



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,
CONTABILIDADE E SECRETARIADO EXECUTIVO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

RENATA DE SOUZA ARAÚJO

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: REFLEXÕES SOBRE OS RELATÓRIOS
EXECUTIVOS GEM DOS ANOS 2010, 2011 E 2012

FORTALEZA

2013

RENATA DE SOUZA ARAÚJO

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: REFLEXÕES SOBRE OS RELATÓRIOS
EXECUTIVOS GEM DOS ANOS 2010, 2011 E 2012

Monografia apresentada ao Curso de Secretariado Executivo do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Orientador: Prof. Me. Paulo Roberto Nogueira de Andrade

FORTALEZA

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

-
- A69e Araújo, Renata de Souza.
 Empreendedorismo no Brasil: reflexões sobre os Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012 / Renata de Souza Araújo - 2013.
 69 f.; il.; enc.; 30 cm.
- Monografia (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Secretariado Executivo, Fortaleza, 2013.
 Orientação: Prof. Me. Paulo Roberto Nogueira de Andrade.
1. Empreendimentos – Brasil I. Título

RENATA DE SOUZA ARAÚJO

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: REFLEXÕES SOBRE OS RELATÓRIOS
EXECUTIVOS GEM DOS ANOS 2010, 2011 E 2012

Monografia apresentada ao Curso de Secretariado Executivo do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Aprovada em: ____/____/_____.

BANCA EXAMINADORA

_____	Nota
Prof. Me. Paulo Roberto Nogueira de Andrade (Orientador)	_____
Universidade Federal do Ceará (UFC)	
_____	Nota
Prof. Me. Sonia Regina Soares Machado	_____
Universidade Federal do Ceará (UFC)	
_____	Nota
Prof. Me. Carlos Manta Pinto de Araújo	_____
Universidade Federal do Ceará (UFC)	

Aos meus queridos pais, Alúcio e Osvaldina, pelo o amor a mim dedicado, pela educação que me proporcionaram e por me transmitir a importância dos valores éticos e morais.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ser minha fortaleza e pela sabedoria que me proporcionou para a concretização desta pesquisa.

Aos meus pais, Aluísio e Osvaldina, pelo o amor, o cuidado e a atenção que sempre tiveram a mim, por acreditarem na minha capacidade, por terem me ensinado desde cedo o verdadeiro valor da educação e por todo o apoio e incentivo que me deram durante a realização da minha graduação.

À toda minha família, irmãos, avós, tios e primos por admirarem o meu empenho e dedicação aos estudos.

À minha sobrinha Yasmin, que nasceu na mesma semana que eu recebi o resultado de aprovação no vestibular 2009.1 da Universidade Federal do Ceará, e no decorrer desses anos tem sido um amor de criança e minha fonte de alegria nos momentos difíceis. A amo demais.

Aos amigos, próximos e distantes, que de alguma forma me apoiaram e proferiram palavras de estímulo e perseverança.

A todos os colegas de faculdade, em especial, às minhas amigas e companheiras, Ana Paula Melo, Débora Narciso, Letícia Lopes, Lívia Teles, Marina de Castro, Marília Miranda, Mayara Jade, Michelly Linhares e Patrícia Monte, que desde o início, percorreram comigo esta jornada, vivenciando e compartilhando grandes momentos que levarei para sempre. E, principalmente, pelo o apoio que me deram durante os momentos angustiantes da realização deste trabalho.

Ao meu Orientador, Professor Paulo Andrade, pela disponibilidade, pela brilhante orientação concedida e por ter contribuído grandiosamente para a consolidação deste trabalho.

À Banca Examinadora, por ter aceitado o convite e se fazer presente em um dia tão especial.

Por fim, a todos que de alguma forma colaboraram com a realização do curso e deste trabalho, minha sincera gratidão.

“Para ter um negócio de sucesso, alguém, algum dia, teve que tomar uma atitude de coragem.”

(Peter Drucker)

RESUMO

O tema empreendedorismo vem ocupando uma posição de grande relevância atualmente no Brasil. O empreendedor é um indivíduo dotado de atributos peculiares. A criatividade, a iniciativa e a inovação estão intrinsecamente associadas ao empreendedor. A busca por novas oportunidades dinamiza a atividade empreendedora, pois o empreendedor está sempre buscando ideias novas, que tragam melhorias para sua empresa e que lhe permita oferecer novidades e produtos mais sofisticados aos clientes. Ele é altamente comprometido e sabe liderar sua equipe para que junto à equipe alcance os objetivos estabelecidos. O empreendedorismo impacta diretamente na economia do país, é através da abertura e gerenciamento de pequenos negócios que populações de rendas mais baixas estão tendo a possibilidade de ter acesso a produtos e serviços que antes eram inalcançáveis à sua realidade. Neste trabalho, foi realizado inicialmente um levantamento bibliográfico sobre o tema. Para a realização da análise desta pesquisa utilizaram-se os Relatórios Executivos GEM do Brasil dos anos de 2010, 2011 e 2012, que são publicações que trazem sintetizados aspectos relacionados à atividade empreendedora no Brasil. Estes Relatórios foram retirados do *website* do IBQP, que é o Órgão executor da pesquisa GEM. Após a apresentação e análise dos dados, onde foram expostas as principais variáveis intervenientes na atividade empreendedora, concluiu-se que o empreendedorismo no Brasil tem apresentado ao longo dos anos mudanças nos indicadores analisados, porém, há a necessidade de ponderar sobre alguns aspectos que registraram valores estatísticos baixos e, por isso, faz-se necessário que a temática do empreendedorismo seja relevada e acolhida com a devida atenção.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Pesquisa GEM.

