplo: ABS; IBGE; Easy of Doing Business (EDB); The world Bank Data (WBD); entre outros. Para Gil (2019), as pesquisas documentais assemelham-se as bibliográficas, contudo, a primeira utiliza materiais que ainda não receberam uma visão analítica dos fatos.

Após coletar dados através do levantamento bibliográfico e da análise documental, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas. Pode-se entender por entrevista, a técnica na qual o pesquisador busca obter dados por meio de perguntas feitas ao indivíduo considerado objeto de pesquisa do estudo. Esta técnica tem por objetivo coletar de dados que interessem à pesquisa (GIL, 2019).

Sendo o presente estudo baseado em uma pesquisa exploratória qualitativa, as entrevistas foram semi-estruturadas, pois nestas “utilizam-se questões abertas que permitem ao entrevistador entender e captar a perspectiva dos participantes da pesquisa” (ROESCH; BECKER; DE MELLO, 2013, p. 159). Entende-se que por meio da entrevista semi-estruturada foi possível a obtenção de dados em profundidade, visto que não foram oferecidas alternativas de respostas e os entrevistados puderam responder livremente.

Para realização das entrevistas, foi feito um primeiro contato, em alguns casos por telefone, em outros, por meio da caixa de mensagens privadas nas redes sociais do empreendedor. Neste primeiro contato o objetivo da pesquisa foi brevemente apresentado para verificar o interesse e disponibilidade do participante prospectado. Todos os entrevistados se mostraram interessados e dispostos a ajudar com a pesquisa de modo imediato. Entretanto, a dificuldade maior foi justamente agendar um horário para a realização efetiva da entrevista.

Foram 20 (vinte) possíveis participantes prospectados (10 localizados na Austrália, outros 10 no Brasil). Entrevistar empreendedores que atuam nestes dois diferentes contextos geográficos se fez fundamental à pesquisa de forma a possibilitar o levantamento de opiniões e experiências provindas destas diferentes perspectivas.

Destes vinte prospectados, em um primeiro contato, todos mostraram interesse em participar. Contudo, no segundo contato que visava o agendamento em si das entrevistas, após inúmeras tentativas, alguns não responderam mais, outros disseram estar com uma agenda muito cheia e apenas treze (6 localizados na Austrália, outros 7 no Brasil) deram sequência ao agendamento e a efetivação da entrevista de fato. Pode-se ressaltar, que os agendamentos dos participantes localizados na Austrália, bem como as entrevistas em si, se deram de forma mais desgastante visto a dificuldade imposta pela diferença de fuso horário.

Frente a diferença de localização geográfica com uma parte dos entrevistados e a pandemia COVID-19, que ocorreu a nível mundial no exato momento que foi realizada esta pesquisa, os contatos prévios de apresentação e agendamento, bem como as entrevistas em si, foram realizadas em ambiente virtual, seja por Skype, vídeo chamadas, WhatsApp vídeo chamada ou Zoom app.

Quando da realização da entrevista, em uma conversa inicial era explicado ao entrevistado, em maior profundidade, o objetivo da pesquisa. Algumas perguntas

iniciais também eram feitas para se certificar que o entrevistado se encaixava no perfil de pequeno empreendedor e era solicitada a permissão para a gravação da conversa. Dando sequência, era iniciado o roteiro de perguntas previstas, que foram anexadas no apêndice A do presente trabalho.

As entrevistas tiveram em média cerca de 30 a 40 minutos de duração cada, totalizando cerca de 7 horas e 35 minutos de gravação. O tempo gasto para realização das entrevistas, entre primeiros contatos, agendamentos e efetivação da entrevista, foi de 4 (quatro) semanas.

Observou-se que durante a realização das entrevistas, que os entrevistados se mostraram bastante envolvidos com o assunto, respondendo cada questão com atenção aos detalhes e sem pressa. Demonstraram uma paixão pelo assunto e muito motivados a compartilhar suas experiências acerca do empreendedorismo. Notou-se também, que a maioria dos entrevistados não foram expostos previamente a algumas das reflexões trazidas pelo roteiro de perguntas apresentado, alguns verbalizaram tal constatação, outros deram a entender, se silenciando por alguns segundos antes de responder.

A maior dificuldade foi a execução das entrevistas em si, tendo vista a dificuldade dos empreendedores de se desligar dos seus negócios e disponibilizar cerca de 30 a 40 minutos para realizar a entrevista. Vale ressaltar que a dificuldade maior foi para com os empreendedores brasileiros baseados na Austrália, visto o fuso horário de 13 horas à frente do Brasil.

Dos 13 (treze) entrevistados, 5 (cinco) apresentaram uma maior dificuldade no contato (demora em dar retorno) e dificuldades relativas ao agendamento de horário, sendo estes justamente localizados na Austrália. Visando superar esta limitação, a pesquisadora se mostrou sempre paciente e disponível nas datas e horários propostos pelos entrevistados.

Dois dos entrevistados tiveram as entrevistas interrompidas em detrimento de algum problema corriqueiro relacionado ao negócio, me colocando em espera por alguns minutos. Apenas 1 (um) dos entrevistados esqueceu sobre o dia combinado da entrevista, alegando ter feito confusão com o fuso horário australiano, resultando em um novo agendamento. Contudo, relativo à pontualidade e realização das entrevistas nos dias e horários previamente agendados, a maioria dos entrevistados não apresentou problemas quanto a isso.

A maioria dos entrevistados se mostraram familiares com as discussões propostas nas perguntas do roteiro de entrevistas, respondendo cada pergunta sem hesitar. Entretanto, alguns dos entrevistados, pediram para repetir algumas das perguntas novamente, demonstrando uma falta de entendimento. Neste caso, a pesquisadora repetia a pergunta buscando detalha-la um pouco mais. Existiram casos onde a resposta dada pelo entrevistado não era clara, sendo assim, a entrevistadora repetia a pergunta em outras palavras de forma a obter uma resposta mais clara e objetiva.

Por fim, constata-se que as entrevistas possibilitaram a coleta de uma série de dados interessantes à pesquisa, visto que utilizou-se de questões abertas para entender e captar a perspectiva dos participantes da pesquisa.

3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE

Para analisar e interpretar os dados que a presente pesquisa gerou, a metodologia utilizada é a análise de conteúdo, visando explorar ao máximo todas as informações coletadas através das entrevistas semi-estruturadas, bem como o levantamento bibliográfico e análise de documentos.

Segundo Bardin (1977, p.42), a análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa e representa:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Para efetuar a análise de dados, optou-se por seguir as etapas sugeridas por Bardin (1977), onde a autora organiza a mesma em três polos cronológicos, sendo eles a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A pré-análise consiste na fase de organização propriamente dita, na qual o objetivo é “[...] tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas [...]”. (BARDIN, 1977, p. 95). Nesta fase, portanto, a pesquisadora realizou uma leitura

geral do material de análise e organizou o conteúdo a ser investigado de maneira a nortear as operações sucessivas da análise.

Referente a etapa de exploração do material, Bardin (1977, p. 101) traz que “[...] consiste essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração, em função de regras previamente formuladas”. Desta forma, nesta etapa a pesquisadora procurou explorar o material obtido, separando falas, efetuando recorte dos textos e classificando as informações em categorias representativas ou temáticas, de maneira a auxiliar na posterior interpretação dos dados obtidos com a pesquisa efetuada.

Nesta linha, para que fosse possível a realização desta análise, os dados coletados por meio das entrevistas e a fundamentação teórica foram organizados em categorias de análise, sendo estas baseadas nos objetivos da pesquisa previamente estabelecidos. Abaixo são descritas as categorias de análise do presente estudo:

- a) o perfil dos pequenos empreendedores brasileiros estudados que empreendem no Brasil ou na Austrália;
- b) os principais aspectos positivos e negativos do contexto empreendedor do Brasil e da Austrália e seus impactos no fazer empreendedor destes entrevistados;
- c) as concepções de um grupo de pequenos empreendedores acerca das vantagens e desvantagens de se empreender no Brasil e na Austrália;

Vale ressaltar que para facilitar a análise e possíveis comparações, as categorias de análise foram subdivididas entre os dados relativos aos pequenos empreendedores que atuam no Brasil e os dados relativos aos pequenos empreendedores que atuam na Austrália.

A terceira e última etapa veio a ser o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, que segundo Bardin (1977), consiste em tratar os resultados brutos obtidos com a pesquisa, de maneira a destacar informações significativas e válidas que vão possibilitar que o analista proponha inferências e faça interpretações a propósito dos objetivos previstos ou a outras descobertas inesperadas. Diante disso, nesta última etapa, após filtrar as informações contidas em cada categoria de

análise, a pesquisadora pôde realizar interpretações e inferências acerca do que objetivou a pesquisa, respaldada pelo referencial teórico levantado.

3.5 LIMITES DA PESQUISA

Conforme exposto no item técnicas de coletas de dados, a pandemia COVID-19, que ocorreu durante a realização da presente pesquisa, certamente foi um grande desafio para a pesquisadora em diversos aspectos. Ouve uma certa dificuldade quanto a coleta de dados, sendo que parte das experiências em campo tiveram que ser virtuais, de forma a se adequar ao isolamento social estabelecido na época.

Outra questão seria que o momento em si não era favorável ao empreendedorismo mundialmente. Neste sentido, muitos dos empreendedores se mostraram preocupados e ansiosos durante as entrevistas e, por muitas vezes, não conseguiam focar no que era questionado. Por consequência, estas limitações implicaram em um tempo reduzido para elaboração das análises da presente pesquisa.

Ressalta-se também que o estudo aqui proposto representa a percepção de dois grupos de pequenos empreendedores brasileiros, que atuam no Brasil ou na Austrália, selecionados pela pesquisadora, não sendo, portanto, generalizável. Desta forma, as respostas obtidas neste estudo não representam o ponto de vista dos empreendedores localizados na região metropolitana de Sydney ou de Porto Alegre, sobre as vantagens e desvantagens de empreender nestes locais, em sua totalidade.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados da análise de dados do presente estudo, com o intuito de identificar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália, na visão de um grupo de pequenos empreendedores brasileiros.

Em um primeiro momento há uma apresentação do campo onde ocorre a pesquisa, bem como são trazidas as características dos entrevistados. Na sequência é apresentado o perfil dos pequenos empreendedores brasileiros identificado nesta pesquisa, com base em dois grupos distintos: pequenos empreendedores brasileiros que atuam no Brasil e pequenos empreendedores brasileiros que atuam na Austrália. Desta forma, possibilitando uma análise e comparações entre estes grupos.

Posteriormente, abordam-se aspectos relevantes do contexto empreendedor brasileiro e australiano que vem a impactar no processo empreendedor dos sujeitos estudados, possibilitando uma análise relacional entre estes aspectos.

Por fim, busca-se entender as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália na visão do grupo de pequenos empreendedores brasileiros estudado, o que vem ao encontro com o objetivo foco da presente pesquisa.

4.1 APRESENTAÇÃO DO CAMPO E DOS SUJEITOS DA PESQUISA

O objetivo principal desta pesquisa envolveu analisar dados oriundos de pequenos empreendedores brasileiros localizados em dois países diferentes (Brasil e Austrália). Neste sentido, se faz importante uma apresentação destes países de forma a complementar as análises que aparecerão ao longo dos próximos itens, uma vez que, condições impostas nestes diferentes contextos podem vir a influenciar no quão favorável o ambiente é (ou não) ao empreendedorismo (BOSMA *et al.*, 2020, MELHADO; GONÇALVES, 2013).

Com uma economia altamente desenvolvida, a Austrália vem crescendo constantemente sem recessões desde 1991. Considera-se que o país possui o mais longo período de crescimento econômico relativamente alto e contínuo da história moderna (cerca de 3,1% ao ano durante 30 anos) e em 2018 o Produto Interno Bruto (PIB) australiano atingiu US\$ 1.434 trilhões, e apontou um crescimento de

2,2% até o final de 2019. A renda média mensal no país, dentre australianos que possuem algum tipo de rendimento, é de AU\$ 6.632,00 (cerca de R\$ 22.000,00 aproximadamente). Sua economia é bastante diversificada, sendo proveniente especialmente de serviços (como o turismo, educação e finanças), tendo também uma alta relevância na indústria extrativista mineral e exportações de produtos agrícolas. Com uma população de mais de 25 milhões de habitantes, seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) segundo foi de 0,938 (muito elevado) em 2018, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU). O país conta com um território de 7,7 milhões de km², sendo sua densidade demográfica de cerca de 3,2 hab/km². (ALVES, 2019, ABS, c2020, THE WORLD BANK GROUP (WBG), c2020, SETORES DE PROMOÇÃO COMERCIAL INVESTIMENTO E TURISMO (SECOMs), c2018).

Sendo um país em desenvolvimento, o PIB brasileiro apresenta variações anuais bastante inconsistentes e 5 recessões ao longo dos últimos 30 anos, resultando no que se considera um baixo crescimento para o país (cerca de 2,3% ao ano). O PIB brasileiro foi de 1.869 trilhões em 2018 e apontou um crescimento de 1,7% até o final de 2019. A renda média mensal no Brasil, dentre aqueles que possuem algum tipo de rendimento, é de aproximadamente R\$ 2.340,00. Tendo sua economia fundamentada no setor agrícola, o país também é forte na pecuária, e ainda, no setor industrial, por meio da produção de minério de ferro, peças para o setor automotivo e aeronáutico, bem como exploração de petróleo. Com uma população de mais de 209 milhões de habitantes, seu IDH foi de 0,761 (elevado) em 2018, segundo a ONU. O país conta com um território de 8,6 milhões de km², sendo sua densidade demográfica de cerca de 25,2 hab/km². (ALVES, 2019, WBG, c2020; EDUCA MAIS BRASIL, c2020).

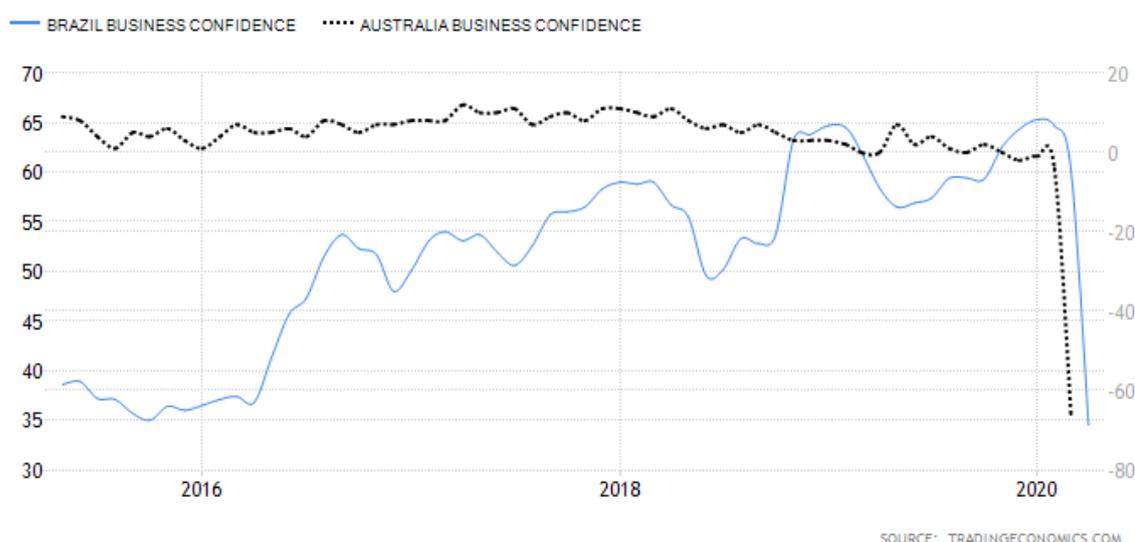
Frente a grandes contrastes demográficos e econômicos, seria interessante abordar algumas semelhanças entre ambos países. A primeira, porém, de certa forma não tão determinante para a pesquisa, seria que o clima Australiano remete ao do Brasil. Ambos países possuem grande diversidade climática devido à sua extensão. Da mesma forma que, Nova Gales do Sul possui um clima temperado que vai de invernos úmidos a verões quentes e tendo as quatro estações do ano bem definidas, muito similar ao clima do Rio Grande do Sul. Entretanto, as semelhanças entre os dois países não limitam-se ao clima, sendo que ambos possuem beleza natural, variedade geográfica e o multiculturalismo da população, abrangendo povos

indígenas e imigrantes vindos de diferentes partes do mundo. (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES (MRE), c2017).

Acrescentando às similaridades e diferenças entre Brasil e Austrália apresentadas até então, se faz de extrema importância para a pesquisa também entender o cenário de ambos países frente ao empreendedorismo. Segundo o EDB (c2020), dentro de um ranking de 190 economias de diferentes países, em 2019, na classificação relativa à “facilidade para fazer negócios” a Austrália esteve na 14ª posição, enquanto o Brasil esteve na 124ª posição deste ranking mundial. Este ranking mede regulações do ambiente de negócios e da economia de diferentes países procurando entender quais destes apresentam um ambiente mais propício ao empreendedorismo. (EDB, c2020). Neste sentido, nota-se uma grande diferença entre as colocações do Brasil e a Austrália, ficando o último citado entre o grupo de países mais bem colocados no ranking.

Outro ranking interessante a ser contemplado, seria elaborado pelo Trading Economics (TE), que reúne o Índice de Confiança Empresarial de diversos países, levando em conta a percepção dos empresários sobre a situação atual e o futuro dos negócios frente aos setores da indústria, serviços, comércio e construção. (TE, c2020). No gráfico abaixo é possível visualizar uma comparação deste índice entre o Brasil e a Austrália especificamente.

Figura 5: Índices de Confiança Empresarial da Austrália e do Brasil



Fonte: TE (c2020)

Com o gráfico é possível notar que os empresários se mantiveram confiantes de uma maneira mais estável na Austrália durante os últimos 5 anos. Enquanto no Brasil, embora os empresários apresentassem uma melhora significativa dos seus níveis de confiança nos negócios no final de 2019 (se comparado ao início do período), o mesmo índice se manteve instável ao longo dos anos. Importante ressaltar que em 2020 ambos países exprimem uma drástica queda nos índices de confiança empresarial, visto a pandemia mundial COVID-19.

