



MYLENA SOARES DE
ARAUJO
ANDERSON DE BARROS
DANTAS

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

RESUMO

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

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo; América do Sul; Percepções dos indivíduos.

ABSTRACT

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

KEY WORDS

Entrepreneurship; South America, and perceptions of individuals.

INTRODUÇÃO

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

No cenário idealizado por Schumpeter (1982), o empreendedor já era considerado como um agente capaz de alterar uma economia, instigando a destruição criadora, substituindo produtos e processos obsoletos através da introdução de inovações de bens e processos, mesmo que para isso precisem assumir altos graus de incerteza. O financiamento destes empreendimentos viria dos capitalistas – detentores do capital.

Na prática, alguns indivíduos possuem uma maior propensão a criar seu próprio negócio, apresentar soluções inovadoras para processos já conhecidos e assumir os riscos de deixar de ser empregado para ser o empregador – características de um empreendedor. A dúvida que surge entre os estudiosos do tema é se estes indivíduos já nasceram com tais propensões aguçadas, ou se estes predicados podem ser desenvolvidos.

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

A busca pela compreensão das razões pelas quais algumas sociedades são mais empreendedoras do que outras é o objetivo dos estudos transculturais – que comparam as culturas procurando entender quais características favorecem (ou não) iniciativas empreendedoras (SILVA et al, 2009).

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

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é verificar se existem semelhanças entre as percepções sobre dimensões relacionadas ao empreende-

dorismo de brasileiros em relação à chilenos, bolivianos, uruguaios e venezuelanos, buscando compreendê-las – ou compreender a ausência das mesmas – e compará-las à variáveis sócio-econômicas.

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

METODOLOGIA

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

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

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

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

As afirmativas foram divididas entre as dimensões tolerância a incerteza, criatividade, ética, rede de relações, locus interno de controle, auto aprendizagem, conceito de si/necessidade de realização, capacidade de realização/planejamento, rede de relações, conhecimento do setor e

liderança/persuasão. As variáveis tiveram como base o sonho, a visão de futuro e a transformação do sonho em realidade (Dolabela, 2008).

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

Para isso, testes de hipóteses não paramétricos, do tipo Mann-Whitney, foram aplicados na amostra. Para o tratamento dos dados foi utilizado o software de análise estatística SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

O estudo se concentrou nestes cinco países por serem os que apresentaram um maior retorno de questionários preenchidos, tornando os resultados estatisticamente válidos. No Brasil, foram entrevistadas 265 pessoas, na Venezuela, 226, além de 168 bolivianos, 154 chilenos e 80 uruguaios. Assim, o número final da amostra foi de 893 questionários.

Foram entrevistados empresários, empresários em incubadoras, pessoas que são empregadas de uma empresa, autônomos e estudantes – possíveis futuros empreendedores.

As hipóteses levantadas nesse trabalho foram:

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

H_0 = indivíduos possuem mesma percepção sobre determinada dimensão ($Asymp \geq 0,05$)

H_a = indivíduos não possuem mesma percepção sobre determinada dimensão ($Asymp < 0,05$)

RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

TOLERÂNCIA À INCERTEZA

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

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

Fonte: elaboração própria

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

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

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

O Brasil e o Chile apresentam a mesma percepção sobre a dimensão “Tolerância à Incerteza” – sendo o *rank* médio da percepção chilena superior ao brasileiro –, e uma possível explicação seria o fato de ambos terem em comum uma economia estável, construída por seus governantes continuamente ao longo das duas últimas décadas, aumentando no indivíduo a sensação de segurança para investir e acreditar que no futuro a economia permanecerá como se encontra, e que mais dificilmente será afetada por uma crise financeira.

A Venezuela também possui percepção semelhante à brasileira, apesar de seu instável cenário econômico: uma incógnita para investidores estrangeiros, tendo em vista as estatizações lideradas por seu governo.

Apesar disso, talvez o discurso de que o poder financeiro está sendo resgatado pelos venezuelanos pode ser o impulso necessário para que a população se sinta confortável para investir, acreditando na política macroeconômica nacional.