ABSTRACT

Currently, entrepreneurship has had great importance in Brazil. The entrepreneur is a person with peculiar skills. Creativity, initiative and innovation are intrinsically linked to the entrepreneur. The search for new opportunities streamlines entrepreneurial activity, because the entrepreneur is always seeking news ideas to bring improvements to their business which allows the offer of novelty and more sophisticated products to customers. He is highly engaged and knows lead his team so that with the team reach the goals set. Entrepreneurship directly impacts the economy of the country; it is through the opening and small business management that lower income citizens are having the chance to access to products and services that were before inaccessible to their reality. In this study, initially a bibliographic collection about the topic. For the to the analysis of this research, the Executives GEM Reports of Brazil the years 2010, 2011 and 2012 were used. These publications bring synthesized aspects related to entrepreneurial activity in Brazil. The reports were removed from the website IBQP, executor entity of the research in Brazil. After the presentation and data analysis, where the principal variables intervening in entrepreneurial activity were exposed, one may conclude that entrepreneurship in Brazil has presented over the years changes in the indicators analyzed, however there is the need to consider some aspects which recorded low statistical values. Wherefore it is necessary that the entrepreneurship theme is considered important and treated with the attention it deserves.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. GEM Research.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Classificação do empreendimento segundo definições adotadas pelo GEM.....	35
Quadro 2 – Evolução das taxas de empreendedores segundo o estágio do empreendimento – Brasil – 2010:2012	41
Quadro 3 – Taxas de empreendedores iniciais segundo a faixa etária – Brasil – 2010:2012	42
Quadro 4 – Taxas de empreendedores iniciais segundo o gênero – Brasil – 2010:2012	43
Quadro 5 – Taxas de empreendedores iniciais segundo a escolaridade – Brasil 2010:2012	44
Quadro 6 – Taxas de empreendedores iniciais segundo renda familiar – Brasil – 2010:2012	46
Quadro 7 – Empreendimentos iniciais segundo a expectativa de geração de empregos – Brasil – 2010:2012	47
Quadro 8 – Empreendimentos iniciais segundo a idade da tecnologia – Brasil – 2010:2012	48
Quadro 9 – Empreendimentos iniciais segundo a orientação internacional – Brasil – 2010:2012.....	50
Quadro 10 – Empreendimentos iniciais segundo motivação – Brasil – 2010:2012	51
Quadro 11 – Taxas de empreendimentos iniciais (TEA) – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste – 2012.....	53
Quadro 12 – Taxas de empreendedorismo segundo o gênero – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste – 2012.....	54
Quadro 13 – Taxas de empreendedorismo segundo a faixa etária – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste – 2012	55
Quadro 14 – Taxas de empreendedorismo segundo a escolaridade – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste – 2012	56
Quadro 15 – Taxas de empreendedorismo segundo a renda familiar – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste – 2012	57
Quadro 16 – Empreendedores iniciais segundo a motivação – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste – 2012.....	58
Quadro 17 – Sonho dos brasileiros – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste –2012.....	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Participação percentual das Grandes Regiões no Produto Interno	
Bruto - 2002-2010	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução das taxas de empreendedores segundo o estágio do empreendimento – Brasil – 2010:2012	42
Gráfico 2 – Taxas de empreendedores iniciais segundo gênero – Brasil – 2010:2012.....	43
Gráfico 3 – Empreendimentos iniciais segundo a idade da tecnologia – Brasil – 2010:2012.....	49
Gráfico 4 – Empreendimentos iniciais segundo motivação – Brasil – 2010:2012	52
Gráfico 5 – Taxas de empreendedorismo segundo gênero – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012	54

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	EMPREENDEDORISMO	16
2.1	O conceito de empreendedorismo	16
2.2	Histórico do surgimento do empreendedorismo	18
2.3	O empreendedorismo no Brasil	19
3	O EMPREENDEDOR	22
3.1	Características do empreendedor	22
3.2	Oportunidades que o empreendedor deve identificar	28
4	GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM	32
5	METODOLOGIA DA PESQUISA	37
5.1	Classificação da pesquisa: forma de abordagem e objetivos	37
5.2	Estratégia de pesquisa	38
5.3	Delimitação, coleta e análise dos dados	39
6	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	41
6.1	Evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil de 2010 a 2012	41
6.2	Taxas dos empreendedores iniciais do Brasil segundo características demográficas	42
6.2.1	<i>Faixa etária</i>	42
6.2.2	<i>Gênero</i>	43
6.2.3	<i>Escolaridade</i>	44
6.2.4	<i>Renda Familiar</i>	46
6.3	Características dos empreendimentos	47
6.3.1	<i>Geração de empregos</i>	47
6.3.2	<i>Tecnologia</i>	48
6.3.3	<i>Orientação internacional</i>	49
6.4	Motivação: Oportunidade x Necessidade	51
6.5	Taxas de Empreendedores Iniciais (TEA) do Brasil e regiões Nordeste e Sudeste	53
6.6	Taxas dos empreendedores iniciais do Brasil e regiões Nordeste e Sudeste segundo características demográficas	53
6.6.1	<i>Gênero</i>	54

6.6.2	<i>Faixa etária</i>	55
6.6.3	<i>Escolaridade</i>	56
6.6.4	<i>Renda Familiar</i>	57
6.7	Motivação: Oportunidade x Necessidade	58
6.8	O sonho do brasileiro	59
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
	REFERÊNCIAS	64
	ANEXOS	67

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, tornou-se muito mais fácil falar sobre empreendedorismo. No Brasil, este é um tema que está sendo bastante discutido e popularmente conhecido. Atualmente, este repercute em um novo contexto econômico, mais propício à realidade de pessoas que buscam ter um empreendimento como fonte de renda.

Optar por empreender é uma escolha ousada. O empreendedor é uma pessoa dotada de características peculiares, as quais lhe permitem iniciar e desenvolver um negócio próprio alicerçado, principalmente, na paixão de fazer aquilo de que se gosta, de produzir ou prestar um serviço que foi cautelosamente pensado e analisado para ser oferecido da melhor forma possível. Em termos gerais, as atividades empreendedoras são oriundas de pessoas com iniciativa, extremamente criativas, dedicadas e inovadoras, que buscam sempre mudar para melhor atender seus clientes. O empreendedor é, sobretudo, uma pessoa que trabalha pelo seu bem-estar, para se autorrecompensar e também pelo bem-estar dos que lhe cercam, sua família e sua equipe de colaboradores.

Sobre a postura do empreendedor, Santos (2011, p. 89) afirma:

Diante da equipe, o empreendedor, também conhecido como gestor, deve estar além do aconselhamento, treinamento e diálogo com as pessoas. Ele deve estar inserido no grupo como um líder, respeitado como um chefe, no entanto, acessível como um colega de sala.