Ainda sobre fatores intervenientes na atividade empreendedora, especialistas ligados à área de empreendedorismo no Brasil consideram que o país possui uma boa abertura de mercado, sendo um território ainda em construção, o que contribui para o surgimento contínuo e prosperidade de negócios. E ainda, eles reconhecem que nos últimos anos os governos têm implementado políticas públicas de fomento ao empreendedorismo com certo êxito. Em contra partida, estes mesmos especialistas trazem as políticas regulatórias ligadas a leis muito burocráticas e altos tributos como possíveis barreiras ao empreendedorismo no Brasil. Outros dois aspectos limitantes, segundo eles, seriam a restrição de crédito ao empreendedor e a falta de uma educação e capacitação empreendedora no país. Entretanto, trazem que ações direcionadas para enfrentar estas barreiras já foram iniciadas pelas esferas públicas e privadas, de forma a facilitar o empreendedorismo em solo brasileiro. (CUNHA *et al.*, 2018).

Conforme traz Bosma *et al.* (2020), as condições para empreender na Austrália são favoráveis e relativamente similares a média obtida entre as economias mais desenvolvidas do mundo, destacando-se em educação empreendedora (em níveis que antecedem a educação superior), nas políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo, bem como nas políticas regulatórias de leis e tributos facilitadas e na disponibilidade de linhas de crédito aos empreendedores provindas tanto do governo, quanto de órgãos privados. No entanto, embora os resultados sejam satisfatórios, especialistas australianos consideram que há espaço para melhorias em linhas de crédito, políticas regulatórias de leis e tributos e principalmente, políticas que acelerem a P&D. Outro fator visto como problema na Austrália, seria desigualdade de gêneros nos negócios, sendo que o número de homens empreendedores é muito maior se comparado com o número de mulheres.

Assim como se faz necessário trazer algumas informações acerca dois países que formam o campo da pesquisa, a apresentação dos sujeitos da pesquisa se faz igualmente importante para o entendimento de quem são os autores das falas que aparecem ao longo da análise feita nos próximos itens.

No total foram entrevistados 13 pequenos empreendedores brasileiros, dos quais 6 destes empreendem na Austrália e outros 7 no Brasil. Foram entrevistadas 9 pessoas do sexo feminino e 4 pessoas do sexo masculino. As idades variam de 22 a 52 anos, sendo que grande maioria do grupo apresenta idade entre a faixa etária 20 a 30 anos. Todos os entrevistados possuem um empreendimento registrado nos respectivos países onde atuam, por cerca de 6 meses a 6 anos e empregam cerca de 1 a 4 funcionários. Quando ao faturamento médio do grupo entrevistado, seria de AU\$ 70 mil a AU\$ 150 mil (em dólares australianos) para os que atuam na Austrália, e um faturamento médio de R\$ 70 mil a R\$ 400 mil (em Reais) para os que atuam no Brasil. Sendo, portanto, para esta pesquisa, considerados como pequenos empreendedores.

Quadro 11: Pequenos empreendedores brasileiros entrevistados

(Continua)

País	Nome no Estudo	Idade	Gênero M/F	Escolaridade	Ramo do negócio	Idade do negócio	Faturamento Anual	Quadro de funcionários
AUSTRÁLIA	EA1	33 anos	Feminino	Superior Incompleto	Serviços (Estética)	3 anos e 6 meses	AU\$ 70 mil	1
	EA2	52 Anos	Feminino	Superior Completo	Serviços (Consultoria)	3 anos e 6 meses	AU\$ 120 mil	1
	EA3	30 anos	Masculino	Ensino Médio completo	Serviços (Consultoria)	6 meses	AU\$ 120 mil	3
	EA4	31 anos	Feminino	Superior Completo	Serviços (Estética)	3 anos	AU\$ 150 mil	4
	EA5	39 anos	Masculino	Superior Incompleto	Serviços (Construção Civil)	3 anos	AU\$ 70 mil	5
	EA6	35 anos	Feminino	Pós-Graduação	Varejo (Moda)	2 anos e 6 meses	AU 90 mil	4
BRASIL	EB1	29 anos	Feminino	Ensino Médio completo	Varejo (Moda)	3 anos	R\$ 280 mil	2
	EB2	22 anos	Masculino	Superior Incompleto	Varejo (Moda)	1 ano e 8 meses	R\$ 70 mil	2

(Conclusão)

País	Nome no Estudo	Idade	Gênero M/F	Escolaridade	Ramo do negócio	Idade do negócio	Faturamento Anual	Quadro de funcionários
	EB3	27 anos	Masculino	Superior Completo	Serviços (Engenharia de Telecomunicações)	2 anos	R\$ 300 mil	3
BRASIL	EB4	30 anos	Feminino	Pós-Graduação	Serviços (Consultoria)	2 anos	R\$ 70 mil	1
	EB5	29 anos	Feminino	Superior Completo	Varejo (Farmácia)	3 anos e 6 meses	R\$ 500 mil	3
	EB6	31 anos	Feminino	Superior Completo	Serviços (Arquitetura)	2 anos	R\$ 75 mil	1
	EB7	29 anos	Feminino	Ensino Médio completo	Varejo (Alimentos)	3 anos	R\$ 300 mil	4

Fonte: Elaborado pela autora

Com base nas informações acima, observa-se uma diversidade dos ramos de negócio, do gênero dos entrevistados, bem como na idade do negócio, o que enriqueceu a pesquisa, possibilitando verificar se estes fatores interferem em suas percepções acerca do empreendedorismo. Observou-se também que quando maior a idade do negócio, maior era a experiência do empreendedor e, por consequência, sua contribuição para com a pesquisa, trazendo seus exemplos, vivências e colocações. Os diferentes níveis de escolaridade também foram relevantes no sentido de buscar entender se o nível de instrução do empreendedor pode vir a influenciar na sua atitude e características empreendedoras.

Todas as informações e opiniões coletadas nas entrevistas auxiliam a responder o objetivo desta pesquisa. Desta forma, a seguir são apresentadas detalhadamente os dados de forma a analisá-los e responder a cada um dos objetivos específicos deste estudo.

4.2 A O PERFIL DOS PEQUENOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS ESTUDADOS QUE EMPREENDEM NO BRASIL OU NA AUSTRÁLIA

Com o intuito de responder ao objetivo específico que diz respeito a conhecer o perfil de pequenos empreendedores brasileiros que empreendem no Brasil ou na Austrália, a seguir serão apresentadas as ideias de um grupo de empreendedores

acerca de como eles enxergam a si mesmos, baseado em suas experiências e nas suas concepções a respeito do empreendedorismo e da figura do empreendedor.

O perfil empreendedor pode englobar características e traços pessoais, bem como prática e experiências dos indivíduos (BESSANT; TIDD, 2009). Nesta linha, ouvir e entender a estes empreendedores tornou-se relevante para o estudo, dado a importância da visão dos mesmos sobre o tema, sendo que eles vivenciam o empreendedorismo a todo o momento e, com suas experiências e opiniões, vieram a enriquecer a pesquisa.

Durante as entrevistas, buscou-se conhecer fatores que impulsionaram a abertura dos empreendimentos, para entender se estes mesmos fatores podem ter sua origem na correlação com o perfil empreendedor destacado pelos autores estudados até então. Posteriormente, procurou-se gerar uma reflexão acerca do que o entrevistado vinha a entender por um perfil empreendedor, como é visto a seguir.

4.2.1 O perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua no Brasil

Com o intuito de levantar informações sobre o perfil do pequeno empreendedor brasileiro que atua no Brasil, em um primeiro momento, procurou-se entender o que levou estes empreendedores a se envolverem em uma atividade empreendedora, buscando identificar em suas atitudes traços que condizem com o perfil de um empreendedor.

Os 7 (sete) participantes apresentaram não somente um, mas uma combinação de diferentes fatores que os motivaram a abertura do negócio. Desta forma, nos parágrafos que seguem serão evidenciados tais fatores.

Bessant e Tidd (2009), mostram que na tentativa de explicar o comportamento empreendedor, deve-se abordar não somente as características e traços pessoais dos empreendedores, mas também, influências dos fatores contextuais e externos, como prática e experiência prévias, o apoio e as influências de familiares, amigos ou de pessoas do meio em que se está inserido, por exemplo. Dentre estes 7 (sete) entrevistados, 6 (seis) deles experienciaram algum tipo de influência provinda do ambiente em que estavam inseridos, o que os motivou na abertura do negócio.

Desta forma, algumas influências puderam ser evidenciadas na fala do entrevistado *EB2*: “comecei a desenvolver alguns trabalhos e criações e mostrava

para amigos e colegas de trabalho e aí partiu deles este incentivo, reconheciam meu talento e a chance de dar certo". Ele ainda explica que convivia com bastante gente do ramo do seu negócio, o que gerou bastante troca (networking), trazendo a confiança necessária à abertura do empreendimento.

Estas influências também puderam ser identificadas nas falas do entrevistado EB1, que contou tanto com o apoio e incentivo de pessoas do seu convívio, quanto com sua experiência prévia e networking como fatores motivacionais:

"Eu trabalhava em uma loja já há 5 anos e várias clientes e amigas me falavam assim, 'Você nunca pensou em abrir uma loja?' [...] a partir disto, de várias pessoas me falando isso, eu comecei a pensar que sim, talvez eu poderia! [...] como eu trabalhava há 5 anos nesta área, eu conhecia muita gente. Eu muitas vezes viajava para minha chefe, fazia toda a parte burocrática da loja, então eu conhecia bastante sobre o assunto, o que me fez pensar que daria certo (empreender)." (Entrevistado EB1).

A experiência prévia e networking foram aspectos também identificados na fala do entrevistado EB6, que complementa a ideia com a seguinte afirmativa *"Durante a faculdade eu já estagiava auxiliando arquitetos e fazia freelancer [...] acredito que isso me passou segurança em tentar abrir meu negócio e criar minha marca após me formar"*. Este mesmo tipo de situação, onde existia algum tipo de experiência prévia e networking correlacionado ao nicho de negócio do empreendedor, também foi comum aos entrevistados EB3 e EB5.

Entretanto, o entrevistado EB7 complementa que teve sua influência contextual oriunda do ambiente familiar. Tajra (2014), traz a ideia de que a família pode ter um papel importante no desenvolvimento do perfil empreendedor, sendo que os pais podem estimular a atitude empreendedora dos filhos. E isso é demonstrado na seguinte fala:

"Acho que é muito de família, de ser eu empreendedora [...] minha família teve um negócio que não deu certo, então eu tinha esse desejo de abrir o meu negócio [...] e meu noivo também vem de uma família que tem um negócio. Acredito que isso influenciou. Ambos crescemos em ambientes assim, onde empreender era bem comum".(Entrevistado EB7).

Outro fator influenciador para abertura de um negócio, encontrado entre estes pequenos empreendedores, foi o fato de buscarem alguma forma de ter independência na geração de renda e fazer seus próprios horários. Para Bessant e

Tidd (2009), empreendedores que buscam autonomia e depender dos próprios esforços, são intitulados “empreendedores como um modo de vida”, sendo que almejam abrir um negócio com base nas suas possibilidades e valores pessoais e buscam, antes de tudo, independência, como trazem as falas a seguir:

“Depois que me formei fui procurar emprego e dar uma sondada em como estava o mercado para minha área e encontrei ofertas com valor abaixo do piso do mercado de um arquiteto e com uma carga horária de sol a sol [...] estava com dois filhos que dependiam de mim [...] então motivada a ter uma flexibilidade maior, um tempo pra mim e pra família e medindo o quanto eu iria ganhar trabalhando fora, quanto tempo de deslocamento iria gastar, então decidi que eu iria trabalhar por conta.”(Entrevistado EB6).

“Por não ter autonomia com os meus próprios horários, perdi inúmeras apresentações na escola do meu filho. Eu não queria mais trabalhar pra alguém. Além de não ter a liberdade de poder ir e vir, eu sentia que eu era pessimamente remunerada.”(Entrevistado EB1).

Com as falas abordadas até então, percebe-se que na maioria dos casos os entrevistados vivenciaram algum tipo de influência do ambiente em que estavam inseridos, seja por meio do apoio e incentivo ou por práticas e experiência prévia, que vieram de certa forma a estimular a abertura do empreendimento, vindo ao encontro com as ideias dos autores Bessant e Tidd (2009).

Destoando dos demais, não foi possível identificar que o entrevistado EB4 tenha vivenciado algum tipo de influência provinda do ambiente em que estava inserido. Entretanto, ele apresentou um outro fator motivacional comum a maioria, que foi a identificação de uma oportunidade.

“A ideia de negócio surgiu a partir da identificação de uma demanda enquanto eu estava no ambiente puramente acadêmico [...] como sou da área da comunicação e especialista em marketing digital, tive a ideia de qualificar pessoas no meio digital por meio de cursos, consultoria e mentoria, de forma a auxilia-los nos seus negócios [...] meu foco eram pequenos empreendedores sem o budget pra contratar uma agência de marketing, por exemplo. Eu sabia que o negócio iria dar certo pois consegui enxergar esta brecha [...] as agências de marketing estão muito preocupadas em atender as grandes empresas, mas elas esquecem que existe toda uma oportunidade por trás da galera autônoma”. (Entrevistado EB4).

Desta forma, levanta-se a hipótese de que o entrevistado EB4 pode não ter sofrido interferências do ambiente em que estava inserido, pois, diferentemente dos demais, este não chegou a ter uma vivência no mercado de trabalho antecedente à abertura do negócio, não possuindo experiências prévias e networking e tão pouco possui histórico de empreendedorismo na família.

Para Bernardi (2015), o empreendedorismo pode surgir quando demandas, necessidades e tendências se tornam oportunidades aos olhos do empreendedor. Além do entrevistado EB4, outros 4 (quatro) empreendedores tiveram “a identificação de uma oportunidade” como um dos fatores influenciadores na abertura do negócio. Como é possível identificar na fala do entrevistado EB3:

“Eu trabalhava numa empresa onde o tipo de serviço que fazia era muito fácil de ser terceirizado, por ser mais um trabalho só da pessoa, não envolve matéria prima, somente o conhecimento da pessoa. [...] clientes desta empresa e inclusive a própria empresa começaram a pedir pra eu fazer outros tipos de serviço por fora e eu fui conhecendo mais pessoas, foi surgindo uma demanda maior por este serviço em específico que ninguém fornecia na região, até que resolvi abrir a empresa pra fornecer pra estas pessoas”. (Entrevistado EB3).

O mesmo padrão pode ser identificado na fala do entrevistado EB7, “[...] começamos a pesquisar sobre ramos de negócio e vimos um grande crescimento na área de produtos naturais [...] levamos a ideia para o consultor e ele nos confirmou ser uma boa ideia e oportunidade.” (Entrevistado EB7). Empreendedores, portanto, são curiosos e atentos a informações e sabem explorar ao máximo as oportunidades (DORNELAS, 2016).

Seguindo na tentativa de levantar informações sobre o perfil do pequeno empreendedor brasileiro que atua no Brasil, foi solicitado aos entrevistados apontassem algumas de suas características. Notou-se que quando indagados, muitos dos entrevistados não tinham uma resposta pronta e tiveram que refletir bastante sobre o tema. Alguns pediram para que a pergunta fosse repetida, outros, iniciaram suas respostas com frases do tipo “Nossa, que pergunta difícil” ou “Nunca parei pra pensar nisso”. Entretanto, mesmo com certa dificuldade, quando perguntados de forma espontânea todos souberam trazer algumas características, as quais serão apresentadas nas falas a seguir.

Para o entrevistado EB1, algumas características foram “saber identificar oportunidades, ousar, não tenho medo de arriscar [...] sempre busco por

conhecimento [...] busco inovar, sou diferenciado [...] me reinvento sempre que for preciso”. Já o entrevistado EB2 pondera: “tenho criatividade, sou inovadora, perfeccionista, sou persistente e observadora [...] tenho propensão a correr riscos, que acredito ser o principal”. E o entrevistado EB3 complementa, “tenho comprometimento, não me importo em trabalhar muito; sou inovador; sei me comunicar; tenho networking; inteligência emocional; sou otimista; não tenho medo de arriscar”.

De forma geral, analisando as características apontadas pelos entrevistados, é possível notar diversas similaridades entre os atributos destacados nas suas respostas, ficando em evidência aspectos como estar sujeito a correr riscos, saber identificar oportunidades e ser inovador.

Entretanto, entendendo que houve uma certa dificuldade na obtenção das respostas quando indagados de forma espontânea quanto a identificação de características empreendedoras, a pesquisadora reformulou a pergunta, de forma a expandir a possibilidade de respostas dos entrevistados. Neste caso, foram apresentadas de forma mais direta aos entrevistados as Características do Comportamento Empreendedor (conforme quadro 3, p. 24) e pediu-se que os entrevistados refletissem e indicassem aquelas com as quais eles se identificavam. O resultado é apresentado no quadro a seguir:

Quadro 12: Com quais Características do Comportamento Empreendedor os pequenos empreendedores brasileiros que atuam no Brasil se identificam

		Entrevistados						
		EB1	EB2	EB3	EB4	EB5	EB6	EB7
Características	Busca de oportunidade e iniciativa	sim	sim	Sim	sim	sim	sim	sim
	Persistência	sim	sim	Sim	sim	sim	sim	sim
	Comprometimento	sim	sim	Sim	sim	sim	sim	sim
	Exigência de qualidade e eficiência	sim	sim	Sim	sim	sim	sim	sim
	Hábito de correr riscos calculados	sim	sim	Sim	não	sim	sim	sim
	Estabelecimento de metas	sim	sim	Mais ou menos	sim	Mais ou menos	sim	sim
	Busca constante de informações	sim	sim	Sim	sim	sim	sim	sim
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	Mais ou menos	Mais ou menos	Não	sim	Não	sim	sim
	Rede de contatos	sim	sim	Sim	sim	sim	sim	sim
	Independência e autoconfiança (otimismo)	sim	sim	Sim	Mais ou menos	sim	sim	sim

Fonte: Criado pela autora com base em Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014)

Nota-se que o mix de características que compõe o perfil do empreendedor apresentado pelos entrevistados anteriormente, é bastante similar as Características do Comportamento Empreendedor trazidas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014). Entretanto, quando questionados num primeiro momento, os entrevistados só souberam apresentar cerca de cinco características cada um. Já com a pergunta reformulada, eles se identificaram em média com oito a dez características empreendedoras. Neste sentido, supõe-se que estes empreendedores têm uma certa dificuldade de pensar sobre si, o que é geralmente é comum, visto que o autoconhecimento é um desafio constante, porém, eles sabem identificar o que seriam características empreendedoras quando estão frente a elas.