Divergindo dos resultados obtidos quando se comparou o Brasil aos países acima citados, o nível de tolerância à incerteza uruguaio, não semelhante e inferior ao demonstrado pelos brasileiros, pode ser o reflexo de uma população que ainda traz em sua memória recente lembranças das crises enfrentadas no final do século XX, quando a desvalorização do Real afetou as exportações do país e início do século XXI, com a quebra da Argentina, país que também adquiri suas commodities.

Outro país que não possui percepção semelhante à do Brasil é a Bolívia. Os bolivianos possuem uma percepção inferior à do povo brasileiro, e a resposta para essa menor tolerância pode se dar pelo histórico político nacional, que contabiliza mais de 190 revoluções e golpes, e a má distribuição da renda que faz com que um país com notáveis fontes de recursos naturais como petróleo e gás natural seja uma das nações mais pobres do continente.

LÓCUS INTERNO DE CONTROLE

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

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

Fonte: elaboração própria

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

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

Uma das razões culturais que poderia influenciar na percepção do indivíduo sobre o locus de controle interno é a religião, uma vez que esta é considerada um fator social relevante para o desenvolvimento econômico de uma região. Acredita-se que países com predominância protestante teriam uma maior percepção do que países predominantemente católicos, uma vez que os preceitos puritanos envolvem amor ao trabalho, satisfazendo-se espiritualmente através deste, e à poupança. Weber (2004) defende ainda que houve uma relação entre a Reforma Protestante e o crescimento econômico.

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

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

CRIATIVIDADE

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

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

Fonte: elaboração própria

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

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

Existem ressalvas quanto à utilização de tal variável, uma vez que alguns países possuem uma cultura de depositar suas patentes mais desenvolvida que outros, seja por já ter compreendido a importância de registrar suas invenções, ou por ter acesso mais facilmente à informações sobre o processo de depósito em si.

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

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

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

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

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

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

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

AUTO-APRENDIZAGEM

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

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

Fonte: elaboração própria

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

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

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

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

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

A Venezuela possui percepção diferente da encontrada no Brasil, com escore superior.

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

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

ÉTICA

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

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

Fonte: elaboração própria

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

obtido pela *Transparency International* em 2008, mesmo ano da coleta dos dados analisados neste trabalho.

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

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

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

No relatório sobre percepção da corrupção, o Brasil aparece com uma nota 3,5, em uma escala onde 0 significa muito corrupto e 10, livre de corrupção.

O Chile obteve uma pontuação de 6,9 no Índice de Percepções da Corrupção de 2008, notavelmente superior à brasileira. O teste de Mann-Whitney aponta que os dois países possuem percepção semelhante sobre a dimensão, entretanto a percepção chilena sobre a Ética é superior à brasileira, o que pode ser comprovado através do índice de percepção de corrupção.

A Venezuela apresenta semelhante percepção sobre a ética à dos brasileiros. Ainda assim, a Venezuela possui uma percepção de Ética superior a detectada no Brasil.

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

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

O Uruguai apresenta uma percepção sobre a necessidade de ser ético semelhante à brasileira. Sobre o índice de percepção da corrupção, o Uruguai obteve um expressivo índice de 6,9, quando comparado ao índice brasileiro de 3,5.

Ainda assim, a percepção brasileira sobre Ética foi superior, o que pode apontar um viés nas respostas dadas pelos brasileiros sobre a dimensão, sobrevalorizando sua real percepção sobre a necessidade de adotar uma postura ética.

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

CONCEITO DE SI/NECESSIDADE DE REALIZAÇÃO

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

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

Fonte: elaboração própria

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

Dentre as inúmeras teorias que buscam explicar porque alguns países conseguem um desenvolvimento econômico superior aos demais, Hall e Jones (1996) citam a variável clima. Para esses autores, países com clima tropical, por serem mais quentes e úmidos, diminuiriam a produtividade do capital humano, que se sentiria desconfortável para trabalhar. Por outro lado, existem teorias baseadas no clima que defendem que a suavidade dos trópicos acomoda seus habitantes, tolhendo nestes a necessidade de se esforçar para ter uma vida confortável e, conseqüentemente, reduzindo seus níveis de desejo de realização.

Supondo-se então que quanto mais adverso for o clima em um país, maior será a percepção da necessidade de realização de seus indivíduos, torna-se compreensível o escore do Brasil sobre esta dimensão não ser semelhante ao chileno, além de inferior. O Chile, dada sua grande extensão territorial, abrange diversos climas: mesmo sendo tropical ao norte, sua região central, onde está situada a capital Santiago, é temperada. Ao sul, o clima é bastante frio e inóspito.