O profissional de Secretariado Executivo acaba por se inserir nesse contexto, pois como parte integrante da equipe profissional e que lida diretamente com o executivo, no caso, o empreendedor, ele precisa ter uma visão generalista da empresa, bem como do ambiente corporativo como o todo, para assim assessorar com total competência e contribuir com o alcance de resultados satisfatórios. Kipper e Fávero (2009, p. 98) dizem que “é indiscutível a importância do secretário nas organizações, pois o executivo precisa muito de um profissional que esteja ao seu lado, que participe de todo o processo organizacional e que atue para alcançar os objetivos da empresa”.

O ambiente corporativo vem passando por constantes mudanças, e o empreendedor precisa estar atento aos desafios que aparecem diante de sua empresa. Para Kotter (1997, p. 18) “uma economia globalizada está gerando mais riscos e oportunidades para todos, forçando empresas a fazer melhorias notáveis não apenas para competir e prosperar, mas para simplesmente sobreviver”.

Alguns fatores são determinantes para revelar o surgimento de pessoas empreendedoras, podendo ser pessoas altamente dinâmicas que veem a oportunidade de pôr em prática um sonho antes imaginado e com perspectivas promissoras, ou ainda, pessoas simples que, diante de alguma dificuldade da vida, precisam conseguir um meio para sobreviver e estabilizar sua situação financeira.

Assim, surgem os empreendimentos bem sucedidos, idealizados e administrados por mentes comuns, porém, com alguns pontos diferenciais. O empreendedor procura ter o domínio completo das atividades de sua empresa, para isso ele busca adquirir conhecimentos nas áreas administrativa, contábil, financeira e operacional. Há uma consagração imensurável pelo bom desenvolvimento e prolongamento do empreendimento.

Sobre as características peculiares que guarnecem o perfil do empreendedor, Santos (2011, p. 95) afirma que “independentemente da região ou do contexto sócioeconômico, os empreendedores apresentam características comuns”. Inúmeras variáveis colaboram para que os seres humanos possuam posturas comportamentais diferenciadas, seja a idade, a região a qual mora, a crença religiosa, ou o fato de ser homem ou de ser mulher, porém, existem características que são comuns à pessoa do empreendedor e que juntas, permitem traçar o perfil deste.

Nessa perspectiva, este trabalho buscou refletir acerca do Empreendedorismo no Brasil ao longo dos anos de 2010, 2011 e 2012, por meio de análise dos principais pontos dos Relatórios Executivos GEM destes três anos. O livro “GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil” é lançado anualmente no Brasil, assim como os Relatórios Executivos, estes trazem resumidos os pontos principais do referido livro.

Deste modo, justifica-se o interesse pelo tema e a relevância que este assunto tem hoje no Brasil. É instigante desenvolver um trabalho nesta área, pois se percebe a grande contribuição do empreendedorismo para a satisfação e realização profissional de pessoas que estão fazendo a diferença no mundo dos negócios.

A problemática desta pesquisa surge da seguinte questão: Como a atividade empreendedora estava sendo refletida na sociedade brasileira nos anos de 2010, 2011 e 2012?

O presente trabalho teve por objetivo geral analisar as principais características dos empreendedores, bem como dos empreendimentos em estágio inicial do Brasil nos

anos de 2010, 2011 e 2012 através de reflexões sobre os Relatórios Executivos GEM e comparar os níveis de empreendedorismo da região Nordeste do Brasil com os níveis nacional e da região Sudeste no ano de 2012. Seguindo dos seguintes objetivos específicos:

1. Perceber as características dos empreendedores e dos empreendimentos em estágio inicial do Brasil nos anos de 2010, 2011 e 2012.
2. Demonstrar o envolvimento dos brasileiros com atividades empreendedoras nos anos de 2010, 2011 e 2012.
3. Confrontar os níveis de empreendedorismo da região Nordeste do Brasil com os níveis da região Sudeste e do Brasil no ano de 2012.

Este trabalho está composto por seis capítulos. O primeiro capítulo começa por esta introdução, que tem o propósito de transmitir ao leitor as informações gerais sobre o tema empreendedorismo, a justificativa, o problema e os objetivos da pesquisa.

O segundo capítulo consiste em um breve histórico do surgimento do empreendedorismo no mundo e no Brasil, fundamentado principalmente pelos teóricos Dornelas (2001), Degen (1989) e Drucker (1987).

O terceiro capítulo faz uma abordagem à pessoa do empreendedor, destacando suas principais características.

O capítulo quatro apresenta a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), sua abrangência e objetivo.

O capítulo cinco apresenta a metodologia da pesquisa, como classificação, forma de abordagem e objetivos, estratégia, delimitação, coleta e análise dos dados.

O sexto capítulo apresenta a análise dos dados obtidos com a pesquisa.

No último capítulo são apresentadas as considerações finais sobre o estudo realizado e as recomendações para futuras pesquisas.

2 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um tema bastante atual e com grande repercussão no mundo dos negócios. Nos últimos anos, foi significativa a dimensão tomada pela disseminação deste tema.

Para Dornelas (2001, p. 21):

O momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

A atividade empreendedora foi uma grande força que se instalou não somente no Brasil, mas também em diversas partes do mundo, e que culminou numa nova modalidade comercial, caracterizada principalmente pelas inovações e pelas transformações ocorridas no cenário dos negócios, tendo o empreendedor como representante central.

O empreendedor vê a mudança como norma e como sadia. Geralmente, ele não provoca a mudança por si mesmo. Mas, isto define o empreendedor e o empreendimento, o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade. (DRUCKER, 1987, p. 36).

2.1 O conceito de empreendedorismo

Segundo Dornelas (2001, p. 27) a palavra empreendedor (*entrepreneur*) originou-se na França, cujo significado é aquele que assume riscos e começa algo novo. A utilização do termo empreendedorismo está registrada em diferentes contextos históricos.

Uma definição clássica para empreendedorismo é atribuída por Joseph Schumpeter (1949 *apud* DORNELAS, 2001, p. 37), segundo ele “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.” Em relação à inovação, Drucker (1987, p. 25) afirma que:

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode bem ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. E os empreendedores precisam conhecer e pôr em prática os princípios da inovação bem sucedida.