Para algumas das características, como “busca de oportunidade e iniciativa”, “persistência”, “comprometimento” e “rede de contatos (networking)”, todos entrevistados foram bastante enfáticos ao responder que se identificavam. Muitas vezes sorrindo, aumentando o tom da voz na resposta ou mostrando uma certa animação e absoluta certeza em concordar com aquilo, usando termos como “Sim, isso (me identifico) demais!” ou “Nossa, (me identifico) muito!”. Neste sentido, presume-se que as respostas se deram desta forma, pois estas podem vir a ser as características mais marcantes e mais comuns a estes 7 (sete) pequenos empreendedores brasileiros que atuam no Brasil. Outras duas características comumente apontadas por eles, seriam: a “exigência de qualidade e eficiência” e a “busca constante de informações”.

Entretanto, frente a algumas das características, parte dos entrevistados apresentaram diferentes opiniões. Quando questionados quanto ao “hábito de correr riscos calculados”, apenas o entrevistado EB4 negou identificar-se com tal hábito. Presume-se que a resposta tenha conexão com o fato de o entrevistado não considerar que tenha suficiente “independência e autoconfiança”, sendo que esta característica foi comum a todos os outros 6 (seis) entrevistados.

Da mesma forma que, 2 (dois) dos 7 (sete) entrevistados alegaram não trabalhar com o “estabelecimento de metas”, que seria a capacidade de definir objetivos de curto e longo prazo, passíveis de avaliação e que possam garantir o sucesso do negócio. (MARIANO, 2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014). Eles mencionam saber a importância de tal hábito, contudo, reconhecem que o fazem esporadicamente. Quando questionados pelo motivo disto, um deles (Entrevistado EB3) alegou estar satisfeito com o atual faturamento e andamento dos negócios,

que vinham sendo constantes por anos, dando a entender que via “o estabelecimento de metas” como forma de vislumbrar algo a mais ou uma evolução para o negócio. O outro (Entrevistado EB5), não soube explicar, apenas alegou que nunca parou para avaliar a necessidade de aplicar metas regularmente.

Estes mesmos 2 (dois) entrevistados, não se identificam totalmente com a característica de “planejamento e monitoramento sistemáticos”, que seria a aptidão de dividir tarefas entre a equipe, possibilitando o acompanhamento e controle de resultados, bem como a preocupação em manter um registro das ações para serem utilizados quando existirem tomada de decisões, como explica Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014). Fato este que de certa forma vem a explicar a afinidade parcial para com o estabelecimento de metas, mencionado anteriormente.

Outros 2 (dois) entrevistados alegaram se identificar parcialmente com a característica de “planejamento e monitoramento sistemáticos”. Nestes casos, ambos apontaram que ainda não enxergam uma necessidade de dedicar muito tempo a isso, visto que um trabalha sozinho (entrevistado EB2) e o outro tem apenas um funcionário (Entrevistado EB1).

Complementando as Características do Comportamento Empreendedor trazidas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014), a entrevistadora trouxe para a conversa uma característica proveniente de conceitos da presente década, que seria a inovação. A inovação remete a conceitos abordados por Dornelas (2016), como por exemplo, a questão da criação de valor para a sociedade e fazer a diferença por meio da propagação da inovação. O que pode ser complementado com a ideia de Bessant e Tidd (2009), que classificam empreendedores inovadores como aqueles que são guiados pelo desejo de criar ou mudar algo. Neste sentido, procurou-se entender se os entrevistados se consideravam empreendedores inovadores.

Esta foi uma das questões na qual a entrevistadora encontrou maior dificuldade em chegar a uma resposta clara, de forma a atender a pergunta realizada. Dentre os 7 (sete) entrevistados, 3 (três) consideram que sim, são empreendedores inovadores, como apresenta o entrevistado EB7: *“Inovar é fazer algo diferente, trazer novidades que fazem a diferença. Então me considero inovadora no meu ramo [...] fomos os pioneiros a abrir loja do nosso ramo na Cidade”*. Salientando que com exceção do entrevistado EB7, os outros dois

entrevistados não foram pioneiros na abertura de seus negócios, mas consideram que inovam em seus processos, portanto, se intitulam inovadores.

Da mesma forma, os entrevistados EB3 e EB5, trazem que o tipo de serviço que prestam seria algo já existente, porém, eles inovam nos processos e em como prestam estes serviços, considerando que são parcialmente inovadores, conforme explica o entrevistado EB3: *“Sim e não. Meu ramo é algo que várias pessoas podem fazer e já fazem por aí. Porém a gente inovou sim nos métodos de produção [...] um método que torna tudo mais rápido”*.

Já entrevistado EB6, traz a seguinte afirmação *“Não considero que o meu empreendimento seja algo inovador, porém, a forma com o que eu trago as ideias e aplico meu conhecimento, mesmo que sejam pilares antigos da arquitetura, vejo sim como um diferencial”*. Neste sentido, no momento que o entrevistado EB6 traz que *“a forma que aplica suas ideias e o seu conhecimento se dá de forma diferenciada”*, ele dá a entender que, sim, é inovador em seus processos, embora ele não considere seu negócio inovador. O entrevistado EB2 não se considera um empreendedor inovador, e justifica resposta com a seguinte fala:

“Eu penso que a característica inovadora em alguém é algo muito forte, acho que transcende tu pensar e fazer coisas novas. Seria mais uma quebra, uma ruptura de tu passar de um estágio que teu produto ou ramo está e tu conseguir desenvolver ou criar algo que vai mudar drasticamente”. (Entrevistado EB2).

Com base nestas respostas, fica claro que a concepção acerca de inovação se apresenta de diferentes formas para a maioria dos entrevistados. Temos àqueles que consideram inovações em métodos e processo como atitudes inovadoras e àqueles que são mais radicais e consideram que somente uma ideia inédita de negócio pode classificar o empreendedor como inovador. Desta forma, presume-se que esta seria a razão pela qual existe dificuldade em chegar a um fator comum entre as respostas e relaciona-las com a teoria abordada pelos autores acima mencionados.

Para finalizar, foi questionado aos entrevistados se eles consideravam que nasceram com estas características empreendedoras levantadas e 100% deles consideraram que desenvolveram boa parte das características com o passar dos anos. Provando, neste sentido, que o comportamento empreendedor é passível de ser adquirido e desenvolvido. (BESSANT; TIDD, 2009).

Compilando as ideias trazidas neste item, pôde-se constatar que as características que compõe o perfil do grupo de pequenos empreendedores brasileiros estudados, que atuam no Brasil, seriam saber identificar e explorar oportunidades, ser inovador, diferenciado, criativo, persistente, comprometido, saber se comunicar, ter inteligência emocional, não ter medo de arriscar e ser otimista. Da mesma forma que se pode constatar que estes mesmos empreendedores experienciaram uma combinação de diferentes influências do contexto que culminaram na abertura do negócio, entre as quais destacam-se o apoio e incentivo de amigos e familiares, experiência prévia, networking e identificação de oportunidade. Estes fatores, portanto, passaram a motiva-los a abrir um negócio, deixando em evidência suas atitudes e características empreendedoras. A seguir, o quadro 13 sintetiza as motivações e características destes pequenos empreendedores.

Quadro 13: Uma síntese do perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua no Brasil, focado nas suas características e motivações

Motivações para empreender	Características empreendedoras
<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo de pessoas do convívio • Networking • Experiência prévia • Influência familiar • Busca por autonomia e independência • Identificação de uma oportunidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica oportunidades • Inovador, criativo • Busca por conhecimento • Propensão a correr riscos • Possui networking • Otimista • Inteligência emocional • Persistência • Comprometimento • Trabalhador

Fonte: Elaborado pela autora

4.2.2 O perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua na Austrália

Este item busca levantar informações sobre o perfil do pequeno empreendedor brasileiro que atua na Austrália. Para tanto, as mesmas premissas aplicadas ao item 4.2.1 são revistas neste item, entretanto, elas são baseadas no contexto australiano.

Bessant e Tidd (2009), sugerem que o empreendedorismo seria um mix entre contexto, oportunidade e características empreendedoras. Desta forma, o presente item traz as motivações e influências do contexto empreendedor de forma a evidenciar as características empreendedoras dos entrevistados, bem como aborda o que os mesmos entendem por um perfil empreendedor.

Durante as entrevistas foi possível identificar que para os 6 (seis) entrevistados a abertura do negócio foi motivada pela influência de múltiplos fatores contextuais e externos relativos ao ambiente que estavam inseridos, como é visto nos próximos parágrafos.

Com base nas falas dos entrevistados, pode-se constatar que os 6 (seis) apresentam o networking como um dos motivadores à abertura do negócio.

“A ideia surgiu vendo uma possibilidade na rede grande de contatos que eu sempre tive”.(Entrevistado EA3).

“Quando cheguei na Austrália, primeiro fui trabalhar em salão, porém fazendo unhas, onde conheci muita gente e estabeleci contatos”.(Entrevistado EA1).

“[...] eu estava fazendo eventos pra muitos empresários, fiz muitos contatos e meu networking cresceu a partir daí”. (Entrevistado EA2).

Outra influência do contexto identificada entre todos os 6 (seis) entrevistados foi a experiência previa na área de atuação do negócio. Esta influência é identificada através da fala do entrevistado EA1: *“Quando fui pra Austrália, já fui pensando em trabalhar com estética, por ser minha área de formação e, na época, era no que eu atuava no Brasil”*. Da mesma forma que o entrevistado EA4 explica: *“Eu sou formada e, inclusive, tenho especializações [...] no Brasil eu cheguei a trabalhar como funcionária por mais de 3 anos na área”*. Já nas palavras do entrevistado EA6 *“Eu atuava há anos no Brasil com moda, pra marcas grandes e renomadas [...] quando cheguei na Austrália fui trabalhar em uma loja de uma marca Australiana”*. Sendo assim, ficou evidente que todos os entrevistados tiveram a experiência prévia tanto pelo meio acadêmico, quando por trabalharem anteriormente na área de atuação do seu negócio.

Com base na presente análise, levanta-se a hipótese de que tais influências são comuns aos empreendedores brasileiros que atuam na Austrália, pois quando se emigra de um país para recomeçar em um novo, há grandes possibilidades da

pessoa já trazer uma bagagem de vivências e experiências consigo. Seguindo neste pensamento, é muito mais natural que a pessoa leve em conta suas experiências prévias no momento de optar por uma carreira ou um novo negócio em um novo país, visto que isto traz mais segurança frente a um cenário novo e de incertezas.

Outro fator motivador encontrado entre os entrevistados foi a questão da influência familiar. Observou-se que 3 (três) entrevistados tiveram histórico de empreendedorismo na família, como relata o entrevistado EA2 *“Eu acho que é um pouco de família também [...] meu avô teve a primeira fábrica de café da Paraíba [...] a família da parte do meu pai tem muitos empreendedores”*. Conforme abordado anteriormente, Tajra (2014) explica a importância da família no desenvolvimento do perfil empreendedor, pois estes podem estimular a atitude empreendedora.

Outro fator influenciador para abertura de um negócio, encontrado entre estes empreendedores, foi o fato deles buscarem por alguma fonte de renda para poder arcar com suas despesas em um novo país. Embora somente dois deles tenham verbalizado tal influência por meio de falas como *“o que eu vou fazer pra ganhar dinheiro?”* (Entrevistado EA2), ou *“[...] já pensava, como vou me sustentar na Austrália?”* (Entrevistado EA3), presume-se que esta seria uma preocupação comum a todo indivíduo que deixa seu país para tentar uma nova vida em terras estrangeiras. Deixando claro que, de acordo com o histórico e perfil destes entrevistados, seus empreendimentos tiveram início de fato quando morando na Austrália, o que pode ser um indício de que, dentre outros fatores, a necessidade de sustento os levou a empreender.

Conforme abordado anteriormente, Dornelas (2016) traz que empreendedores são atentos a informações a sua volta e sabem explorar oportunidades ao máximo, algo que foi possível de identificar através da fala do entrevistado EA5 *“eu vi a oportunidade de comprar o negócio dele e atingir meu objetivo de ter minha própria empresa [...]”*.

Bernardi (2015), como visto anteriormente, acrescenta que o empreendedorismo pode surgir quando demandas e tendências se tornam oportunidades aos olhos do empreendedor. Para o entrevistado EA4, uma demanda originou a oportunidade: *“O que me fez abrir o negócio foi enxergar uma oportunidade, que seria a demanda pela minha prestação de serviços [...]”*. Já para o entrevistado EA6, uma tendência foi percebida:

“eu consegui observar que não existiam muitas empresas da área de moda sustentável na Austrália, as pessoas compravam muito por comprar, não tinham esta consciência [...] foi aí que surgiu a ideia do negócio”. (Entrevistado EA6).

Frente a isso, é importante ressaltar que todos os 6 (seis) entrevistados tiveram “a identificação de uma oportunidade” como um dos fatores influenciadores na abertura do negócio. Seja esta oportunidade oriunda de uma demanda, necessidade, tendência ou qualquer outro fator, elas foram igualmente identificadas e exploradas pelos entrevistados.

Dando sequência ao objetivo de levantar informações acerca do perfil do pequeno empreendedor brasileiro que atua na Austrália, foi solicitado de forma espontânea aos entrevistados apontassem algumas de suas características. Neste momento ficou evidente que os entrevistados tiveram que pensar um pouco mais com sobre o tema. No entanto, todos mostraram certa facilidade de autoconhecimento e retornaram a pergunta com características interessantes, que serão vistas mais detalhadamente nos próximos parágrafos.

O entrevistado EA1 afirmou: *“tenho coragem, perseverança, energia e paixão pelo que faço. Sou honesto, resiliente, trabalhador, tenho networking”*. Já entrevistado EA2 disse o seguinte: *“Sou comprometido, inovador e gosto de estabelecer metas de onde quero chegar, não tenho medo de correr riscos”*. O entrevistado EA4 trouxe que: *“tenho visão de futuro, sou positivo, criativo, sempre busco por conhecimento”*. Já os entrevistados EA5, EA3 e EA6 apresentaram respostas bem similares que as mencionadas anteriormente, sendo que o entrevistado EA6 acrescentou: *“gosto de trabalhar muito, sou muito trabalhador”*.

Outras duas características empreendedoras também ficaram evidentes através de falas que ocorreram em outros momentos da entrevista, desta forma, as mesmas serão destacadas nos parágrafos a seguir.

Os 6 (seis) empreendedores entrevistados trouxeram a independência como uma forte característica do seu perfil. O entrevistado EA3 relatou o seguinte: *“Desde criança sempre vislumbrei ter meu próprio negócio, não depender de um salário e eu mesmo buscar fazer meu próprio salário”*. Nesta mesma linha, o entrevistado EA6 pondera: *“Eu pensei, ‘não quero mais trabalhar pra empresas daqui’. Preciso abrir meu negócio, pra trabalhar com minha ideia, seguir meus princípios”*. Isso

demonstra que os empreendedores são figuras independentes e constroem o próprio destino. (DORNELAS, 2016).

Empreendedores são, também, indivíduos que fazem a diferença e agregam valor, buscando impactar positivamente a sociedade. (DORNELAS, 2016). Durante as entrevistas 3 (três) dos empreendedores apresentavam a característica de preocupação com o impacto social dos seus negócios, conforme traz a fala do entrevistado EA6: *“Eu queria que as pessoas comprassem com consciência [...] esse é o pilar da moda sustentável”*. O entrevistado EA3 demonstra esta mesma preocupação: *“A minha maneira de trabalhar, pensando no próximo, na equipe, no crescimento não só da empresa, mas geral e fazendo o bem”*.

Embora os 6 (seis) entrevistados tenham apresentado um mix amplo de características empreendedoras quando questionados de forma espontânea, com o intuito de maximizar ainda mais o potencial das respostas, a entrevistadora optou por aplicar a mesma técnica de reformular a pergunta com base nas ideias trazidas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014). Neste sentido, as Características do Comportamento Empreendedor (Quadro 3, p. 24) também foram apresentadas de forma direta a estes entrevistados e pediu-se que os mesmos refletissem e indicassem aquelas com as quais eles se identificavam. O resultado é apresentado no quadro a seguir:

Quadro 14: Com quais Características do Comportamento Empreendedor os pequenos empreendedores brasileiros que atuam na Austrália se identificam

(Continua)

		Entrevistados					
		EA1	EA2	EA3	EA4	EA5	EA6
Características	Busca de oportunidade e iniciativa	sim	sim	sim	sim	sim	sim
	Persistência	sim	sim	sim	sim	sim	sim
	Comprometimento	sim	sim	sim	sim	sim	sim
	Exigência de qualidade e eficiência	sim	Mais ou menos	sim	sim	sim	sim
	Hábito de correr riscos calculados	não	sim	sim	sim	sim	sim
	Estabelecimento de metas	sim	sim	Mais ou menos	Mais ou menos	sim	sim
	Busca constante de informações	sim	sim	sim	sim	sim	sim

(Conclusão)

		Entrevistados					
		EA1	EA2	EA3	EA4	EA5	EA6
Característica	Planejamento e monitoramento sistemáticos	sim	sim	Mais ou menos	Mais ou menos	Mais ou menos	sim
	Rede de contatos	sim	sim	sim	sim	sim	sim
	Independência e autoconfiança (otimismo)	Mais ou menos	sim	sim	sim	sim	sim

Fonte: Criado pela autora com base em Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014)

Pode-se afirmar que as repostas anteriormente apresentadas pelos entrevistados, quando questionados quanto a “o que seria um empreendedor”, fato que remete basicamente àquelas características que aborda Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014). Todas as características abordadas pelo autor foram mencionadas pelos entrevistados, por vezes com as mesmas palavras, por outras dando a entender o mesmo significado. Como por exemplo, quando dizem que possuem “networking”, se referem a “rede de contatos”. Igualmente, quando dizem “resiliente”, remetem a “persistência”. Ou “ser trabalhador”, podemos ver como “comprometimento”. Logo, entende-se que estes empreendedores têm uma facilidade de autoconhecimento, sabendo, portanto, identificar características empreendedoras.