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

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

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

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

CAPACIDADE DE REALIZAÇÃO / PLANEJAMENTO

Tabela 07: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Conceito de Si/Necessidade de Realização

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

Fonte: elaboração própria

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

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

Buscando entender esta dimensão, serão comparadas as respostas obtidas nesta pesquisa com as taxas de inflação – preço médio ao consumidor – dos últimos três anos, incluindo o ano da coleta dos dados sobre a percepção dos indivíduos e os dois anos anteriores (2008, 2007 e 2006).

Tabela 07.1 – Taxas de inflação – Preço médio ao Consumidor

País	2006	2007	2008
Bolívia	4,3	8,7	14
Brasil	4,2	3,6	5,7
Chile	3,4	4,4	8,7
Uruguai	6,4	8,1	7,9
Venezuela	13,6	18,7	30,4

Fonte: FMI World Economic Outlook Database, Abril 2010.

A exceção fica a cargo da Venezuela – único país com percepção semelhante à brasileira. O país apresentou no triênio 2006-2008 taxas de inflação notavelmente superiores as dos demais países aqui apresentados. Entretanto, quando comparado ao Brasil, apresenta percepção semelhante

e, contrariando a hipótese aqui proposta de que elevada taxa de inflação poderia interferir negativamente na percepção do indivíduo sobre sua capacidade de realização/planejamento, o escore venezuelano é superior ao brasileiro.

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

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

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

REDE DE RELAÇÕES

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

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

Fonte: elaboração própria

Para esta dimensão, os entrevistados foram questionados sobre a importância de conhecer alguém que possa os ajudar em seus objetivos.

As redes de relações podem ser formadas em quaisquer ambientes, para inúmeros fins. Lanzer (1978) defende que a forma como o indivíduo

se relaciona com o próximo resulta de sua cultura, preceitos e caráter. Culturas “quentes”, como as latinas, se destacam como mais propícias a se relacionar com os demais de forma agradável, prezando por um clima mais aconchegante dentro de uma corporação. Culturas “frias”, como os nórdicos, prezam pela objetividade, deixando em segundo plano a necessidade de agradar o próximo.

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

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

CONHECIMENTO DE SETOR / INFORMAÇÃO

Tabela 09: Percepção brasileira em relação aos demais países sobre a dimensão Conhecimento de Setor/Informação

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

Fonte: elaboração própria

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

Para buscar compreender esta dimensão, será comparado o acesso à internet dos países envolvidos, uma vez que esta é uma grande fonte

bibliográfica para aqueles que procuram se informar sobre os mais diversos assuntos.

Segundo o *Internet World Stats (IWS)*, 34% da população brasileira tinha acesso à internet no final de 2008. O país domina o mercado online na América Latina em termos de números de usuários. Em termos de penetração da rede em seu território, perde para Uruguai e Chile.

O Chile aparece com 50,4% de sua população com acesso a internet. Na Venezuela, apenas 28,2% da população tem acesso. O Uruguai conseguiu oferecer internet a 38,3% de sua população no mesmo período, contra apenas 10,2% da população boliviana.

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

No caso do Chile, os dois países não possuem mesma percepção sobre o tema, sendo a percepção chilena superior à brasileira.

O Uruguai é uma exceção: possui percepção diferente da brasileira, porém inferior. Obviamente o acesso à internet é apenas um dos instrumentos que pode ser utilizado no processo de conhecimento de setor/informações. Publicações impressas e palestras/seminários podem ainda ter influenciado na percepção desta dimensão por parte dos indivíduos entrevistados.

LIDERANÇA / PERSUASÃO

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

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

Fonte: elaboração própria

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

A América do Sul ainda hoje possui um papel pequeno dentro de setores internacionais importantes, que costumam ser liderados pelo Velho Mundo e pelos Estados Unidos, por ser uma potência econômica. Apesar do recente destaque conseguido pelo Brasil durante o governo do Presidente Luis Inácio Lula da Silva, o país não é, por exemplo, um membro permanente do Conselho de Segurança da ONU¹.