De acordo com Leite (2000 *apud* Ribeiro 2005, p. 4), ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, ter uma boa imaginação para criar ideias, ser flexível para adaptá-las, criatividade para converter ideias em grandes oportunidades de negócio, estar sempre motivado para pensar conceitualmente e capacidade para visualizar, enxergar as mudanças como uma oportunidade.

Sobre a atividade empreendedora Schumpeter (1983 *apud* DEGEN 1989, p. 1) afirma:

O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

Degen (1989, p. 9) elucida a teoria do processo de destruição criativa, de Schumpeter, com os seguintes exemplos:

Foi o processo de destruição criativa que tornou obsoleta a caneta-tinteiro em favor da esferográfica, a válvula eletrônica em favor do transistor, a régua de cálculo em favor da calculadora eletrônica, a locomotiva a vapor em favor da elétrica ou a diesel etc.

Os exemplos citados, assim como inúmeros outros, surgiram da criatividade dos empreendedores, que buscaram substituir os produtos ou serviços que tinham um valor econômico elevado e com menos eficiência, por outros mais baratos e que eram capazes de produzir resultados mais satisfatórios. Com isso, o país desenvolve o potencial empreendedor e, paralelamente, contribui com o bem-estar da população, que terá produtos e serviços mais eficientes a preços mais acessíveis.

Para Dolabela (2006) empreendedorismo significa “uma livre tradução que se faz da palavra entrepreneurship, que contém as ideias de iniciativa e inovação. É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar”.

Empreendedorismo é um fenômeno complexo que abrange uma variedade de contextos. Os diversos conceitos utilizados na literatura sobre o tema refletem essa complexidade (GEM - Global Entrepreneurship Monitor, 2008, p.134).

O GEM (2008, p. 134) conceitua empreendedorismo da seguinte forma:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

Considerando as várias definições para empreendedorismo, conclui-se que o empreendedor é uma pessoa que assume riscos e inicia algo novo, sendo capaz de visualizar oportunidades promissoras em algo que lhe satisfaz e lhe desperta uma vontade de ter seu próprio negócio. São pessoas altamente criativas e com características inovadoras. Ou ainda, o empreendedor pode surgir de uma necessidade financeira ou de sobrevivência, fato esse que acaba lhes impulsionando a lutar para superar tais dificuldades. E é neste contexto, que os empreendedores contribuem e delineiam uma nova estrutura econômica para o país.

2.2 Histórico do surgimento do empreendedorismo

Nesta seção será mostrado um breve histórico do empreendedorismo no mundo e no Brasil.

Dornelas (2001, p. 27 e 28) contextualiza o empreendedorismo de acordo com os diferentes momentos históricos:

- Origem: o termo empreendedor (entrepreneur) surgiu na França e significa “aquele que assume riscos e começa algo novo”.
- Primeiro uso do termo empreendedorismo: pode ser concedido a Marco Polo, ao tentar estabelecer uma rota comercial para o Oriente, pois este assinou um contrato de venda de mercadorias com um capitalista da época. Neste fato, o capitalista assumia os riscos de forma passiva, enquanto Marco Polo, na posição de empreendedor, corria todos os riscos físicos e emocionais.
- Idade Média: o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. O indivíduo empreendedor não assumia grandes riscos, apenas gerenciava os projetos aplicando os recursos provenientes do governo do país.
- Século XVII: foi nesta época que fixou-se a relação entre assumir riscos e empreendedorismo, a qual o empreendedor por meio de um acordo contratual com o governo, realizava algum serviço ou fornecia produtos, com os preços já pré-estabelecidos, o lucro ou prejuízo obtido era destinado exclusivamente ao empreendedor.
- Século XVIII: Neste século, finalmente o capitalista e o empreendedor foram distinguidos, provavelmente por conta do início da fase de industrialização que ocorria no mundo.

- Séculos XIX e XX: nesta transição, os empreendedores passam a ser confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), analisados apenas do ponto de vista econômico, como a pessoa que organiza a empresa, paga os empregados, planeja, dirige e controla as ações da organização, mas sempre a serviço do capitalista.

2.3 O empreendedorismo no Brasil

Esta parte do trabalho apresenta um breve histórico do empreendedorismo no Brasil.

Nos anos 90, o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a se destacar, quando foram criadas as entidades SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Antes disso, muito pouco se falava em empreendedorismo ou criação de pequenas empresas. Os cenários político e econômico do país não eram propícios e o empreendedor não tinha aonde recorrer para obter informações sobre o início de uma jornada empreendedora (DORNELAS, 2001, p. 25).

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos pelos pequenos empresários do Brasil, a entidade existe principalmente, para apoiar e dar suporte a esses pequenos empresários quando estes necessitam de informações sobre como iniciar e administrar uma empresa ou assuntos similares.

Segundo Dornelas (2001, p. 25) o histórico da Softex pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A Softex foi criada objetivando levar as empresas brasileiras de software ao mercado externo, através de várias ações que ofereciam aos empresários da área de informática a capacitação em gestão e tecnologia. E foi através da entidade Softex, que o tema empreendedorismo ganhou maior propagação e despertou os brasileiros para uma nova realidade econômica.

Dornelas (2001, p. 25-26) elenca algumas ações que fazem parte da trajetória do empreendedorismo no Brasil e fortalece o potencial empreendedor do país:

1. Os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço), que apóiam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software (start-ups).
2. Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de 1 milhão

de empreendedores em todo país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de oito bilhões de reais.

3. Diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia de todo o país. Destaca-se também o programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras.

4. A recente explosão do movimento de criação de empresas de Internet no país, motivando o surgimento de entidades com o Instituto e-cobra, de apoio aos empreendedores das ponto.com (empresas baseadas em Internet), com cursos, palestras e até prêmios aos melhores planos de negócios de empresas Start-ups de Internet, desenvolvidos por jovens empreendedores.

5. Finalmente, mas não menos importante, o enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil. Dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) mostram que em 2000, havia mais de 135 incubadoras de empresas no país, sem considerar as incubadoras de empresas de Internet, totalizando mais de 1.100 empresas incubadoras, que geram mais de 5.200 empregos diretos.