Nesta linha, supõe-se que a facilidade na identificação de tais características empreendedoras se dá justamente pelo contexto em que estes empreendedores estão inseridos, o qual fornece apoio ao empreendedorismo e instiga a educação empreendedora, como é visto no item 4.3.2.

Os entrevistados se mostraram bastante confiantes em afirmar que se identificavam com características como busca por oportunidade e iniciativa, persistência, comprometimento, busca constante de informações e rede de contatos. Esta confiança foi identificada por utilizarem expressões que enfatizavam a resposta, como por exemplo, “muito, muito” ou “com certeza”.

No entanto, para algumas das características parte dos entrevistados disseram não se identificar. Este foi o caso do entrevistado EA2 que disse não considerar a “exigência de qualidade e eficiência” como uma característica sua, afirmando o seguinte: *“Acredito que algo não precisa estar ótimo, precisa só ser feito e você vai melhorando com o tempo. Não sou muito exigente, não, com relação a isso”*. (Entrevistado EA2). Embora destoe dos demais, este pensamento traz uma

nova perspectiva em relação a exigir qualidade e eficiência no processo empreendedor. Partindo do princípio que, as vezes no intuito de fazer algo perfeito, as pessoas acabam por deixar tarefas inacabadas ou desistindo antes mesmo de começar, levanta-se a hipótese de que a flexibilização destas características durante o processo empreendedor é mesmo válida.

Outra questão foi que, os entrevistados EA3 e EA4 afirmaram não praticar o “estabelecimento de metas”. Para eles, esta característica é de suma importância, entretanto, eles não a praticam por falta de hábito, conforme as palavras do entrevistado EA3: *“da minha parte poderia ser melhor. É muito importante, mas uma coisa que eu não pratico habitualmente”*. Neste sentido, sugere-se que a falta desta característica pode estar ligada fraca identificação com a característica “planejamento e monitoramento sistemáticos”. Em outras palavras, levanta-se a hipótese de que, se o empreendedor não possui o hábito de planejamento e monitoramento, dificilmente ele conseguira vislumbrar metas para seu negócio.

Conforme mencionado, estes mesmos dois entrevistados, juntamente com o entrevistado EA5, consideram que se identificam “mais ou menos” com a característica de ser capaz de “planejar e monitorar sistematicamente”. Na fala do entrevistado EA4, é possível perceber um descontentamento relativo a esta característica: *“Eu peço nisso, agora que eu estou melhorando, mas eu sei que é importante”*. (Entrevistado EA4). Já o entrevistado EA5 complementa: *“Eu tento na medida do possível. Mas é tudo tão corrido”*. (Entrevistado EA5).

Estes mesmos três entrevistados apresentaram como dificuldade para a efetivação de tal característica, a falta de tempo. Entretanto, com base nas suas características, pode-se notar que todos os três possuem uma equipe de funcionários com mais de 4 pessoas. Neste caso, levanta-se a hipótese de que a origem do problema pode ser a dificuldade em delegar tarefas, como pondera o entrevistado EA4 *“[...] eu tenho que aprender a delegar. Faço tudo sozinha, mas tem tarefas, coisas administrativas, que eu poderia passar pra equipe”*.

Relativo as dificuldades enfrentadas quanto ao estabelecimento de metas e planejamento e monitoramento sistemáticos, o entrevistando EA6 traz um ponto de vista bastante esclarecedor, como segue:

“Fazemos. Mas é difícil trabalhar com metas, planejamento e monitoramento claros, quando teu negócio está começando, assim.”

Acredito que conforme passam 3, 5, 10 anos as coisas vão aprimorando”.(Entrevistado EA6).

Desta forma, supõe-se que tais características podem vir a ser adquiridas e aprimoradas com treinamento, prática experiência, conforme premissas abordadas por Bessant e Tidd (2009), anteriormente vistas.

Quando questionados quanto as características de “independência e autoconfiança”, apenas o entrevistado EA1 disse identificar-se parcialmente com tal hábito, afirmando o seguinte: *“Às vezes me sinto insegura pra tomar a frente em algumas questões, como por exemplo, representar mais meu business, eu colocar minha imagem frente as mídias sociais”*. (Entrevistado EA1). Supõe-se que a resposta tenha conexão com o fato de o entrevistado não considerar que tenha “Hábito de correr riscos calculados”, sendo que esta característica também foi comum a todos os outros 5 (cinco) entrevistados.

De forma a complementar as características abordadas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014), a entrevistadora também apresentou a estes empreendedores a característica “inovação”, trazida por conceitos oriundos de Dornelas (2016) e Bessant e Tidd (2009), conforme explicado anteriormente. Neste sentido, procurou-se entender se os entrevistados se consideravam empreendedores inovadores.

Sem hesitar ou mostrar dúvida aparente, todos os entrevistados se mostraram bastante confiantes em afirmar que são empreendedores inovadores. Como mostra a fala do entrevistado EA6: *“[...] com certeza. Inovadora no sentido de trazer pra Austrália esta ideia [...], da mesma forma que complementa “Nos inovamos no serviço também, em prestar uma consultoria de stylist pro cliente”*. Já o entrevistado EA5 afirma: *“Eu me considero inovador. Na minha área tu precisa estar sempre se atualizando, buscando novas informações”*. Já o entrevistado EA4 traz que: *“procuro fazer coisas diferentes do que outros profissionais aqui [...] tento buscar novas tecnologias e importo [...] eu inovei no meu pós atendimento também.”*

Nesta linha, nota-se que alguns consideram que inovaram ao abrir o empreendimento com a ideia de negócio em si. Outros, consideram que inovaram em processos internos e novos meios de fazer algo já existente. Assim como teve àqueles que afirmaram estar sempre se reinventando e se atualizando. Neste sentido, fica evidente que o conceito de inovação está bem claro a todos os 6 (seis)

entrevistados, à medida que eles apresentam facilidade ao se identificar com tal característica e conseguem se relacionar a ela de diferentes formas.

Concluindo, foi questionado aos entrevistados se eles consideravam que nasceram com as características levantadas. Dos 6 (seis) entrevistados, 2 (dois) afirmam que desenvolveram estas características com o passar dos anos, como pondera o entrevistado EA4: *“eu desenvolvi, com certeza. E não faz muito tempo, foi de uns três anos pra cá”*. No entanto, 4 (quatro) deles acreditam ser um mix entre ter nascido com algumas destas características e ter desenvolvido outras com o passar dos anos, como afirma o entrevistado EA6 *“A única coisa que sempre tive foi de gostar muito de trabalhar. Eu também sempre fui inovadora. Mas outras características empreendedoras eu adquiri com o tempo”*.

Sintetizando as ideias trazidas neste item, pode-se dizer que estes empreendedores brasileiros, que atuam na Austrália, experienciaram uma combinação de diferentes influências do contexto que culminaram na abertura do negócio, dentre elas: Identificação de uma oportunidade, networking, experiência prévia, influência da família e a necessidade de obter fonte de renda. Da mesma forma que, pode-se definir como características empreendedoras as seguintes qualidades apresentadas pelo grupo de pequenos empreendedores brasileiros estudados, que atuam na Austrália: Ser perseverante, trabalhador, honesto, não ter medo de correr riscos, possuir networking, ser positivo, ter visão de futuro, ser inovador e ter comprometimento. A seguir, o quadro 15 sintetiza as motivações e características a partir da opinião dos entrevistados.

Quadro 15: Uma síntese do perfil do pequeno empreendedor brasileiro estudado que atua na Austrália, focado nas suas características e motivações

(Continua)

Motivações para empreender identificadas	Características empreendedoras identificadas
<ul style="list-style-type: none"> • Networking • Experiencia prévia • Influência familiar • Busca por autonomia e independência • Necessidade de sustento • Identificação de uma oportunidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Perseverança, resiliência • Comprometimento • Inovador, criativo • Positivo • Estabelece metas • Tem visão de futuro • Independência e autonomia

(Conclusão)

Motivações para empreender identificadas	Características empreendedoras identificadas
	<ul style="list-style-type: none"> • Consciência social • Identifica oportunidades • Busca por conhecimento • Propensão a correr riscos • Possui networking

Fonte: Elaborado pela autora

4.2.3 Uma análise comparativa das motivações e das características apresentadas pelos empreendedores estudados

Neste item é feita uma análise comparativa das motivações e das características apresentadas pelos empreendedores estudados nos itens 4.2.1 e 4.2.2, de forma a contribuir a atender ao objetivo geral desta pesquisa, que é analisar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou Austrália, na visão de um grupo de pequenos empreendedores brasileiros.

Desta forma, foi importante conhecer o perfil destes empreendedores, na medida que sugere-se que isso pode impactar no modo em como eles enxergam e põe em prática o ato de empreender no contexto em que estão inseridos. (BESSANT; TIDD, 2009).

Nos questionamentos iniciais, observou-se que todos os 13 (treze) entrevistados apresentaram não somente um, mas uma combinação de diferentes fatores que os motivaram a abertura do negócio, mostrando que as pessoas criam empreendimentos por razões distintas. (BESSANT; TIDD, 2009). Neste sentido, observou-se que os fatores comuns a todos os entrevistados foram: networking, experiência prévia, histórico familiar de empreendedorismo, busca por autonomia e independência e identificação de uma oportunidade.

Entretanto, dentre os empreendedores que atuam no Brasil, pôde-se constatar que além das influências acima citadas, eles experienciaram também o incentivo por pessoas do meio de convívio. Enquanto os empreendedores que atuam na Austrália não evidenciaram tal influência. Presume-se que isto ocorra, pois quando o indivíduo encontra-se em um novo ambiente, neste caso, um novo país, é provável que ele não possua por perto laços fortes de amizade, colegas de trabalho

de longa data, tão pouco familiares que poderiam ser seus maiores incentivadores a empreender. (DORNELAS, 2008).

Por outro lado, para os empreendedores que atuam na Austrália, vale destacar que dentre motivações apontadas, a busca por alguma fonte de renda foi algo que teve peso considerável na decisão por empreender, visto a necessidade de garantir o próprio sustento dentro de um novo país. Já no caso dos empreendedores que atuam no Brasil, eles pareceram vislumbrar mais a autonomia e flexibilidade de fazer os próprios horários, algo que possivelmente não atingiriam se aderissem as Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), por exemplo. Com base nas respostas dos entrevistados, bem como na própria experiência da pesquisadora, levanta-se a hipótese de que o alto custo de vida na Austrália, bem como a jornada de trabalho extensa praticada no Brasil, poderiam ser, respectivamente, a origem destas duas motivações em particular.

Outro fator interessante, foi que alguns dos empreendedores baseados na Austrália apresentaram uma preocupação bastante clara com a questão de fazer a diferença e deixar um impacto positivo na sociedade ao empreender. Entretanto, embora os empreendedores baseados no Brasil não tenham evidenciado isto na mesma intensidade que os demais, presume-se que seja algo intrínseco a todos estes empreendedores na medida que buscam e praticam fazer a diferença por meio da inovação. (DORNELAS, 2016).

Estes fatores acima citados foram, portanto, os motivadores à abertura do negócio identificados entre os empreendedores entrevistados. Seguindo nesta linha, o estudo destes mesmos fatores auxiliou a pesquisadora na identificação das atitudes e características empreendedoras partindo do ponto de vista destes entrevistados, contidas nos parágrafos a seguir.

Durante as entrevistas, muitas das características levantadas por intermédio dos empreendedores, vieram a coincidir com as características abordadas pelos autores trazidos no referencial teórico do presente estudo. Por vezes utilizando exatamente os mesmos termos, por outras vezes, usando termos que expressavam as mesmas ideias trazidas pelos autores.

Este foi o caso das Características do Comportamento Empreendedor trazidas por Mariano (2008 apud PEREIRA *et al.*, 2014), como busca de oportunidade, persistência, comprometimento, hábito de correr riscos, estabelecimento de metas, busca por informações, rede de contatos e

independência. Estas características foram mencionadas pelos entrevistados tais qual aborda a teoria ou, por vezes, em variações como “networking” para rede de contatos, “trabalhador” para comprometimento, “busca por conhecimento” para busca por informação.

O mesmo ocorreu para com as características abordadas por Dornelas (2016), que além de trazer itens muito similares ao autor acima, acrescenta conceitos como a questão da “criação de valor para a sociedade” e “paixão pelo que fazem”, ambas características igualmente levantadas dentre os entrevistados.

Outra questão foi que a entrevistadora pode notar que os empreendedores que atuam na Austrália tiveram uma maior facilidade de apontar características empreendedoras, se comparado com àqueles que atuam no Brasil. Presume-se que este fato está ligado ao contexto empreendedor que cada país vem a fornecer, no sentido de desenvolverem ações para educar as pessoas quanto ao empreendedorismo.

O quadro abaixo traz uma síntese das ideias abordadas neste item:

Quadro 16: Análise das motivações e características apresentadas pelos empreendedores estudados

Motivações e características específicas aos empreendedores que atuam no Brasil	Motivações e características específicas aos empreendedores que atuam na Austrália	Motivações e características comuns a todos empreendedores
Tiveram incentivo por pessoas do meio de convívio	A busca por alguma fonte de renda (forma de sustento em novo país) teve peso considerável na tomada de decisão por empreender	Apresentam uma combinação de fatores que os motivaram a empreender
Busca pela autonomia financeira, podendo controlar seus ganhos	Apresentam a preocupação de querer fazer a diferença e deixar um impacto positivo na sociedade com o seu negócio	Motivadores comuns foram: networking; experiência prévia; histórico familiar de empreendedorismo; autonomia e independência; identificação de uma oportunidade.
Vislumbram a flexibilidade de fazer os próprios horários	Tiveram uma maior facilidade de apontar características empreendedoras	Apresentaram as Características do Comportamento Empreendedor trazidas por Mariano(2008) apud PEREIRA <i>et al.</i> , 2014) e Dornelas (2016), vistas no item

Fonte: Elaborado pela autora

4.3 ASPECTOS RELEVANTES DO CONTEXTO EMPREENDEDOR DO BRASIL E DA AUSTRÁLIA E SEUS IMPACTOS NO PROCESSO EMPREENDEDOR DOS SUJEITOS ESTUDADOS

Entendendo as motivações e as características pessoais dos empreendedores, “torna-se necessário compreender quais os fatores ambientais que regem e estimulam tais atitudes”. (PEREIRA *et al.*, 2014, p. 14). Conforme visto anteriormente, os autores trazem que o comportamento empreendedor pode ser fomentado pelo ambiente em que o indivíduo está inserido.

Neste sentido, com o intuito de responder ao objetivo específico que diz respeito a compreender os principais aspectos do contexto empreendedor do Brasil e da Austrália que impactam diretamente no processo empreendedor do grupo estudado, a seguir serão apresentados aspectos relevantes do contexto empreendedor de ambos países à luz da visão dos empreendedores entrevistados.

4.3.1 Aspectos do contexto empreendedor do Brasil e seus impactos no processo empreendedor dos sujeitos estudados

Para Melhado e Gonçalves (2013), existem diferentes pilares que podem vir a contribuir para formação de um país empreendedor, sendo eles o ambiente regulatório, mercado, acesso a capital, P&D e tecnologia, capital humano e cultura¹. Na intenção de compreender como diferentes aspectos do contexto empreendedor brasileiro impactam no processo empreendedor dos entrevistados, buscou-se identificar, em um primeiro momento, se estes empreendedores consideravam que o país fornecia um contexto favorável ao empreendedorismo.

Todos os 7 (sete) entrevistados consideraram que o Brasil não fornece um contexto favorável ao empreendedorismo e, para justificar suas respostas, trouxeram diferentes aspectos durante suas falas, que englobam desde o ambiente regulatório do país, até a questões mais culturais.

Melhado e Gonçalves (2013) trazem que o ambiente regulatório de um país diz muito sobre como a burocracia e o governo podem afetar o empreendedorismo. Através das falas dos entrevistados, foi possível identificar que eles consideram o

¹ A ideia completa destes pilares pode ser vista no quadro 8 da página 40 do presente estudo.

processo de abertura das empresas muito longo e bastante burocrático, como afirma o entrevistado EB7:

“Pra abrir o negócio foi muito burocrático, muito demorado assim pra desenrolar. A regularização da empresa demorou cerca de três meses, pra eles liberarem, entre CNPJ, registros na prefeitura, vigilância sanitária, tudo”.(Entrevistado EB7).

Da mesma forma que o entrevistado EB4 reforça:

“tem mais coisa limitadora, se tu vai entrar em site da receita federal, do que pra te ajudar mesmo [...] as vezes tu tem uma restrição pra abrir um negócio e nem sabe [...] o Brasil é muito burocrático ainda e é uma burocracia não inteligente, neste sentido, de abertura de empresa”. (Entrevistado EB4).

Nesta linha, os empreendedores entrevistados também mostraram bastante descontentamento em relação a leis que regem os empreendimentos, bem como com os tributos praticados no Brasil:

“O Brasil não fornece um contexto favorável ao empreendedorismo [...] Não considero o Brasil, seu governo e economia, ideal para o empreendedor, deixa a desejar [...] as leis de hoje em dia, é muito imposto, é muita coisa que tem que pagar, muita responsabilidade para assumir quando tem empregados”. (Entrevistado EB3).

“Ele (o governo) não dá muito auxílio pra ti ser um empreendedor e tem a questão do imposto também [...] sinto que tu tá ali ajudando a pessoas, gerando emprego e só paga imposto cada vez mais altos”. (Entrevistado EB5).

“Leis, registros, licenças, imposto. Isso atrapalha, não ajuda nem um pouco”. (Entrevistado EB1).

“[...] você já começa o negócio tendo que lidar com todo tipo de imposto e são impostos altos. Um funcionário te custa o dobro, então se pensa muito antes de contratar”. (Entrevistado EB7).