Uma segunda linha de raciocínio na busca por uma variável que consiga explicar o perfil da América do Sul sobre esta dimensão, existe o estudo do *The Boston Consulting Group* (BCG)² que aponta o número de empresas multinacionais existentes na América Latina como um todo: dentre 100 empresas, 34 são brasileiras, 21, chilenas e apenas 1 venezuelana – não sendo detectada nenhuma multinacional boliviana ou uruguaia. Estes números demonstram a baixa influência que os países aqui estudados exercem na economia mundial.

Retomando os dados sobre patentes obtidos no tópico 4.3 – Criatividade, percebe-se ainda o considerável número de depósitos realizados nos cinco países relevantes para este estudo feito por não-residentes que desejam assegurar a patente de seus inventos naqueles países. Este fato, que pode ser interpretado como uma realidade comum aos cinco países, o que ajudaria a compreender a percepção semelhante da Venezuela, Chile, Bolívia e Uruguai em relação ao Brasil, é mais uma variável que pode demonstrar o perfil latino americano de submissão na economia mundial, e não de liderança e/ou persuasão.

¹O Brasil conseguiu uma vaga como membro temporário durante o biênio 2010 – 2011 no Conselho de Segurança da ONU, porém este período é posterior ao da coleta dos dados aqui analisados, que ocorreu em 2008.

²Os resultados obtidos por esta empresa de consultoria em estratégia e gestão empresarial foram publicados no site da Revista Época Negócios em setembro de 2009.

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

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

CONCLUSÕES

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

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

Este trabalho buscou, primeiramente, apresentar a percepção dos brasileiros sobre dimensões ligadas ao empreendedorismo. Esta percepção foi apresentada através de uma comparação com as percepções de bolivianos, uruguaios, venezuelanos e chilenos sobre as mesmas dimensões, buscando em seguida variáveis que pudessem explicar os resultados obtidos, seja através de uma revisão da colonização que ocorreu no país, o cenário econômico nos últimos anos ou o acesso à internet.

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

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

REFERÊNCIAS

- BUCAR, Branko. GLAS, Miroslav. HISRICH, Robert D. **Ethics and entrepreneurs: An international comparative study**. Journal of Business Venturing 18, 261-281. Elsevier, 2003.
- DAVIDSSON, Per. **Determinants Of Entrepreneurial Intentions**. In Proceedings RENT XI Workshop, Piacenza, Italy. Disponível em http://eprints.qut.edu.au/archive/00002076/01/RENT_IX.pdf. 1995a
- DOLABELA, Fernando. FREIRE DOS SANTOS, Paulo da Cruz. BARROS DANTAS, Anderson de. NASCIMENTO, Thiago Cavalcante. **Cultura Familiar e Empreendedorismo na América Latina**. XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, 2008.
- HALL, Robert E; JONES, Charles I. **The Productivity of Nations**. The National Bureau of Economic Research – NBER Working Paper No. 5812, 1996.
- KHANDELWAL, Shalini; DHAR, Upinder. **Locus of Control and Hierarchy as Determinants of Organizational Commitment**. Hawaii International Conference on Business, 2003.
- LANZER, Edela. **Clima e cultura organizacionais: como se manifestam e como se manejam**. Porto Alegre: Edgar Blücher, 1978.
- NORIEGA, José Ángel Vera; ALBUQUERQUE, Francisco José Batista de; ALVAREZ, Jesús Francisco Laborín; OLIVEIRA, Liana Mirela Souza; CORONADO, Guadalupe. **Locus de Controle em uma População do Nordeste Brasileiro**. Psicologia: Teoria e Pesquisa. Vol.19 n.3, pp.211-220, 2003.
- RIBEIRO, Célia. **Em torno do conceito Locus de Controle**. Máthesis 9, 297 – 314, 2000.
- ROTTER, B. **Generalized expectancies for internal vs. external control of reinforcement**. Psychological Monographs, 80(1), n. 609, 1-28. 1966
- SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Ed. Abril Cultural. São Paulo, 1982.

SILVA, Marco Antonio Oliveira Monteiro da. CORREIA, Manuela Faia. GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro. **Cultura e orientação empreendedora: Uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal.**

RAC, Curitiba, v. 13, n. 1, art. 4, p. 57-71, 2009.

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