Desde o ano 2000, o Brasil participa da Pesquisa GEM – Global Entrepreneurship Monitor, pesquisa de âmbito mundial iniciada em 1999, por duas instituições: Babson College e London Business School. No Brasil, a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com a parceria técnica e financeira do SEBRAE (GEM, 2012, p. 7).

É importante ressaltar que a Pesquisa GEM tem como foco principal o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si. Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (GEM, 2012, p. 7).

Em 2012, o estudo revelou que 43,5 % dos brasileiros sonham em ter o seu próprio negócio, enquanto a média de brasileiros que almejam fazer carreira em uma empresa registrou 24,7%. Outro fator notório nesse ponto foi a média da região nordestina, 51,1%, bem acima da média nacional, 43,5% (GEM, 2012, p. 9).

Dornelas (2001, p. 21) reforça o quanto o contexto atual é propício para o surgimento de novos empreendedores. E por isso tem-se priorizado em diversos países, inclusive no Brasil, a capacitação dos empreendedores, principalmente, por parte das universidades, as quais criam cursos e matérias específicas acerca do empreendedorismo, como uma alternativa aos recém-formados que se diplomam anualmente em cursos técnicos e superiores no Brasil.

O GEM mostra também a motivação que está atrelada ao empreendedorismo. Há os empreendedores por necessidade que são aqueles que começam o empreendimento

autônomo pelo fato de não terem outras opções de trabalho, e ver na abertura do próprio negócio uma alternativa para gerar renda para a família. Os empreendedores por oportunidade optam pelo começo de um novo negócio ainda que tenham melhores alternativas para lhes prover renda, são as oportunidades avistadas que os fazem almejem sua independência no trabalho (GEM, 2012, p. 14).

Segundo o GEM (2012), a taxa de empreendedores por necessidades caiu de 7,5% em 2002 para 4,7% em 2012. Enquanto que os empreendedores que optaram por abrir um negócio por enxergarem novas oportunidades no mercado, passou de 5,8% para 10,7% no mesmo período.

Analisando os dados apresentados, pode-se considerar que é de grande relevância difundir cada vez mais o empreendedorismo no país para contribuir com o desenvolvimento econômico e social, possibilitando com isso, mudanças e melhorias na vida dos brasileiros.

3 O EMPREENDEDOR

Empreendedor é a designação atribuída à pessoa que desenvolve a arte de empreender, de criar, de inovar. São pessoas que possuem características peculiares, além de serem altamente criativas, são visionárias, batalhadoras, dedicadas e proativas.

Fellipe (1996) define empreendedor como sendo a pessoa capaz de surpreender todos os integrantes da empresa, sempre disposto a trazer e gerir novas idéias, produtos, ou simplesmente, modificar tudo o que já existe. É uma pessoa otimista que vive no futuro, transformando as crises e as oportunidades e influenciando as pessoas a irem em direção às suas idéias. É aquele que cria algo novo, inova o que já existe e está sempre buscando o aperfeiçoamento através de pesquisas. Procura por novos negócios e novas oportunidades, tendo sempre a preocupação na melhoria dos produtos ou serviços. Sustenta suas ações de acordo com as necessidades do mercado, ou até mesmo cria novas necessidades para o mercado.

Dornelas (2001, p. 19) define o empreendedor assim:

Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos.

3.1 Características do empreendedor

Os empreendedores possuem inúmeras características peculiares e que as diferenciam de outras pessoas que também estão no comando de empreendimentos. São capazes de enxergar oportunidades e de forma habilidosa e inovadora as transformam em ações.

Uma característica percebida em empreendedores de sucesso é a capacidade de visualizar o seu futuro: o empreendedor tem um sonho e acredita no seu potencial de torná-lo realidade. Os empreendedores são indivíduos que fazem a diferença, descobrem oportunidades onde poucas pessoas teriam a sensibilidade de encontra-las ou coragem de transformá-las em realidade. Eles sabem explorar ao máximo as oportunidades, procuram sempre aprimorar seus conhecimentos, realizando cursos específicos ou baseando suas atitudes em histórias verdadeiras de experiências que deram certo ou fracassaram, para especializar seu potencial

perceptivo de captar possibilidades de negócios lucrativos. (MOURA, 2007, p. 12).

De acordo com o SEBRAE o empreendedor se caracteriza basicamente pelo seu espírito criativo e pesquisador. Ele busca constantemente novas direções e novas soluções, visando sempre às necessidades das pessoas. O anseio maior do empresário de sucesso é a busca constante de novos negócios e oportunidades, superando até a preocupação com a melhoria do produto.

O empreendedor é um indivíduo dinâmico, busca continuamente mudar e incorporar novas técnicas no empreendimento. Para isso, ele é cauteloso com a seleção das alternativas mais propícias ao seu negócio, tendo o cuidado de tomar as decisões certas.

O SEBRAE caracteriza ainda o empreendedor levando em consideração alguns pontos:

Características relativas à realização:

- Busca oportunidades e toma a iniciativa
 - O empreendedor faz o que deve ser feito antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias.
 - Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.
 - Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
- Corre riscos calculados
 - O empreendedor avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente.
 - Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados.
 - Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
- Exige qualidade e eficiência
 - O empreendedor encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido, ou mais barato.
 - Age de maneira a realizar ações, serviços e produtos que satisfaçam ou excedam padrões de excelência.
 - Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
- É persistente

- O empreendedor age diante de um obstáculo significativo.
- Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
- Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.
 - É comprometido
- O empreendedor faz um sacrifício pessoal ou despense um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
- Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho.
- Se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.

Características relativas ao planejamento:

- Busca de informações
 - O empreendedor dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores ou concorrentes.
 - Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço.
 - Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
- Estabelecimento de metas
 - O empreendedor estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal.
 - Define metas de longo prazo, claras e específicas.
 - Estabelece objetivos de curto prazo, mensuráveis.
- Planejamento e monitoramento sistemático
 - O empreendedor planeja dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos.
 - Constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais.
 - Mantém registros financeiros e os utiliza para tomar decisões.