Nas falas acima, é possível notar que estes empreendedores consideram que as leis, a burocracia e os tributos mais atrapalham, do que auxiliam no dia a dia dos seus negócios, vindo ao encontro com o que dizem especialistas ligados à área de empreendedorismo no Brasil, onde trazem que o país possui políticas regulatórias

muito burocráticas e altos tributos como possíveis barreiras ao empreendedorismo no país. (CUNHA *et al.*, 2018).

Durante as entrevistas, ainda ficou claro que a questão tributária foi um grande entrave na tomada de decisão por empreender, como explica o entrevistado EB6:

“Questão de valores, é um imposto muito alto, então isso é uma coisa que me fez pensar bastante, até me fez demorar mais pra ter coragem de abrir o negócio [...] eu estudei esta parte, quis me preparar financeiramente, eu sabia que ia ter que bancar o negócio por um tempo e é bem pesado os impostos que tem que pagar”. (Entrevistado EB6).

Mas a preocupação com os tributos e a burocracia não se limitam somente ao início do processo empreendedor, pôde-se notar que a questão também os preocupa em relação ao crescimento do seu empreendimento:

“Se tu quer crescer e gerar empregos a partir disso já é ainda mais dificultoso, tem uma carga de impostos bem mais alta e exigência de uma burocracia muito maior também [...] questão de formalizar tua marca, registrar empresa, daí precisa ter espaço físico, precisa de alvarás, uma série de itens e exigências que pra quem tá começando, conseguir subir neste degrau é um salto muito grande”. (Entrevistado EB2).

“Pra mim crescer hoje, eu teria que aumentar muito o meu fluxo de venda, pra conseguir atender as alíquotas conforme meu faturamento [...] eu sei que daqui um tempo meu negócio vai crescer de uma forma que eu vou ter que dar este passo, mas sei que vou ter que me preparar pra isso, vou pagar muito mais imposto”. (Entrevistado EB1).

Eles também relatam não identificar nenhum retorno por parte do governo ou benefícios proporcionados pelo pagamento de impostos:

“A quantidade de impostos que a gente paga é um absurdo. É muito dinheiro e você não vê um retorno pro teu negócio ou pra comunidade, sabe. Um exemplo, eu mesmo tenho que pagar um segurança particular pra loja, pois não acredito que o país me fornece segurança”. (Entrevistado EB7).

Fica claro também, que os empreendedores se mostram um pouco descontentes com as leis trabalhistas praticadas no Brasil. Embora reconheçam a importância de tais leis, eles acreditam que deveria existir um equilíbrio entre auxiliar

trabalhadores e empreendedores, pois, na visão dos entrevistados, todos são igualmente importantes para o crescimento econômico do país.

“Pra conseguir empregar pessoas tem toda uma formalização, salário, encargos a mais além do salário, tem que ter certeza que tudo está de acordo com as leis trabalhistas, tu entendendo ou não disso, isso é cobrado. Não que as pessoas não mereçam, mas do lado do pequeno empresário é bem difícil conseguir garantir isso tudo pro funcionário”. (Entrevistado EB2).

“Se o empresário não tiver condições, não equilibra. Precisa ajudar quem está lá em cima, independentemente do tamanho de empresa, quem está gerando empregos [...] assim acaba ajudando todo mundo né.” (Entrevistado EB6).

É importante destacar, que a pesquisadora identificou que todos os 7 (sete) empreendedores fazem uso de serviços contábeis para se adequar as leis e impostos praticados pelo Brasil. Presume-se que isto ocorra justamente pelas dificuldades relatadas, ou seja, o medo de cometerem erros passíveis de punições, os fazem aderir a ajuda de um profissional do ramo fiscal.

“Por exemplo, quando tu vai abrir tua empresa, fazer teu cadastro, o processo é complicado, é confuso. Se uma pessoa vai por conta própria abrir, é muito confuso [...] eu tive apoio de um contador, mas sei que não é a realidade de muita gente”. (Entrevistado EB4).

“Tu quer abrir uma empresa, tu vai lá num contador e ele resolve tudo pra ti, sabe. Um custo necessário, que depois diluí na precificação do teu serviço”. (Entrevistado EB3).

Este descontentamento com aspectos legais e tributos por parte dos empreendedores vai ao encontro com o que aborda Dornelas (2008), quando enfatiza que os empreendedores desgostam deste assunto pois são complexos. Entretanto, ele salienta a importância de entender e cumprir com a leis e tributos durante toda a existência de uma empresa.

Outro fator interessante foi que 2 (dois) dos empreendedores entrevistados admitiram não seguir à risca as leis de declaração de imposto de renda, como traz o entrevistado EB1: “Eu não declaro 100% corretamente o valor de faturamento, se não, pagaria muito mais imposto. Eles aumentariam minha classificação fiscal”. Da mesma forma que o entrevistado EB3 afirma: “Infelizmente, eu trabalho com

freelancers. Como eu vou pensar em ter alguém de funcionário, se eu não sei se eu vou ter o ano do cara de salário e benefícios pra pagar. É complicado, tem que ter uma estrutura e estabilidade muito forte pra poder fazer tudo como tem que ser feito”. Eles justificam seus atos culpando aos altos impostos e leis trabalhistas praticadas no Brasil, entretanto, vale destacar que em um âmbito geral, diversos outros aspectos podem vir a refletir neste comportamento, como a falta de informação, de instrução ou até mesmo a índole do indivíduo.

Por outro lado, Bosma *et al.* (2020) traz que políticas de impostos e taxas devem ser favoráveis a abertura e a manutenção dos negócios, da mesma forma que Baron e Shane (2011) explicam que a remoção de entraves burocráticos pode ser um bom incentivo para que os indivíduos empreendam. Entretanto, com base nos relatos dos entrevistados, a realidade se mostra totalmente contrária as ideias descritas pelos autores acima. Neste sentido, presume-se que além de não favorecer ao empreendedorismo, as leis e entraves burocráticos, dão abertura para comportamentos ilegais na medida que se tornam impossíveis de serem cumpridos aos olhos destes empreendedores.

Bessant e Tidd (2009) destacam que políticas públicas para promover o empreendedorismo são essenciais, visto que elas fornecem o apoio e suporte necessários aos empreendedores. Neste sentido, a pesquisadora questionou aos entrevistados se eles consideravam que o Brasil fornecia algum tipo de instrução ou apoio financeiro para empreendedores. As respostas dos entrevistados se dividiram entre àqueles que consideravam não existir apoio e àqueles que reconheciam existir algum tipo de apoio, entretanto, não consideravam ser o suficiente. Para o entrevistado EB7 não existe apoio do governo: “[...] não vejo apoio do governo, não considero que tenha incentivo ao empreendedorismo. Eu pelo menos nunca vi”. Já o entrevistado EB4 contrapõe que:

“Existem alguns programas de incentivo ao empreendedorismo e tem instituições focadas nisso, né. Não é um país totalmente carente de apoio ao empreendedor. Mas se colocar na balança as possibilidades de empreendedorismo no país, digo, o número de pequenos empreendedores contra o apoio fornecido, eu ainda considero muito desigual, insuficiente”. (Entrevistado EB4).

Diante do exposto, presume-se que tanto a inexistência, quanto a insuficiência de apoio aos pequenos negócios trazem impactos negativos para o

Brasil, na medida que podem comprometer o potencial de empreendedorismo do país.

Dentre as carências de apoio, o suporte financeiro foi de maior destaque entre os entrevistados. Muitos consideram que as linhas de crédito existentes não são ideais e envolvem muita burocracia, dificultando ao seu acesso.

“Acredito que para o pequeno empreendedor é bem mais difícil a questão do crédito. Não se tem muitas linhas de crédito e nem limites tão altos para quem está iniciando um negócio pequeno. Pelo menos nas instituições financeiras, não [...] o que a maioria das pessoas muitas vezes tem que fazer é utilizar do próprio dinheiro ou tomar crédito pessoal pra conseguir iniciar”. (Entrevistado EB2).

“Nunca tive acesso a crédito, eu empreendi com minhas economias [...] Muito embora eu saiba que existem linhas de crédito focadas no pequeno empreendedor, considero deficitário, se tu for olhar a necessidade de demanda que a gente tem no país [...] e tem toda uma questão de burocracia e isso acaba afetando o empreendedorismo no país”. (Entrevistado EB4).

Da mesma forma que para os entrevistados EB2 e EB4, o entrevistado EB6 também considera que o apoio financeiro para o empreendedor é precário no Brasil. Além disso, ele se mostra bastante desacreditado em relação ao assunto, o que o desmotiva a persuadir este tipo de apoio:

“Quanto a apoio financeiro, sei que tem bancos, cooperativas, que dizem ter facilidades e tudo mais, mas eu não acredito muito. Até já dei uma olhada em financiamento para o negócio, mas eu vi que é mais ‘lorota’, a propaganda é linda, mas tu vai ver o custo efetivo total é bem diferente do que eles anunciam e não vale a pena”. (Entrevistado EB6).

Outra carência de apoio ao pequeno empreendedor, desta vez apontada pelo entrevistado EB2, foi a preocupação com a ausência de regulamentações de mercado para uma competição sadia. Em outras palavras, ele argumenta que não há incentivos que protejam a competitividade dos pequenos empreendedores: “Você precisa disputar com empresas muito maiores, que tem muito mais tempo que tu no mercado e acaba sendo mais difícil [...] e isso reprime um pouco a atitude do empreendedorismo. Precisa ganhar mercado, mas é difícil competir”. (Entrevistado EB2).

Outra questão discutida com os entrevistados, foi quanto a existência de uma educação empreendedora no país. Sendo o capital humano um pilar determinante do ambiente empreendedor, é importante que os países estimulem características empreendedoras desde a vida escolar dos indivíduos, bem como criem programas de incentivo e suporte ao desenvolvimento de habilidades empreendedoras. (BOSMA *et al.*, 2020). Entretanto, a maior parte dos entrevistados mostra não acreditar que o país os incentivou ou deu suporte neste sentido, trazendo outros fatores como responsáveis pelo desenvolvimento de suas habilidades empreendedoras:

“O Brasil nos força a ser empreendedor, mas não nos prepara pra isso. Ele te prepara pra ser funcionário [...] eu tenho um nível de instrução que me permite a entender de lei, burocracia e tudo mais, mas a maioria dos brasileiros não tem. Muitos empreendedores surgem da necessidade de sair do trabalho CLT ou de superar o desemprego, enfim, o Brasil não qualifica o empreendedor pra ser empreendedor, então surgimos meio que no susto”. (Entrevistado EB4).

“Acho que isso vem desde o tempo de escola, onde as pessoas são incentivadas para fazerem concursos, ter uma boa carreira, sempre serem CLT e não a ser patrão [...] se fosse pelo o que eu tive de estudo, eu não seria uma empreendedora, por exemplo. É tipo um tabu, você tem muito medo de arriscar e investir”. (Entrevistado EB7).

Já o entrevistado EB2 destoa do que dizem os outros entrevistados, trazendo uma visão contrária a maioria:

“Hoje em dia a gente muito acesso à informação, a universidade trabalha muito a questão do empreendedorismo [...] também temos livros, internet, onde é muito difundida esta questão também, podemos estudar muito. Eu sei que tem entidades privadas do governo que oferecem cursos sem custo. Acho que é um incentivo, é importante pra manter o negócio”. (Entrevistado EB2).

A opinião do entrevistado EB2 pode diferir da maioria por questões ligadas ao seu perfil, no sentido de que ele cursava uma faculdade de administração no momento em que a entrevista foi aplicada, tendo um contato mais recente com questões relacionadas a educação empreendedora.

Dornelas (2016) aborda que as políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo vão além de promover a educação empreendedora no ensino,

citando outras ferramentas de apoio como: incubadoras de empresas, parques tecnológicos, entidades de apoio ao empreendedorismo, programas e incentivos governamentais, entre outros SNI que proporcionam ecossistemas de inovação. Neste sentido, a entrevistadora citou estes exemplos aos entrevistados e perguntou se eles tinham conhecimento da existência de alguma destas ferramentas de apoio no país.

“Existe sim, e eu uso alguma delas [...] coworking e o networking que vem com ele [...] parte de empréstimo sei que existe, mas eu criei meu capital inicial, então não uso [...] a maioria dos meus clientes que eu presto consultoria, se não todos, iniciaram com capital próprio, mas coworking e incubadora, por exemplo, é bem comum”. (Entrevistado EB4).

“Eu sei que existem incubadoras, parques tecnológicos, mas eu não tenho contato. Acredito que alguma coisa existe, mas não sei ao certo como funciona. O que eu pesquisei, não foi vantajoso pra mim. O que eu faço é o coworking, que é pago. Eu pago pra fazer parte, aí posso usar o espaço, que inclusive me traz networking e tenho o contato com profissionais até mesmo de outras áreas”. (Entrevistado EB6).

“Eu não ocupo estas ferramentas, mas eu sei que elas existem [...] eu faço uso de consultoria, mas é particular, não tem nada relacionado com o governo”. (Entrevistado EB7).

Desta forma, ficou claro que os entrevistados têm conhecimento destas outras ferramentas de apoio, entretanto, não fazem uso daquelas fornecidas pelo governo, mas sim, optam por ferramentas de apoio privadas. Talvez a falta de interesse pelas ferramentas de apoio fornecidas pelo governo, tem origem na ausência de credibilidade gerada pelos entraves já mencionados anteriormente, em outras palavras, eles relacionam que tudo o que vem do governo é mais dificultoso e burocrático, o que até mesmo os desmotiva a ir atrás maiores informações.

Outra questão levantada entre os entrevistados foi como a inovação, pesquisa e desenvolvimento e novas tecnologias no país poderiam impactar nos seus negócios. Villela e Magacho (2009) trazem que P&D e novas tecnologias vão auxiliar na exploração de novos mercados, bem como na inovação constante para construção de ambientes favoráveis ao empreendedorismo. Nesta linha, a maioria dos 7 (sete) entrevistados reconhecem que as inovações têm um impacto positivo nos negócios:

“Inovação impacta em todos os negócios, se você não buscar conhecimento, não buscar estudar e se reinventar, com o tempo consequentemente tu vai ficar pra trás. Então inovação pode ser boa ou ruim pro negócio, depende de tu acompanhar” (Entrevistado EB1).

“Sim isso impacta bastante. Novas tendências, pesquisa e desenvolvimento relacionado ao meu negócio, uma nova forma de fazer, de criar, de trabalhar, uma nova matéria prima, uma máquina nova, isso tudo acaba facilitando bastante”. (Entrevistado EB2).

“A nova tecnologia pro meu negócio é muito importante. E pro empreendedorismo como um todo é importante [...] hoje em dia a gente já tem muito mecanismo de facilidade. Mesmo aquela pessoa que não enxerga a tecnologia, se ela estiver aberta a tecnologia, se ela aprender, certamente ela vai conseguir expandir seus negócios”. (Entrevistado EB4).

Entretanto, os entrevistados EB5 e EB6, embora reconheçam a importância da inovação e novas tecnologias, trazem uma certa insegurança relacionada as suas práticas, como relata o entrevistado EB5: “Inovações são boas. Mas as vezes elas só funcionam no papel. As coisas que criam e falam que vão ajudar ao empreendedor parecem ser maravilhosas, mas na hora de pôr em prática, não ajudam”. Ele complementa sua fala relatando uma situação do passado, onde uma exigência do governo que envolvia a imposição de uma nova tecnologia para emissão de notas fiscais o fez investir cerca de 2 mil reais em novos computadores e software. Entretanto, no ano seguinte a mesma exigência foi banida pelo governo sem maiores explicações.

Este mesmo descontentamento foi percebido na fala do entrevistado EB6:

“A única coisa que vejo de ruim, às vezes, é que quando há novidades, inovação, tecnologias, normalmente é visando o lucro. Não necessariamente foi criado pra agilizar ou trazer um benefício, e sim, mais um ganhando dinheiro, mais um te cobrando alguma coisa. Mas se for algo que realmente olhe pra dor do empreendedor, que realmente seja pro benéfico, acho que pode ser válido e necessário”. (Entrevistado EB6).

Frente a todas as questões abordadas até então, que apontam para um contexto desfavorável ao empreendedorismo no Brasil, os empreendedores dizem acreditar que de certa forma estes entraves os impulsionam a empreender, como explica o entrevistado EB4: “O Brasil não favorece ao empreendedorismo em muitos momentos, mas ao mesmo tempo, justamente por não favorecer abre espaço para

que isso aconteça [...] hoje em dia a agente vive uma realidade de desemprego e tanta desigualdade, que a gente sente uma necessidade de se reinventar, que nos força a empreender”.

Desta forma, percebe-se que o ato de empreender, para estes entrevistados, está mais ligado a questão deles serem empreendedores genuínos, tendo o incentivo partindo, portanto, de suas características empreendedoras:

“Existe estímulos ao empreendedor, mas não considero ser o suficiente ainda. O negócio dar certo vai mais da persistência do empreendedor e de todas as características empreendedoras que falei antes [...] não considero o ambiente propício ou que o governo incentiva”. (Entrevistado EB1).

“O Brasil não fornece um contexto favorável ao empreendedorismo, sabe. A vontade é maior, a gente persiste e empreende igual”. (Entrevistado EB3).

Com as ideias apresentadas neste item, fica claro que na visão dos entrevistados, os aspectos do contexto empreendedor do Brasil, por muitas, vezes impactam negativamente no processo empreendedor. Estes empreendedores não consideram que existam ferramentas de apoio o suficiente, tão pouco acreditam que o ambiente regulatório é propício ao empreendedorismo.

Eles também se mostram insatisfeitos quanto a disponibilidade de apoio financeiro e quanto a falta de regulamentações de mercado que priorizem a competitividade dos pequenos empreendedores. Em contra partida, eles admitem que P&D, novas tecnologias e inovações promovidas pelo país são necessárias para a prosperidade dos negócios, entretanto alguns se mostram incrédulos com as reais intenções por traz das mesmas.

Contudo, mesmo frente as dificuldades apresentadas, estes empreendedores afirmam que estas questões não os impedem de empreender. Durante as entrevistas, muitos dos empreendedores mencionaram “ser empreendedor” como algo intrínseco ao perfil do brasileiro, algo que iria acontecer independentemente do país em questão fornecer ou não um ambiente favorável ao empreendedorismo. Neste sentido, acredita-se que o ato de empreender, para este grupo, está mais ligado a questão deles serem empreendedores genuínos, tendo o incentivo partindo de suas próprias características e atitudes empreendedoras.