Características relativas ao poder:

- Persuasão e rede de contatos
 - O empreendedor utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir pessoas.
 - Trabalha com pessoas-chave na posição de agentes para atingir seus objetivos.
 - Age para desenvolver e manter relações comerciais.
- Independência e autoconfiança
 - O empreendedor busca autonomia em relação a normas e controles de terceiros.
 - Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores.
 - Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

De um modo geral, os empreendedores possuem características que os diferenciam, por exemplo, de um administrador ou de um gestor empresarial. Embora esses indivíduos estejam no comando e tomando decisões relacionadas à empresa, a atuação propriamente e a forma como lida com o empreendimento tornam-nos diferentes entre si. Enquanto que os administradores são dotados de técnicas e conhecimentos no campo corporativo, o empreendedor vai aprendendo com a prática tendo como aliados a autoconfiança e o otimismo.

Ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar (DEGEN, 1989, p. 10).

A inovação, característica fundamental dos empreendedores, não permite que a realidade do negócio se torne rotineira. Eles buscam continuamente ideias novas para serem postas em prática e elevar a imagem do empreendimento.

Dornelas (2001) expõe uma lista de características dos empreendedores de sucesso. Observe:

1. São visionários: eles visualizam como será o futuro do seu negócio e de sua vida e, sobretudo, eles são hábeis na implementação de seus sonhos.
2. Sabem tomar decisões: eles são seguros em relação às suas decisões, mesmo nos momentos mais adversos. E implementam com celeridade suas ações.

3. São indivíduos que fazem a diferença: os empreendedores sabem transformar com facilidade as ideias em realidade e agregam valor aos produtos e serviços que disponibilizam para o mercado.
4. Sabem explorar ao máximo as oportunidades: como são visionários, enxergam as boas ideias da mesma forma que outras pessoas enxergam, com o diferencial que eles sabem trazer para a prática e transformá-las em oportunidades, por meio de dados e informação.
5. São determinados e dinâmicos: eles realizam suas ações com total comprometimento, superando as dificuldades e decididos a “fazer acontecer”. São dinâmicos e não se submetem à rotina.
6. São dedicados: dedicam-se completamente ao seu negócio, chegando até a comprometer sua vida social e familiar. São exemplares e trabalharam com afinco mesmo diante dos problemas.
7. São otimistas e apaixonados pelo que fazem: por amor ao que fazem, estão sempre determinados a fazer o melhor e sempre com pensamento otimista.
8. São independentes e constroem o próprio destino: querem ser independentes, ser seu próprio patrão e traçar seus próprios caminhos.
9. Ficam ricos: Priorizam o sucesso do negócio.
10. São líderes e formadores de equipe: possuem um senso de liderança surpreendente. Mantêm boas relações de respeito e valorização com os funcionários, compondo verdadeiras equipes.
11. São bem relacionados (*networking*): estabelecem rede de contatos no ambiente externo.
12. São organizados: eles sabem usar os recursos certos, de forma racional, visando o melhor para o negócio.
13. Planejam, planejam, planejam: eles planejam cada passo a ser dado, visando sempre o negócio como o todo.
14. Possuem conhecimento: estão sempre buscando o conhecimento, sabem que quanto mais aprendem sobre o ramo do negócio, maior probabilidade de obter êxito.
15. Assumem riscos calculados: assumem e gerenciam os riscos, avaliando as chances de sucesso. Desafios são inerentes à vida do empreendedor.

16. Criam valor para a sociedade: usam seu capital intelectual em prol da sociedade, através da criação de empregos, provocando uma certa dinâmica na economia e promovendo o bem-estar das pessoas.

O empreendedor utiliza a capacidade de trabalho para gerar valor para sua empresa, para ver o crescimento e prolongamento do negócio; esse desejo vai além ao desejo da riqueza. O comprometimento e a dedicação fazem com que o empreendedor se prive de algumas regalias sociais em prol do desenvolvimento das atividades da empresa. Para ele, o lucro não é o fator mais importante, e sim a satisfação com os resultados obtidos e a recompensa pelo trabalho despendido.

Degen (1989, p. 33) faz uma importante observação:

O empreendedor de sucesso leva consigo ainda uma característica singular, que é o fato de conhecer como poucos o negócio em que atua, o que leva tempo e requer experiência. Talvez esse seja um dos motivos que levam à falência de empresas criadas por jovens entusiasmados, mas sem o devido preparo.

De um modo geral, o empreendedor conhece minuciosamente toda a dinâmica de seu negócio. De início, quando ele opta por criar um negócio próprio ele, em geral, já tem previamente o conhecimento acerca do setor de atividade a qual ele pretende atuar e quando já está propriamente assumindo a gerência do empreendimento, a busca por informações e atualizações sobre o mundo dos negócios passa a ser constante, pois para manter-se firme no mercado é preciso acompanhar as frequentes mudanças e inovar para que as técnicas e instrumentos de trabalho não se tornem obsoletas e inúteis à realidade corporativa.

Dolabela (2006) menciona algumas características dos empreendedores segundo a pesquisa de Timmons [1994] e Homaday [1982]. Dentre elas pode-se citar:

- O empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia.
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- Tem perseverança e tenacidade.
- Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados.
- Sabe fixar metas e atingi-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar espaços não ocupados por outros no mercado; descobre nichos.
- Tem forte intuição. Como no esporte, o que importa no empreendedorismo não é o que se sabe, mas o que se faz.
- Tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz.
- Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para se aprimorar.
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.

- É um sonhador realista. Embora racional, usa também a parte direita do cérebro.
- É líder. Cria um sistema próprio de relações com empregados.
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.
- Aceita o dinheiro como uma das medidas do seu desempenho.
- Tece “redes de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos. A rede de relações interna (com sócios, colaboradores) é mais importante que a externa.
- O empreendedor de sucesso conhece muito bem o ramo em que atua.
- Define o que deve aprender (a partir do não definido) para realizar suas visões. É pró-ativo diante daquilo que deve saber: primeiramente define o que quer e onde quer chegar; depois, busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo. Preocupa-se em aprender a aprender, pois sabe que no seu dia-a-dia será submetido a situações que exigem a constante apreensão de conhecimentos que não estão nos livros. O empreendedor é um fixador de metas.
- Cria um método próprio de aprendizagem. Aprende a partir do que faz. Emoção e afeto são determinantes para explicar seus interesses. Aprende indefinidamente.
- Tem alto grau de “internalidade”, o que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que pode mudar algo no mundo. A empresa é um sistema social que gira em torno do empreendedor. Ele acha que pode provocar mudanças nos sistemas em que atua.
- Tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza; é hábil em definir a partir do indefinido.
- Mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

Os empreendedores assumem integralmente o comando das atividades da empresa. Embora contem com o apoio de uma equipe de profissionais, eles sempre dominam toda a rotina, pois conhecem a fundo o ramo em que atuam, e ainda buscam o conhecimento nas áreas em que não tenham muito domínio para, assim, poder acompanhar todo o processo de funcionamento da empresa.

Dolabela (2006) conclui que não é necessário ser um “super-homem” para reunir todas essas características, muitas delas são aprendidas, outras já são próprias do ser humano e são despertadas a partir da vontade de realizar os seus próprios sonhos.

Portanto, as características dos empreendedores são oriundas de seus próprios sonhos, da sua vontade de desenvolver um negócio próprio. O empreendedor possui peculiaridades que fazem eles almejam muito mais do que somente o retorno financeiro, eles são pessoas visionárias e otimistas, que objetivam o sucesso do negócio através do desenvolvimento de suas potencialidades.

3.2 Oportunidades que o empreendedor deve identificar

Saber se uma oportunidade realmente é tentadora não é fácil, pois estão envolvidos vários fatores, entre eles o conhecimento do assunto ou o ramo de atividade em que a oportunidade está inserida, seu mercado, os diferenciais competitivos do produto/serviço para a empresa, entre outros fatores. (DORNELAS, 2001, p. 56).

O empreendedor tem a capacidade de visualizar as oportunidades e explorá-las em benefício do empreendimento. Ele não age aleatoriamente, e sim planeja e organiza as ideias tendo o cuidado de observar sua viabilidade para não comprometer a estabilidade da empresa.

Dornelas (2001, p. 57-64) diz ainda que o empreendedor deve avaliar a oportunidade que está a sua volta para não correr o risco de utilizar tempo e recursos em vão. Ele não deve se precipitar, e sim, focalizar a oportunidade correta. Para isso, o autor menciona algumas variáveis que devem ser analisadas e delas extraídas boas oportunidades para o negócio do empreendedor.

- a) Mercado: os de maior potencial são os mais atrativos, pois promovem celeridade na participação do produto ou serviço e o estabelecimento de uma marca forte, tendo em vista a demanda por parte do público consumidor. A concorrência também é um aspecto a ser considerado. A possível liderança de mercado pode ser atingida através da conquista dos consumidores, quando os concorrentes estão num mesmo nível, sem diferenciais competitivos.
- b) Análise econômica: analisar cautelosamente as reais possibilidades de retorno econômico do empreendimento, para que o retorno financeiro venha a compensar o esforço empreendido.
- c) Vantagens competitivas: estão ligadas a diferenciais que propiciam ganho para o consumidor, podendo ser através de um custo menor de produção, de estruturas condensadas ou da criatividade no processo de obtenção do produto, o que ao final gera um custo menor. As barreiras para a entrada de novos competidores ou até mesmo os competidores atuais, podem ser encaradas como uma vantagem competitiva que a empresa deve saber aproveitar.
- d) Equipe gerencial: um fator de extrema importância para o empreendedor. Ele e sua equipe devem estar à altura do negócio. Equipes compostas por

membros ecléticos e multidisciplinares oferecem um grande diferencial, pois os perfis possuem habilidades que se complementam.

- e) Critérios pessoais: algumas perguntas podem ser feitas nesse caso. Se há disposição para largar o emprego atual e enfrentar o desafio da atividade empreendedora, ciente de que pode ficar longos períodos sem receber uma remuneração compatível com a ganha anteriormente. Se há o apoio da família nessa nova empreitada. Se está disposto a se desfazer de bens pessoais para investir no negócio.

Dolabela (2006) também faz algumas considerações acerca dos fatores que afetam as oportunidades. Descritos a seguir:

- a) Sazonalidade: em alguns negócios, como hotéis de praia, sorveterias, comércio de cervejas etc., as vendas oscilam em algumas épocas do ano. Havendo sazonalidade, estar preparado para enfrentá-la.
- b) Efeitos da situação econômica: medir a sensibilidade do produto às variações econômicas, produtos mais baratos e de consumo necessário têm melhores condições de enfrentar crises.
- c) Controle governamental: os negócios sobre controle governamental podem ter as regras alteradas a qualquer momento e nem sempre atendem aos requisitos de competência e qualidade.
- d) Disponibilidade de insumos: Verificar se as fontes de insumos, componentes e elementos necessários à empresa são de fácil acesso.
- e) Ciclo de vida do setor: é fundamental avaliar o estágio do setor, se está em expansão, estagnação ou retração. Em qualquer um deles, é possível encontrar oportunidades, mas o setor em expansão oferece condições melhores, uma vez que em geral a demanda é maior do que a oferta, e os clientes ainda não têm tradição de fidelidade aos fornecedores. Nos setores em estagnação ou retração, a concorrência é acirrada.
- f) Lucratividade: a lucratividade é fator decisivo para a escolha do negócio. Se a lucratividade for alta, as chances de sucesso são maiores, e o negócio é menos vulnerável a situações adversas.
- g) Mudanças que ocorrem no setor: as mudanças são fontes de oportunidades, mas o empreendedor de sucesso deve percebê-las antes

dos concorrentes. As tendências são fundamentais, mas não prevêm com exatidão as mudanças ou inflexões de um setor.

- h) Efeitos da evolução tecnológica: a tecnologia deve ser objeto de observação do empreendedor, que precisa estar atento a tudo o que acontece no mundo.
- i) Grau de imunidade à concorrência: o sucesso é mais provável se as barreiras dos concorrentes à entrada de outras empresas no mercado forem menores e puderem ser neutralizadas. Entre as barreiras, as mais comuns são: capital, tecnologia, posição no mercado, poder da marca, fidelidade dos clientes, controle das fontes de matérias-primas, processo de produção a baixo custo, propriedade de licenças, localização do ponto comercial.
- j) Adequação às características individuais: o empreendedor jamais pode esquecer que a empresa deve ser a exteriorização do seu mundo interior.
- k) Potencial de lucro e crescimento: a paixão pelo negócio às vezes torna o futuro empreendedor cego às suas verdadeiras chances, impedindo-o de analisar seu potencial com frieza e de ouvir conselhos.