Os aspectos do contexto brasileiros, aqui definidos, são retomados no item 4.4, sintetizados (quadro 17, p. 10) já enquanto vantagens e desvantagens.

4.3.2 Aspectos do contexto empreendedor da Austrália e seus impactos no processo empreendedor dos sujeitos estudados

Este item buscará compreender como diferentes aspectos do contexto empreendedor australiano impactam no processo empreendedor dos entrevistados. Para tanto, as mesmas premissas aplicadas ao item 4.3.1 serão revistas neste item, com a diferença de serem baseadas no contexto australiano.

Como visto anteriormente, existem diferentes pilares que podem vir a contribuir para formação de um país empreendedor (MELHADO; GONÇALVES, 2013). Nesta linha, inicialmente buscou-se identificar se estes empreendedores consideravam que o país fornecia um contexto favorável ao empreendedorismo.

Ao contrário do que demonstram os empreendedores que atuam no Brasil, os 6 (seis) empreendedores que atuam na Austrália consideram que o país fornece um contexto favorável ao empreendedorismo. Nas palavras do entrevistado EA3: “Acredito que a Austrália fornece um contexto favorável ao empreendedorismo, que impulsiona minhas características empreendedoras”.

Dentre os aspectos que levam os entrevistados a acreditar que o ambiente é favorável ao empreendedorismo, eles citam a questão do país ser fonte de muitas oportunidades, sendo que existem mercados pouco explorados na Austrália e reconhecem um certo favoritismo² pela mão de obra brasileira:

“É um país de muita oportunidade, então, se tu conseguir ver estas oportunidades e ir atrás, tu tem uma chance muito grande de crescer na Austrália, de mostrar teu trabalho [...] as pessoas gostam do trabalho do brasileiro”. (Entrevistado EA1).

“O brasileiro é muito trabalhador, não tem medo de trabalhar. E aqui na Austrália teu esforço é reconhecido, então se tu te dedica ao teu negócio, tu colhe os frutos”. (Entrevistado EA1).

“Contexto da Austrália é super favorável ao empreendedorismo. É um país muito novo, muitas vezes o que vende aqui, não é daqui [...] aqui tem muito mercado pouco explorados, principalmente para pequenas e

² Segundo a fala dos entrevistados a mão de obra brasileira é muito valorizada na Austrália pela sua qualidade e pelo comprometimento do brasileiro.

médias empresas [...] se for persistente, tem um potencial muito grande de dar certo”. (Entrevistado EA6).

Como abordado anteriormente, Bernardi (2015) traz, justamente, que o empreendedorismo pode surgir quando demandas, necessidades e tendências, passam a ser vistas como oportunidades aos olhos do empreendedor. Neste sentido, na medida que estes empreendedores conseguem identificar oportunidades e mercados pouco explorados, bem como enxergam que esforços depositados em empreender são recompensados, tudo isso fortalece a ideia de um contexto favorável ao empreendedorismo.

Sarfati (2013), aponta uma relação entre a atividade empreendedora e o crescimento econômico dos países. Nesta linha, para o entrevistado EA2, o governo fornece um contexto favorável ao pequeno empreendedor, justamente por reconhecer a sua importância para o desenvolvimento econômico do país:

“O contexto empreendedor australiano é formado, em sua maioria, por pequenos negócios [...] a Austrália apoia estes pequenos empreendimentos pois eles movimentam a economia [...] geram empregos, pagam impostos, fazem com que a economia circule, o governo tem este entendimento”. (Entrevistado EA2).

Sabe-se que políticas públicas de desburocratização para abertura e subsistência de pequenas empresas fazem parte de ações para difundir o empreendedorismo nos países (DORNELAS, 2016). Desta forma, visando explorar ainda mais aos aspectos que levam os entrevistados a acreditar que o ambiente australiano é favorável ao empreendedorismo, foi questionado se eles enfrentaram algum entrave burocrático ou dificuldades com leis e regulamentos durante o processo empreendedor. Todos os 6 (seis) entrevistados não apresentaram quaisquer dificuldades com tais questões:

“O governo quer sempre facilitar para que os negócios deem certo [...] se for abrir um negócio, pra ser um pequeno empreendedor, você aplica em 30 minutos na internet e não custa nada [...] é bem menos burocrático que no Brasil e não precisa daquele monte de licenças”. (Entrevistado EA2).

“Muito, muito, muito fácil, muito tranquilo. Isso mesmo, rápido, barato, muita agilidade, nesta parte é excelente [...] O que eu levei mais ou menos quarenta minutos para abrir uma empresa aqui, no Brasil deu quase dois meses. Uma abertura no banco aqui, foi em quinze minutos, já

sai com o cartão, com tudo certo da empresa. Já no Brasil uns 20 dias pra ficar tudo pronto”. (Entrevistado EA3).

“Pra abrir a empresa eu fui atrás de tudo sozinho, tem tudo no site do governo, bem simples. Licenças e registros não atrapalham, acredito que eles são muito importantes para regularizar a empresa e garantir a segurança também”. (Entrevistado EA5).

“Aqui o processo é muito mais simples, é menos documento, é menos registro. É muito mais fácil que no Brasil. Não nos atrapalham nem um pouco, mas obviamente, como eu falei, você precisa se manter informado, ir atrás e fazer as coisas de modo correto. Mas não foi difícil de maneira alguma” (Entrevistado EA6).

Ainda quanto a abertura de um empreendimento, de acordo com as falas dos entrevistados, outra facilidade que seria relevante mencionar é o fato de que na Austrália, você consegue legalizar seu negócio sozinho, sendo o auxílio de um contador algo opcional. Enquanto, no Brasil, a maioria dos entrevistados utilizou da ajuda de serviços contábeis para esta etapa, além de mencionarem o descontentamento não somente com a demora, mas com a burocracia envolvida.

Como visto anteriormente, a questão tributária é motivo de bastante descontentamento entre os empreendedores que atuam no Brasil. Frente a isso, a entrevistadora procurou questionar aos empreendedores que atuam na Austrália quanto a suas opiniões sobre os impostos praticados no país. Pode-se perceber que as leis tributárias praticadas na Austrália geram impactos positivos no contexto empreendedor na medida que, quando cumpridas, facilitam o crescimento dos negócios, o acesso a empréstimos, a reinstituição de impostos, entre outros auxílios que o governo vem a oferecer. Assim sendo, estes empreendedores mostram que conseguem ver benefícios em paga-los:

“Quanto ao imposto, existem dois tipos, aquele que a alíquota vai aumentando conforme o faturamento, quanto mais você ganha, mais você paga, é mais o caso de pequenos empreendedores [...] e tem aquele quando você já é uma empresa maior que tem um percentual fixo. E o governo está declinando estas alíquotas a cada ano que passa, ou seja, você pode perceber que o governo está facilitando para o surgimento e crescimento das empresas”. (Entrevistado EA2).

“A partir do momento que tu formaliza teu negócio e passa a pagar impostos, o governo te dá um respaldo maior [...] por exemplo, tudo que eu invisto em compras pro negócio, 10% eu posso declarar pra ter de

volta [...] eu também consigo financiamentos diversos [...] então eu acho que facilita muito”. (Entrevistado EA6).

“Mas nunca atrapalhou, não é barato, mas não vejo como negativo [...] a gente vê que todo o imposto volta assim não só pro negócio, mas pra sociedade também. Tem segurança, tem lazer, é limpo”. (Entrevistado EA1).

Contrariando a resposta da maioria dos entrevistados, o entrevistado EA5 diz o seguinte: “Os impostos são muito altos. Tens que manter sempre um nível de serviço alto para poder pagar teus impostos, se não, não consegue manter. É difícil manter pagamento dos funcionários, impostos em dia e ainda manter lucro”. Acredita-se que o entrevistado EA5 possa ter esta visão por influência da sua área de atuação, que seria a construção civil. Ainda nas palavras do entrevistado EA5, esta área seria extremamente saturada na Austrália, mas ainda atraí à muitas empreiteiras locais e, inclusive, internacionais. Neste sentido, presume-se que o governo possa praticar leis e impostos mais rigorosos na tentativa de regularizar o mercado e tentar diminuir o interesse de novas empreiteiras.

Ainda na questão de tributos e legislação, na fala do entrevistado EA2 é possível identificar que o governo está preocupado com questões de regulamentação do mercado para uma competição sadia:

“Outro dia eu estava num evento com o ministro dos pequenos negócios a nível estadual [...] ele estava contando do trabalho que vem fazendo para facilitar com que as pequenas empresas também entrem em concorrências públicas para atender serviços e produtos para hospitais, escolas, lugares públicos locais em geral. Ou seja, ele quer que empresas locais tenham preferência em suas respectivas localidades frente a outros grandes fornecedores, desta forma ele trabalha os impostos, entre outras questões, para que isso aconteça [...] então, você vê que eles estão percebendo, eles querem isso [...] o governo mais ajuda, do que atrapalha”.(entrevistado EA2).

Outro descontentamento apresentado anteriormente, foi em relação as leis trabalhistas no Brasil, pelo fato de, na visão dos empreendedores, favorecerem somente aos trabalhadores. Neste sentido, buscou-se identificar como esta questão vem a impactar no ambiente empreendedor australiano:

“As leis trabalhistas são mais flexíveis e de certa forma tu não fica amarrado a um trabalhador. Isso é bom pois o trabalhador se empenha

mais e o empreendedor não fica limitado e com medo de contratar pessoas”. (Entrevistado EA5).

Esta flexibilidade abordada pelos empreendedores que atuam na Austrália, seria de que as leis trabalhistas do país protegem tanto os interesses do trabalhador, quanto do empreendedor, proporcionando um equilíbrio entre auxiliar ambas as partes.

Num âmbito geral, nota-se que a maioria dos entrevistados se mostram satisfeitos com o processo de abertura de empresas e as leis que regem os empreendimentos na Austrália. Quanto aos impostos, mesmo sendo consideráveis, a maioria dos empreendedores não os enxergam como algo negativo, pois conseguem ver os benefícios que o governo proporciona para os empreendedores e sociedade como um todo. Da mesma forma que conseguem identificar esforços do governo para uma competição sadia entre os empreendedores. Estas ideias vêm ao encontro com o que abordam especialistas ligados à área de empreendedorismo na Austrália, onde afirmam que as políticas regulatórias de leis e tributos no país são satisfatórias, embora consideram que há espaço para melhorias. (BOSMA *et al.*, 2020).

Dando sequência, procurou-se saber se a Austrália fornecia algum tipo de apoio financeiro a estes empreendedores:

“Em termos financeiros, o governo não vai dar dinheiro pra ninguém abrir negócio, isso ele não faz. Mas ele disponibiliza os grants, que são os financiamentos facilitados [...] tem financiamento para expandir, contratar pessoas, abrir o negócio em si, vários tipos. Na medida que você apresenta um projeto, um bussiness plan, e provar que irá direcionar verba pro projeto que especificou, você tem acesso ao grant”.(Entrevistado EA2).

“Fornecem, por exemplo, financiamentos, se eu fosse comprar uma máquina parcelada, eu iria pagar juros muitos baixos, entre outras coisas [...] o governo me dá muita alternativa de poder empreender, sabe ” (Entrevistado EA4).

Os empreendedores também explicam a importância de manter-se organizado com as questões fiscais (cumprimento de leis, pagamento correto de impostos). No sentido de que, se você procura algum benefício, seja ele a possibilidade de aplicar para financiamentos ou até mesmo garantir um visto permanente por intermédio do seu negócio, o governo irá exigir esta organização.

“A gente investiu em contador desde o início do negócio, não é algo barato, mas por exemplo, agora conseguimos um financiamento para o negócio, porque tínhamos todas as informações organizadas [...] tem que ser o mais correto o possível e ter tudo organizado desde o comecinho”. (Entrevistado EA6).

“Imposto acho que não atrapalha não. A gente faz tudo certinho e declara, pois mais pra frente queremos ter um histórico, pra verem que a gente sempre declarou e isso facilitar que a gente pegue um visto de residência, empréstimos futuros”. (Entrevistado EA1).

Seguindo com as entrevistas, buscou-se identificar se existiam ferramentas de apoio ao empreendedorismo no país:

“Existem várias ferramentas de apoio, como parques tecnológicos, incubadoras, créditos, consultorias, mas não pra estudantes”. (Entrevistado EA1).

“O governo australiano tem vários programas que incentivam os empreendedores [...] programas para mulheres empreendedoras, com cursos gratuitos [...] existe o programa business connect onde as pessoas conseguem ter consultorias, mentorias em áreas que vão de marketing pro teu negócio à finanças, tudo gratuito [...] existem incubadoras, aqui tem o Sydney Startup Hub, que também tem áreas de coworking space e inclusive tem uma escola de empreendedorismo neste local”. (Entrevistado EA2).

“São diversos websites de apoio ao empreendedor também, para se educar e ter acesso à informação, pra fazer a coisa certa. (Entrevistado EA5).

Entretanto, apenas um dos entrevistados teve uma resposta contrária aos demais: “Eu não faço nenhum uso e pelo o que eu converso com outros amigos empresários isso não é muito forte aqui, eu não uso nada”. (Entrevistado EA3). Presume-se que a resposta deste empreendedor está ligada ao fato dele morar na Austrália por apenas 6 meses, ao contrário dos demais empreendedores que já residem no país por mais anos. Neste sentido, o pouco tempo de vivência no país de certa forma pode ser o que limitou o seu networking, bem como acesso a este tipo de informação, questões que talvez possam ser trabalhadas com o passar dos anos.

Segundo as respostas obtidas, foi possível identificar que auxílios, tanto do âmbito financeiro quando instrutivo, são fornecidos aos empreendedores que atuam na Austrália. A partir disso, fica claro que as políticas públicas de fomento ao

empreendedorismo são bastante difundidas e existe uma preocupação com a educação empreendedora do país, indo de acordo como que apontam especialistas da esfera empreendedora na Austrália. (BOSMA *et al.*, 2020).

Outra questão também abordada com estes entrevistados, foi como a inovação, P&D e novas tecnologias no país poderiam impactar nos seus negócios.

“A inovação, tecnologia e informação impactam de maneira positiva [...] quando você tem um negócio você precisa inovar junto, ir conforme a onda [...] se você parar, não só na Austrália, mas no mundo inteiro, a tecnologia vai passar por cima de você, todas as pessoas são substituíveis”. (Entrevistado EA2).

“Tudo que traz inovação, tecnologia e novidades, vai dar um impacto positivo” (Entrevistado EA1).

Ao contrário dos empreendedores que atuam no Brasil, na fala destes entrevistados não foi possível identificar nenhum tipo de receio em relação a inovação, P&D e novas tecnologias na Austrália. Pelo contrário, eles se mostraram bastante abertos, positivos e satisfeitos em relação a isso. Entretanto, especialistas australianos da área de empreendedorismo afirmam que o país poderia melhorar suas políticas que acelerem a P&D. (BOSMA *et al.*, 2020).

Nas conversas com os empreendedores, a entrevistadora pode perceber que aspectos avaliados como desfavoráveis ao empreendedorismo, por parte de brasileiros que atuam na Austrália, estão ligados a situação legal em que se encontram no país. Em outras palavras, vistos temporários, como o visto de estudante que alguns dos entrevistados possuem, os limita na questão de horas de trabalho, bem como ao acesso a financiamentos e empréstimos no país. Segundo os entrevistados e a experiência da própria pesquisadora, é sabido que na Austrália, para poder ter uma jornada de trabalho de mais de 20h e direito a certos incentivos do governo, o indivíduo precisa ter um visto permanente (residência ou cidadania, por exemplo).

“Eu como estudante não tenho benefícios do governo, eu até tentei já ir atrás disso, mas não sendo residente eu não tenho direito. Mas a informação que eu tenho é que sim, que eles ajudam muito [...] financiamento, suporte, só nunca fui atrás por não ser residente mesmo”. (Entrevistado EA1).

“Mesmo num visto de estudante tu pode abrir um negócio na Austrália, trabalha-se no limite de 20 horas semanais, mas é permitido”. (Entrevistado EA6).

“Para programas ligados a financiamentos você precisa ser residente, mas para, por exemplo, alguns tipos de consultorias gratuitas, não”. (Entrevistado EA2).

A barreira linguística também foi uma dificuldade apresentada pelos entrevistados. Devido ao fato de que o inglês não é a primeira língua, isto pode atrapalhar tanto nos negócios, como na interpretação das leis, entre outras situações relacionadas ao empreendimento. Entretanto, eles apontam que esta é uma dificuldade facilmente superada com os anos, na medida que se adquire a fluência no inglês.

Com as ideias apresentadas neste item, fica claro que, na visão dos entrevistados, a Austrália apresenta diversos aspectos que impactam positivamente no processo empreendedor. A partir disso, foi constatado que, pode-se questionar se as opiniões trazidas por estes empreendedores não são uma questão de senso comum, influenciadas pelo que se vem a chamar de “complexo de vira-lata³”. Neste sentido, não se está invalidando os resultados até então apresentados, pelo contrário, está se pensando em como estes resultados também poderiam influenciar estes empreendedores. Algo que, inclusive, poderia gerar uma nova pesquisa e um estudo mais aprofundado, levando em consideração que a lógica de ir para um novo país misturado com o prestígio que isso proporciona, pode despertar um senso comparativo e de inferiorização nestes brasileiros, mas que estes ainda poderiam focar nos aspectos positivos, ponderando em menor intensidade os aspectos negativos do contexto.

Sumarizando as ideias abordadas neste item, pode-se destacar que dentre os aspectos positivos, estes empreendedores se mostram satisfeitos com as ferramentas de apoio fornecidas pelo país, da mesma forma que reconhecem que o ambiente regulatório favorece ao empreendedorismo. Eles afirmam que existem políticas públicas para promover o empreendedorismo e que o governo se preocupa com a educação empreendedora do país. Dentre os aspectos negativos, explicam que o apoio financeiro existe, entretanto, somente é disponível para aqueles com

³ Expressão criada pelo escritor Nelson Rodrigues, que defini a falta de autoestima dos brasileiros frente a outros países. (AURÍLIO, 2016). Texto original disponível em: <https://extra.globo.com/casos-de-policia/comissario-de-policia/o-complexo-de-vira-lata-18416074.html>

visto de residência ou cidadania no país. Outra dificuldade para os empreendedores com vistos temporários, seria a limitação nas horas de trabalho. E uma preocupação comum a todos, seria a falta de fluência no inglês, que poderia vir a atrapalhar nos negócios. No entanto, de uma forma geral, consideram que o governo reconhece a importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento econômico do país. Neste sentido, defendem que a Austrália fornece um contexto favorável ao empreendedorismo, com muitas oportunidades e mercados pouco explorados.

Os aspectos do contexto australiano aqui definidos são retomados no próximo item, sintetizados (quadro 18, p.102) já destacando-os enquanto vantagens e desvantagens.

4.4 AS VANTAGENS E DESVANTAGENS DE EMPREENDER NO BRASIL OU NA AUSTRÁLIA A PARTIR DA VISÃO DO GRUPO DE EMPREENDEDORES BRASILEIROS ESTUDADO

Este item tem o intuito de responder ao objetivo específico que diz respeito a identificar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália, na visão do grupo de empreendedores estudado. Para tanto, aqui são retomadas falas dos subitens anteriores, bem como serão apresentadas as ideias do grupo entrevistado acerca do tema, de maneira a complementar o assunto.

Na medida que compreendeu-se os fatores ambientais que regem e estimulam atitudes empreendedoras (PEREIRA *et al.*, 2014), conforme proposto nos itens anteriores, foi possível identificar aspectos relevantes do contexto empreendedor do Brasil e da Austrália. Estes aspectos por sua vez, também podem ser interpretados como vantagens ou desvantagens de empreender nestes países. As quais são apresentadas no quadro abaixo, de acordo com a visão dos empreendedores entrevistados.

Quadro 17: As vantagens e desvantagens de empreender no Brasil, para os empreendedores brasileiros que lá atuam

(Continua)

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecem que o Brasil proporciona P&D, novas tecnologias e inovações 	<ul style="list-style-type: none"> • O contexto não é favorável ao empreendedorismo

(Conclusão)

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Têm conhecimento da existência de ferramentas de apoio fornecidas pelo governo, mesmo optando por ferramentas de apoio privadas • Existem SNI no Brasil que proporcionam ecossistemas de inovação e empreendedorismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Processo de abertura das empresas é muito longo e bastante burocrático • Prática de altos impostos (que podem resultar em sonegação) • Não existe retorno do governo (para o negócio e para sociedade) frente a altas taxas de imposto • Falta de leis que incentivem ao empreendedorismo (que muitas vezes podem resultar no descumprimento de leis) • Políticas públicas para promover o empreendedorismo: inexistentes ou precárias • Educação empreendedora no país: inexistente ou precária • Apoio financeiro é precário • Ausência de regulamentações de mercado para uma competição sadia • Consideram que há riscos de certos tipos de inovações existirem para suprir os interesses de uma minoria, no lugar de favorecer ao empreendedor

Fonte: Elaborado pela autora

Nesta mesma linha, abaixo são apresentadas vantagens e desvantagens de empreender na Austrália, para os empreendedores brasileiros que lá atuam:

Quadro 18: As vantagens e desvantagens de empreender na Austrália, para os empreendedores brasileiros que lá atuam

(Continua)

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Contexto favorável ao empreendedorismo • Muitas oportunidades e mercados pouco explorados • Processo de abertura das empresas facilitado • Governo facilita para que os negócios tenham sucesso e reconhecem a importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento econômico do país • Leis que regem os empreendimentos e impostos praticados são ideais • Existem políticas públicas para promover o 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitação nas horas de trabalho para àqueles com vistos temporários (não residentes e não cidadãos) • Falta de disponibilidade de empréstimos para àqueles com vistos temporários (não residentes e não cidadãos) • O idioma pode gerar dificuldades no momento de empreender

(Conclusão)

Vantagens	Desvantagens
<p>empreendedorismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe educação empreendedora no país • Há ferramentas de apoio fornecidas pelo governo • Apoio financeiro para o empreendedor é satisfatório • Proporciona P&D, novas tecnologias e inovações com um impacto positivo nos negócios • Existem regulamentações de mercado para uma competição sadia • Existe retorno do governo (tanto para o negócio, quanto para a sociedade) frente a taxas de imposto pagas • Mão de obra brasileira é muito valorizada 	

Fonte: Elaborado pela autora

De forma a complementar as listas de vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou na Austrália, a pesquisadora dedicou o bloco final da entrevista a fazer com que estes empreendedores refletissem, de maneira mais direta, sobre os prós e contras de empreender nestes dois países.

Durante a reflexão proposta, muitas das vantagens e desvantagens já identificadas anteriormente foram novamente mencionadas pelos entrevistados. Entretanto, a pesquisadora procurou instigar aquelas respostas não obtidas anteriormente e que seriam complementares ao estudo. Desta forma, nos parágrafos que seguem serão apresentadas algumas destas falas.

Dentre as vantagens expostas pelos brasileiros que empreendem no Brasil, a autonomia de ser responsável pela própria fonte de renda foi unanimemente abordada, visto que estes empreendedores consideram que ser funcionário no Brasil hoje em dia não apresenta vantagens e os limita em termos financeiros:

“Você tem a oportunidade de fazer bastante dinheiro e crescer, algo que seria difícil de conquistar trabalhando para alguém. Sendo funcionário no Brasil, as chances são de ganhar a mesma coisa sempre. Agora, empreendendo tem mais chances de crescer, prosperar e aumentar tua renda”. (Entrevistado EB1).

“Eu sei que se eu tivesse trabalhando para os outros, eu não estaria ganhando o que estou ganhando hoje. Tu pode sonhar um pouco mais. Também sem se preocupar em perder o emprego”. (Entrevistado EB5).

“Acho que trabalhar no regime trabalhista do Brasil desmotiva, são muitas horas de trabalho pra pouco salário. Como empreendedora eu trabalho muito mais, mas me motiva saber que posso ganhar mais”. (Entrevistado EB7).

“Sou responsável pelo meu crescimento, não dependo de promoções pra ganhar mais. O salário no Brasil é muito baixo, é uma vantagem não depender disso. Tem também a politicagem das empresas, onde depende do bom relacionamento pra assumir boas posições e isso não me atrai muito”. (Entrevistado EB3).

Outra vantagem comum a estes empreendedores, foi a autonomia de fazer os próprios horários, conforme relatado pelo entrevistado EB1: “Sendo dona do próprio negócio, eu faço meus horários. Se eu fosse funcionária, eu teria horário fixo pra ir trabalhar”. Da mesma forma que o entrevistado EB3 complementa: “Não preciso me sujeitar as altas cargas horarias que o regime CLT do Brasil impõe, posso fazer meus horários”.

Diante disso, pode-se pensar que esses indivíduos levam o empreendedorismo como um modo de vida, na medida que enxergam a autonomia e depender dos próprios esforços como vantagens em empreender no Brasil. (BESSANT; TIDD, 2009).

Os entrevistados que empreendem no Brasil também citam como o domínio da cultura, da língua falada no país, o entendimento sobre aspectos do comportamento do consumidor e sobre aspectos econômicos podem passar mais segurança na hora de empreender, sendo, portanto, vantagens a serem destacadas.

“Aqui no Brasil eu conheço a cultura do país, conheço a economia. Então em outro país eu teria que começar do zero em relação a isso, buscar ter todo esse entendimento, da cultura do povo, como funciona a sociedade, como funciona a economia, empregos, burocracia, tudo, para daí conseguir empreender algo”. (Entrevistado EB2).

“É o país que eu conheço, o que apresenta menores riscos pro meu negócio e me passa mais confiança. Deve ser difícil empreender fora do teu país né”. (Entrevistado EB3).

“Acho que empreender no teu lugar, onde tu domina e conhece, é uma vantagem. O Brasil tem muitos problemas, mas eu conheço estes problemas pelo menos.” (Entrevistado EB4).

“Eu ter uma bagagem de conhecimento na minha área, conhecer a cultura do país também, falar a língua nativa do país, são questões que me deixam segura de empreender no Brasil e acho que isso são vantagens”. (Entrevistado EB6).

Passando para as desvantagens de empreender no Brasil, do ponto de vista destes brasileiros entrevistados, a pesquisadora pode identificar duas desvantagens que complementam as falas anteriores. A primeira, estaria ligada aos problemas financeiros do país, que corroboram para um baixo poder aquisitivo dos brasileiros, indo a favor do que aborda Alves (2019), quando afirma que o Brasil é uma país de renda per capita média, se comparado com a Austrália cuja renda per capita é de quase três vezes a da brasileira. Já a segunda, estaria ligada a instabilidade financeira que se corre o risco de enfrentar nos primeiros anos do negócio.

“Por ser um país com vários problemas financeiros e não tão bem desenvolvido, a maioria das pessoas não tem um bom poder aquisitivo, muitas vezes tem que priorizar um teto pra morar e algo pra comer e isso pode ser uma ameaça pros negócios no Brasil”. Entrevistado EB4

“Você tem um certo risco de instabilidade financeira empreendendo. Pode levar questão de anos para você adquirir estabilidade com seu negócio”. Entrevistado EB1

Dando sequência, a autora procurou identificar as vantagens e desvantagens de empreender na Austrália, do ponto de vista dos brasileiros que lá atuam. Da mesma forma que anteriormente, somente as respostas complementares serão destacadas a seguir.

Dentre as vantagens expostas pelos brasileiros que empreendem na Austrália, eles citaram que o país é economicamente desenvolvido e proporciona uma alta qualidade de vida.

“Eu vejo bastante vantagem de empreender na Austrália, é um país em constante crescimento, tem muita oportunidade e ainda é um país de primeiro mundo também”. (Entrevistado EA1).

“É um país relativamente novo, com uma economia forte, entretanto, em constante desenvolvimento. A Austrália passou mais de 30 anos sem ter recessão”. (Entrevistado EA2).

“vejo a qualidade de vida que tenho na Austrália como uma vantagem. Se o empreendedorismo funciona, se tu tá indo bem no teu negócio, tu te

uma qualidade de vida muito melhor, que tu não teria no Brasil”. (Entrevistado EA5).

“A Austrália oferece uma ótima qualidade de vida. Viver vem antes de ganhar dinheiro, não tem essa coisa do status, de trabalhar muito e ver só o dinheiro como o principal”. (Entrevistado EA6).

Estas falas confirmam o que aborda Alves (2019), quando explica que a Austrália tem uma economia altamente desenvolvida e que vem crescendo constantemente, sem recessões, por cerca de 30 anos.

Consequentemente, eles relatam a vantagem do poder aquisitivo das pessoas que vivem na Austrália, sendo que isso é fundamental para o sucesso dos seus negócios, como traz o entrevistado EA1: “Pro negócio é bom que o poder aquisitivo na Austrália é melhor, então, as pessoas pagam o preço pelo teu produto ou serviço sem reclamar”.

Passando para as desvantagens de empreender na Austrália, do ponto de vista destes brasileiros entrevistados, a pesquisadora pode identificar algumas desvantagens que complementam as falas anteriores. A primeira foi relativa ao alto custo de montar um negócio no país, aliado ao custo de vida em si que, segundo estes entrevistados, seria alto. Após, foi abordada a questão de viver longe da família e, também, quanto a falta de conhecimento sobre o mercado local e comportamento do consumidor.

“Austrália é um país muito caro. Hoje pra ti montar um negócio com ponto comercial por exemplo, complica, sai caro. Eu fiz todo um planejamento pra tentar abrir um ponto e com os custos fixos, ficou algo surreal assim”. (Entrevistado EA1).

“A falta de conhecimento do mercado é algo que pode atrapalhar. Falta de conhecimento local, de como as coisas funcionam, o comportamento do consumidor”. (Entrevistado EA2).

“É complicado não ter família por perto. Não só por questões financeiras, questão de apoio também. Tanto as coisas ruins, quanto boas do negócio, quando a família tá perto é legal de dividir”. (Entrevistado EA3).

Com as ideias apresentadas por estes empreendedores, a pesquisadora pode complementar a lista de vantagens e desvantagens de empreender nestes dois países. Desta forma, o quadro 19, a seguir, vem a sumarizar todas as ideias trazidas

até então acerca das vantagens e desvantagens de empreender na Austrália e no Brasil, respondendo ao terceiro e último objetivo específico desta pesquisa.

Quadro 19: Vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou na Austrália na visão do grupo de empreendedores estudado

	Austrália	Brasil
VANTAGENS	<ul style="list-style-type: none"> Contexto favorável ao empreendedorismo Muitas oportunidades e mercados pouco explorados Processo de abertura das empresas facilitado Governo facilita o sucesso e reconhece a importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento econômico do país Leis que regem os empreendimentos e impostos praticados são ideais Existem políticas públicas para promover o empreendedorismo e SNI Existe educação empreendedora no país Existem ferramentas de apoio ao empreendedorismo Apoio financeiro para o empreendedor é satisfatório Proporciona P&D, novas tecnologias e inovações com um impacto positivo nos negócios Existem regulamentações de mercado para uma competição sadia Existe retorno do governo frente as taxas de imposto pagas A mão de obra brasileira é muito valorizada O país é economicamente desenvolvido e proporciona uma alta qualidade de vida Alto poder aquisitivo das pessoas 	<ul style="list-style-type: none"> Maiores possibilidades de aumentar a renda sendo empreendedor Não precisar sujeitar-se as cargas horarias do regime CLT Domínio da cultura Maior entendimento sobre aspectos do comportamento do consumidor e sobre aspectos econômicos do país Reconhecem que o Brasil proporciona P&D, novas tecnologias e inovações Têm conhecimento da existência de ferramentas de apoio fornecidas pelo governo, mesmo optando por ferramentas de apoio privadas Existem SNI no Brasil que proporcionam ecossistemas de inovação e empreendedorismo
DESVANTAGENS	<ul style="list-style-type: none"> Limitação nas horas de trabalho para àqueles com vistos temporários (não residentes e não cidadãos) Falta de disponibilidade de empréstimos para àqueles com vistos temporários (não residentes e não cidadãos) O idioma pode gerar dificuldades no momento de empreender Alto custo de montar um negócio no país Viver longe da família e, por consequência, dificultando o apoio familiar Falta de conhecimento sobre o mercado local e comportamento do consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> O contexto não é favorável ao empreendedorismo Processo de abertura das empresas é muito longo e bastante burocrático Prática de altos impostos (que podem resultar em sonegação) Não existe retorno do governo (para o negócio e para sociedade) frente a altas taxas de imposto Falta de leis que incentivem ao empreendedorismo (que muitas vezes podem resultar no descumprimento de leis) Políticas públicas para promover o empreendedorismo: inexistentes ou precárias Educação empreendedora no país: inexistente ou precária Apoio financeiro é precário Ausência de regulamentações de mercado para uma competição sadia Consideram que há riscos de certos tipos de inovações existirem para suprir os interesses de uma minoria, no lugar de favorecer ao empreendedor Baixo poder aquisitivo dos brasileiros Instabilidade financeira nos primeiros anos do negócio

Fonte: Elaborado pela autora

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo tem um papel fundamental no desenvolvimento econômico de um país, agregando tanto um valor econômico, quanto social. O empreendedor gera empregos e riqueza, traz inovações e está cada vez mais eliminando barreiras comerciais e culturais, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e quebrando paradigmas, vindo daí sua importância para a sociedade como um todo. (DORNELAS, 2016, MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2005).

Sabendo-se do valor do empreendedorismo para a sociedade, o seu estudo se torna relevante e toda e qualquer atitude empreendedora deve ser promovida entre os países. Neste sentido, uma compreensão sobre a realidade do empreendedorismo em diferentes contextos e um entendimento sobre as motivações e características dos empreendedores, como propõe este estudo, vem a auxiliar indivíduos durante a jornada empreendedora.

Com base no exposto, a importância desta pesquisa reside em tomar conhecimento das vantagens e desvantagens em empreender, em dois cenários econômicos diferentes, a partir da visão de um grupo de empreendedores brasileiros. Tudo isso para atender ao objetivo geral deste estudo que é analisar as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou Austrália, na visão de um grupo de pequenos empreendedores brasileiros. E para auxiliar a pesquisadora a atingir este objetivo, foram estabelecidos três objetivos específicos, que demandam reflexões acerca de cada um deles.

Em relação ao primeiro objetivo específico, o propósito foi conhecer o perfil destes pequenos empreendedores brasileiros que empreendem no Brasil ou Austrália. Após uma cuidadosa análise sobre as motivações que levaram aos 13 (treze) entrevistados a empreender, assim, evidenciando suas características empreendedoras, conclui-se que o perfil do empreendedor brasileiro que atua na Austrália e o perfil do empreendedor brasileiro que atua no Brasil, possuem aspectos bastante similares. Ambos os grupos apresentam mais de uma motivação para empreender, sendo comuns a todos eles o networking, a experiência prévia, o histórico familiar de empreendedorismo, a busca por autonomia e independência e a identificação de uma oportunidade, motivações estas, que vem ao encontro com o que abordam os autores estudados na presente pesquisa.

Relativo a características peculiares de cada grupo, os empreendedores brasileiros que atuam no Brasil, também apresentam o incentivo de pessoas do meio de convívio e a busca pela autonomia financeira como seus fatores motivadores. Assim como os empreendedores brasileiros que atuam na Austrália acrescentam as suas motivações, a intenção de gerar um impacto positivo na sociedade e a busca por uma forma de sustento ao imigrar para um novo país.

Entretanto, uma análise mais cuidadosa das vantagens de desvantagens de empreender no Brasil ou na Austrália (quadro 19, p. 107), aponta que brasileiros empreendem na Austrália em resposta ao estímulo que um ambiente favorável proporciona. Enquanto no Brasil, os brasileiros empreendem em resposta às suas necessidades pessoais, frente a dilemas enfrentados no país.

No que concerne as características empreendedoras dos entrevistados, foi possível constatar que, além de ambos os grupos apresentarem características similares, elas vieram a coincidir com as características abordadas pelos autores trazidos no referencial teórico do presente estudo. Outro ponto identificado foi que, os empreendedores que atuam na Austrália tiveram uma maior facilidade de apontar suas características empreendedoras, se comparado com àqueles que atuam no Brasil, demonstrando, de certa forma, um melhor preparo e conhecimento acerca da esfera empreendedora.

Já o segundo objetivo específico buscou compreender os principais aspectos do contexto empreendedor do Brasil e da Austrália que impactam diretamente no processo empreendedor do grupo estudado. Como resultado, foi possível identificar que os 7 (sete) empreendedores que atuam no Brasil consideram que o ambiente do país não é favorável ao empreendedorismo, já os 6 (seis) empreendedores que atuam na Austrália, consideram que lá o ambiente é sim propício ao empreendedorismo.

Embora os empreendedores que atuam no Brasil tenham este posicionamento, eles afirmam que isto não os impedem de empreender. Estes empreendedores apontam que o ato de empreender está mais ligado a questão deles serem empreendedores genuínos tendo o incentivo partindo, em sua maior parte, de suas próprias características e atitudes empreendedoras, não levando em consideração se o contexto empreendedor ser favorável ou não.

No que concerne aos empreendedores brasileiros que atuam na Austrália, além de estes considerarem o ambiente favorável ao empreendedorismo, eles

também enfatizarem que o governo reconhece a importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento econômico do país e, inclusive, fornece um contexto que instiga suas características empreendedoras.

No que tange ao último objetivo específico, ele visava identificar vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália, na visão do grupo de empreendedores estudado. Como resultado, conclui-se que, na visão destes empreendedores, a Austrália apresenta maiores vantagens em se empreender, do que o Brasil. Da mesma forma que, estes mesmos empreendedores destacam que o Brasil apresenta mais desvantagens em se empreender, se comparado com a Austrália. E para defender este ponto de vista, os empreendedores trouxeram diferentes aspectos do contexto empreendedor australiano e brasileiro, que foram traduzidos pela pesquisadora em vantagens ou desvantagens de empreender em cada país.

Pode-se concluir que as principais vantagens de empreender no Brasil estariam mais ligadas a questões culturais do país e a própria atitude empreendedora dos entrevistados. Entretanto na Austrália, as principais vantagens em empreender teriam uma origem, em sua maior parte, relacionada a um contexto favorável ao empreendedorismo. Já as principais desvantagens de empreender no Brasil, vem ao encontro, justamente, com um ambiente desfavorável. Enquanto na Austrália, as principais desvantagens de empreender estão ligadas, justamente, a questões culturais, como o idioma e a limitações impostas a imigrantes. Neste sentido, torna-se interessante ressaltar que o que vem a nortear as principais vantagens para um país é, justamente, o que em um caminho oposto, vem a ser as desvantagens do outro.

Através dos resultados encontrados foi possível responder à questão problema desse trabalho: **quais as principais vantagens e desvantagens percebidas por um grupo pequenos de empreendedores brasileiros que desenvolvem seus empreendimentos no Brasil ou Austrália?**

Desta forma, conclui-se que o contexto empreendedor australiano é favorável ao empreendedorismo e engloba as mais diversas políticas de fomento, que promovem desde a educação empreendedora, até viabilização de leis e tributos mais propícios ao empreendedorismo. Além disso, ele é composto por muitas oportunidades e mercados pouco explorados, sendo estas as principais vantagens vistas em empreender na Austrália. Já o contexto brasileiro, apresenta como

principais vantagens o domínio da cultura e idioma do país, um maior entendimento sobre aspectos do comportamento do consumidor, bem como uma autonomia financeira, com maiores chances de aumento de renda, sendo empreendedor (se comparado a trabalhar para um empregador brasileiro).

No entanto, vale ressaltar que, embora o exposto seja baseado na visão dos empreendedores, não significa que o contexto brasileiro não ofereça políticas de fomento ao empreendedorismo, mas sim que, talvez estas políticas não são tão eficazes ou tão bem divulgadas quanto na Austrália, a ponto de serem reconhecidas como vantagens por estes entrevistados. Ou ainda, talvez os empreendedores brasileiros que atuam no Brasil, pela falta de credibilidade nas ações que tem origem do governo, ou por talvez um comodismo, optam por não buscar essas informações e permanecer no obscurantismo.

Da mesma forma que, para aqueles que atuam na Austrália, com o passar dos anos, a cultura, o idioma e o comportamento do consumidor podem deixar de serem vistas como desvantagens, na medida que estes empreendedores venham a se habituar com o país.

No que diz respeito as principais desvantagens de empreender na Austrália, conclui-se que elas estão mais ligadas a situação legal destes empreendedores no país. Neste sentido, constatou-se que indivíduos com vistos temporários tendem a enfrentar maiores dificuldades em empreender no país, frente a desvantagens como as limitações de horas de trabalho e a falta de disponibilidade de empréstimos. No entanto, estas são questões que não atingem a empreendedores com vistos de residência permanente ou cidadania no país.

Quanto as principais desvantagens de empreender no Brasil, conclui-se, portanto, que o país não fornece um contexto favorável ao empreendedorismo, com a prática de altos impostos, burocratização e leis que desfavorecem ao empreendedor, apoio financeiro precário e ausência de regulamentações de mercado para uma competição sadia.

Frente a todas as reflexões proporcionadas por este estudo, conclui-se ainda, que para empreender o indivíduo deve ir além de analisar o quão favorável ao empreendedorismo um contexto possa ser. Frente a isso, ele também deve levar em conta as suas próprias características empreendedoras, na medida que, são elas que vão caucionar o seu empreendimento, através da suas habilidades e persistência, mesmo quando exposto a um ambiente que apresente dificuldades.

Ressalta-se que a ideia deste estudo não é banalizar a capacidade empreendedora de determinado país, mas sim, evidenciar fatores que favoreçam atitudes empreendedoras, de forma que possam ser replicados em diferentes contextos. E ainda, ajudar brasileiros, em posição de empreender, a desenvolver uma visão crítica que os auxiliará a tomar melhores decisões durante jornada empreendedora.

Assim sendo, entende-se que ambos contextos, frente a suas particularidades, são passíveis de melhorias. Quanto a Austrália, seria interessante se as vantagens de uma jornada de trabalho sem limitações de horas e acesso a empréstimos fossem estendidas a indivíduos que apresentarem um plano de negócio adequado. Da mesma forma que, no Brasil, as atuais políticas públicas e a própria educação empreendedora poderiam ser melhor estruturadas, visando o seu aprimoramento e adequação as necessidades apontadas no presente estudo, bem como poderia existir um maior empenho para que as mesmas fossem divulgadas entre os empreendedores.

No que diz respeito a novas pesquisas nesta área, sugere-se que sejam realizadas pesquisas quantitativas para verificar se outros empreendedores validariam a visão acerca das vantagens e desvantagens de empreender no Brasil ou na Austrália, aqui apresentadas pelo grupo de empreendedores entrevistados. Da mesma forma que, seria válido um estudo qualitativo, seguindo os pilares do que aqui foi apresentado, entrevistando a empreendedores australianos que empreendem na Austrália, para ver se eles percebem as mesmas vantagens e desvantagens expostas pelos brasileiros.

REFERÊNCIAS

ALVES, José Eustáquio Diniz. A Austrália cresce há 30 anos e tem o 3º IDH, grande contraste com o Brasil. **EcoDebate**, 2019. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2019/04/01/a-australia-cresce-ha-30-anos-e-tem-o-3-idh-grande-contraste-com-o-brasil-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (ABS). **Data by Region: New South Wales**. Belconnen: ABS, c2020. Disponível em: <https://itt.abs.gov.au/itt/r.jsp?databyregion>. Acesso em 30 Abril 2020.

AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo contemporâneo: Teorias e Tipologias**. São Paulo: Atlas, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: Uma Visão do Processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BEBER, Andriei José. Empreendedorismo e o desenvolvimento econômico. **Contadores: Notícias**, 2017. Disponível em: <https://contadores.cnt.br/noticias/artigos/2017/07/27/empreendedorismo-e-o-desenvolvimento-economico.html>. Acesso em 31 mar. 2020.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Empreendedorismo e armadilhas comportamentais: causalidades, emoções e complexidade**. São Paulo: Atlas, 2015.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BOSMA, Niels *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 global report**. London: London Business School, 2020. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>. Acesso em: 16 mar. 2020.

BOSMA, Niels; KELLEY, Donna. **Global Entrepreneurship Monitor: 2018/2019 global report**. Santiago: Universidad del Desarrollo, 2018. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213>. Acesso em: 20 out. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Manole, 2012.

CUNHA, Cleverson *et al.* **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2018**. Coordenação Geral Simara Maria de Souza Silveira Greco. Curitiba: IBQP; London: GEM, 2018. Disponível em: <http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20-%20Brasil%202018%20-%20web.pdf>. Acesso em: 20 out. 2019.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 6 ed. re. e atual. São Paulo: Atlas, 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597005257/>. Acesso em: 26 Jan 2020.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 ed. re. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo para visionários**: Desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2516-2/>. Acesso em: 21 Out 2019.

EASY OF DOING BUSINESS (EDB). **Rankings**. Washington, DC: WBG, c2020. Disponível em: <https://portugues.doingbusiness.org/pt/rankings>. Acesso em: 30 abr. 2020.

EDUCA MAIS BRASIL. **Economia no Brasil**. [Brasília]: Educa Mais Brasil, c2020. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/geografia/economia-no-brasil>. Acesso em: 30 abr. 2020.

ETZKOWITZ, Henry; ZHOU, Chunyam. Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 31, n. 90, p. 23-48, mai./ago. 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142017000200023&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em 20 out. 2019.

FERNANDES, Cláudio. História: A crise financeira. **Escola Kids**, [São Paulo]: UOL, c2020. Disponível em: <https://escolakids.uol.com.br/historia/a-crise-financeira-de-2008.htm>. Acesso em: 11 ago. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/epubcfi/6/48%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dchapter16%5D!/4/184%400:0>. Acesso em: 2 abr. 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Global report: 2017/18**. Wellesley: GERA, c2018. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50012>. Acesso em: 20 out. 2019.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades e Estados**: Rio Grande do Sul. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/.html?>. Acesso em: 30 abr. 2020.

LAGE, Ana Cristina de Alvarenga *et al.* **Mapeamento dos mecanismos de geração de empreendimentos inovadores no Brasil**. Coordenação Geral Guilherme Ary Plonski. Brasília, DF: ANPROTEC: MCTIC, 2019. Disponível em: <https://informativo.anprotec.org.br/mapeamento-dos-mecanismos-de-geracao-de-empresendimentos-inovadores>. Acesso em: 20 ago. 2019.

MALHEIROS, Rita de Cássia da C.; FERLA, Luiz A.; CUNHA, Cristiano J.C. A. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: IEA, 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MELHADO, João; GONÇALVES, Pamella. **Observatório do empreendedorismo**. [São Paulo]: Endeavor, 2013. Disponível em: <http://info.endeavor.org.br/observatorio-do-empresendedorismo-relatorio>. Acesso em: 17 mai. 2020.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES (MRE). **Como Exportar. Austrália**. Brasília: DRP, c2017. Disponível em: <https://investexportbrasil.dpr.gov.br/arquivos/Publicacoes/ComoExportar/CEXAustrali a.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2020.

NASCIMENTO, Aurílio. Casos de polícia: Complexo de vira-lata. **Jornal extra**, Rio de Janeiro, jan. 2016. Disponível em: <https://extra.globo.com/casos-de-policia/comissario-de-policia/o-complexo-de-vira-lata-18416074.html> . Acesso em: 21 jun. 2020.

PARQUE TECNOLÓGICO DE SÃO LEOPOLDO (TECNOSINOS). **Sobre**. São Leopoldo: TECNOSINOS, 2020. Disponível em: <https://www.tecnosinos.com.br/sobre/>. Acesso em: 4 mar. 2020.

PEREIRA, Alexandre *et al.* **Empreendedorismo e plano de negócios**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; DE MELLO, Maria Ivone. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3 ed. 8 reimpr. São Paulo: Atlas, 2013.

SACCOL, Amarolinda *et al.* **Metodologia de pesquisa em Administração: uma abordagem prática**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012.

SARFATI, Gilberto. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **RAP - Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.47, n.1, p. 25-48, jan/fev. 2013. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/7302/5795>. Acesso em: 10 abr. 2020.

SARKAR. Soumodip. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SETORES DE PROMOÇÃO COMERCIAL, INVESTIMENTO E TURISMO (SECOMS). **Como empreender na Austrália: orientação para empreendedores**. [Sydney]: MRE, c2018. Disponível em: <https://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/Sydney/pt-br/file/Guia%20Como%20Empreender%20na%20Austr%C3%A1lia.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2020.

STEFFENS, Paul; OMAROVA, Armina. **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): 2017/18 Australian national report**. Adelaide: The University of Adelaide, 2019. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-australia-201718-report>. Acesso em: 20 out. 2019.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo Conceitos e Práticas Inovadoras**. 1 ed. São Paulo: Érica, 2014.

THE WORLD BANK GROUP. **Country: Australia**. Washington, DC: WBG, c2020. Disponível em: <https://data.worldbank.org/country/australia?view=chart>. Acesso em: 30 abr. 2020.

TRADING ECONOMICS. **Australia Business Confidence**. [New York]: TE, c2020. Disponível em: <https://tradingeconomics.com/australia/business-confidence>. Acesso em: 30 abr. 2020.

VILLELA, Tais Nasser; MAGACHO, Lygia Alessandra Magalhães. Abordagem histórica do Sistema Nacional de Inovação e o papel das Incubadoras de Empresas na interação entre agentes deste sistema. **Instituto Gênese**, Rio de Janeiro, jul. 2009. Disponível em: http://www.genesis.puc-rio.br/media/biblioteca/Abordagem_historica.pdf. Acesso em: 11 Março 2020.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

O roteiro de entrevistas a seguir foi utilizado na presente pesquisa de maneira a coletar os dados para responder aos objetivos específicos deste estudo.

(Continua)

Objetivos específicos	Perguntas aos Entrevistados	Fundamentação Teórica
a) Conhecer o perfil destes pequenos empreendedores Brasileiros que empreendem no Brasil e na Austrália;	1. Como surgiu a ideia do negócio? E o que te fez pensar que este negócio daria certo?	Bernardi (2015) Dornelas (2016) Tajra (2014)
	2. Você se considera um empreendedor inovador? Por quê?	Dornelas (2016) Tajra (2014)
	3. Levando em conta o que seria um "perfil de um empreendedor" para você. Cite 5 a 10 características que fazem de você um empreendedor:	Bessant e Tidd (2009) Mariano (2018) apud PEREIRA <i>et al.</i> , 2014)
	4. Você acredita que nasceu com estas características ou as desenvolveu com o passar dos anos?	Dornelas (2015) Bessant e Tidd (2009)
	5. Autores definem um grupo de 10 características como sendo as mais comuns a empreendedores. Conforme eu for lendo-as, por favor, confirme se você se identifica ou não com esta característica: 1. Busca de oportunidade e iniciativa. 2. Persistência. 3. Comprometimento. 4. Exigência de qualidade e eficiência. 5. Hábito de correr riscos calculados. 6. Estabelecimento de metas. 7. Busca constante de informações. 8. Planejamento e monitoramento sistemáticos. 9. Rede de contatos. 10. Independência e autoconfiança (otimismo).	Mariano (2008) apud PEREIRA <i>et al.</i> , 2014)

(Continuação)

b) Compreender os principais aspectos do contexto empreendedor do Brasil e da Austrália que impactam diretamente no processo empreendedor do grupo estudado;	6. Você acredita que o contexto do país em que atua impulsiona (reforça) ou inibe (reprime) a sua atitude empreendedora (características empreendedoras)?	Melhado; Gonçalves (2013)
	7. Você considera que o país em que vive fornece um contexto favorável ao empreendedorismo? Justifique.	Melhado; Gonçalves (2013)
	8. Você considera que o país em que vive fornece algum tipo de instrução ou apoio financeiro para empreendedores, tanto para abertura, bem como para o desenvolvimento do negócio? Justifique e, se for o caso, exemplifique	Melhado e Gonçalves (2013) Tidd e Bessant (2009) Dornelas (2016) Tajra (2014)
	9. Quanto ao ambiente regulatório do país. Leis, registros, licenças, imposto etc., auxiliam ou atrapalham na abertura e prosperidade do negócio?	Melhado e Gonçalves (2013) Baron e Shane (2011)
	10. Você acredita que conforme surgem inovações, P&D e novas tecnologias no seu país, isso impacta no seu negócio? De que forma, exemplifique	Lage <i>et al.</i> (2019) Villela; Magacho (2009) Melhado; Gonçalves (2013)
	11. Existem ferramentas de apoio ao empreendedorismo no país em que vive? Você faz uso de alguma destas ferramentas de apoio? (como por exemplo, programas do governo, capital inicial, crédito, incubadoras, mentorias, consultorias, parques tecnológicos, algum tipo de network, <i>coworking</i>).	Melhado e Gonçalves (2013) Baron e Shane (2011)

(Conclusão)

c) Entender as vantagens e desvantagens de empreender no Brasil e na Austrália, na visão do grupo de empreendedores estudado.	12. O que o levou a abrir o seu negócio no país em que está? Você abriria o seu negócio em outro país? Qual? (Se for o caso, justifique)	Gibb (1987, apud SARKAR, 2008) Tajra (2014) Dornelas (2016) Tidd; Bessant (2009)
	13. Para você, qual seria a vantagem ou as vantagens em empreender no país em que você se encontra? E a desvantagem ou as desvantagens em empreender no país em que se encontra?	Gibb (1987, apud SARKAR, 2008) Tajra (2014) Dornelas (2016) Tidd; Bessant (2009)
	14. A presente pesquisa tem a Austrália e o Brasil como países foco de estudo. Na sua opinião, qual destes países forneceria um ambiente mais propício ao empreendedorismo? Perguntar sobre os aspectos a seguir se não mencionados (Em termos de oportunidades, ambiente favorável, políticas de fomento e apoio).	Gibb (1987, apud SARKAR, 2008) Tajra (2014) Dornelas (2016) Tidd; Bessant (2009)
	15. Existe alguma informação que gostaria de acrescentar a pesquisa?	

Fonte: Elaborado pela autora