Os aspectos citados pelos os autores mostram as chances que o empreendedor tem para aproveitar a oportunidade. Os fatores que o empreendedor deve levar em consideração no momento em que a oportunidade surge, analisando, principalmente, se haverá compensação correspondente ao que foi investido.

4 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de âmbito mundial, é considerada o maior estudo com foco na atividade empreendedora. Esta é realizada anualmente, e hoje conta com mais de 60 países participantes. O programa baseia-se em avaliações dos principais pontos relativos ao empreendedorismo e sua contribuição para o crescimento econômico dos países envolvidos bem como o levantamento das características associadas à atividade empreendedora.

O programa teve início no ano de 1999, através de uma parceria entre as instituições: London Business School, da Inglaterra, e Babson College, dos Estados Unidos. Inicialmente, contou com a participação de 10 países e esse número vem crescendo a cada ano. No Brasil, o GEM é executado desde o ano 2000 pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e, desde 2011, passou a receber apoio técnico do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

O objetivo geral do GEM é:

Avaliar o comportamento das variáveis relacionadas ao empreendedorismo no Brasil, levantando informações sobre os indicadores e fatores intervenientes nessa dinâmica, com vistas a gerar elementos para orientar e influenciar programas, políticas e ações institucionais de natureza pública ou privada. (IBQP).

O projeto de pesquisa GEM aborda inúmeros fatores acerca da atividade empreendedora, dentre eles estão: levantamento de dados sobre as diferenças da capacidade empreendedora entre os países, a contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico e tecnológico, o potencial dos governos para promover o empreendedorismo, as relações entre as oportunidades empreendedoras e a capacidade dos indivíduos em explorar novas oportunidades.

O IBQP considera o empreendedorismo como sendo de muita importância no processo de inovação e desenvolvimento de novas tecnologias para o país. Nesse sentido, o órgão tem demonstrado interesse em empreendimentos que surgem movidos pela necessidade, onde pessoas criam negócios de baixo valor agregado e com poucas chances de sobrevivência. A inclusão e apoio a esses empreendimentos são vistos como uma possível mudança econômica e social para o país.

Por isso, o IBQP se propõe a atuar de forma sólida, disseminando informações e se mobilizando acerca do empreendedorismo no Brasil. Além da realização da pesquisa GEM, o instituto também busca promover outras ações que avigorem ainda mais a prática empreendedora no país.

Sobre a realização da pesquisa GEM, o IBQP se posiciona da seguinte forma:

Os resultados da pesquisa e seus estudos derivados vêm propiciando que, de forma comparativa, os diversos países envolvidos nas pesquisas – até hoje mais de 60 (o que representa aproximadamente 90% do PIB mundial e dois terços da população mundial), possam formular e avaliar suas políticas e programas baseados em dados concretos. Na esfera Internacional, o GEM, atualmente administrado por uma holding - Global Entrepreneurship Research Association (GERA), fortemente ligada a suas duas instituições fundadoras, London Business School (Londres) e Babson College (Boston), vem se aprimorando continuamente. Uma estrutura mais profissional e completa de governança foi constituída, bem como a equipe de gestão da pesquisa propriamente dita foi reforçada tecnicamente. Relações Internacionais com outros órgãos de pesquisa e organismos internacionais foram firmadas, posicionando o GEM em um importante espaço de influência no cenário mundial no que diz respeito à produção e divulgação de informações sobre os processos de criação e gestão de novos negócios no mundo. O GEM amplia sua proposta e ascende do patamar de simples pesquisa para se tornar o fórum global do pensamento, pesquisa e ação no ambiente do empreendedorismo. (IBQP).

Os dados e informações gerados pela pesquisa GEM possibilitam a comparação dos níveis de empreendedorismo entre os países participantes bem como a elaboração de relatórios nacionais bem estruturados e robustecidos, que relatam a situação do país no tocante à realidade empreendedora.

No Brasil, é lançado anualmente o livro intitulado “GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil” que traz consolidados todos os dados coletados pela pesquisa GEM. Também são publicados os Relatórios Executivos, os quais trazem de forma resumida os principais pontos abordados no referido livro.

O GEM utiliza um critério próprio para reunir as economias dos países participantes. Para isso, os países são classificados em três grupos:

- Países impulsionados por fatores: onde a economia é movida pelas atividades agrícolas de subsistência e negócios extrativistas;
- Países impulsionados pela eficiência: caracterizado pela industrialização e os ganhos em economias de escala. O Brasil pertence a este grupo;
- Países impulsionados pela inovação: caracterizado pelo avanço em desenvolvimento, que possibilita a intensidade no conhecimento, conseqüentemente, favorece o setor de serviços.

Neste trabalho serão analisados os Relatórios Executivos do livro “GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil” publicados nos anos de 2010, 2011 e 2012. A análise será feita sob dois enfoques:

- a) Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012, onde serão analisadas as principais variáveis que intervêm na prática empreendedora, na tentativa de refletir acerca do tema empreendedorismo no Brasil nesses três anos;
- b) Relatório Executivo do ano de 2012, onde serão comparados os níveis de empreendedorismo da região Nordeste do Brasil com a região Sudeste do Brasil, bem como com os níveis de empreendedorismo do Brasil. A escolha da região Sudeste para ter os níveis contrastados com o Nordeste se deu pelo fato de essa região ser a mais desenvolvida economicamente do país. Segundo o IBGE (2010), “a região Sudeste é a principal região do país, a mais populosa e com maior renda”.

A tabela 1 abaixo mostra a participação das cinco regiões do Brasil no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil de 2002 a 2010. De acordo com a tabela 1, a região Sudeste tem forte influência na economia do país, com domínio de mais de 50% do PIB brasileiro entre os anos de 2002 e 2010.

Tabela 1 - Participação percentual das Grandes Regiões no Produto Interno Bruto - 2002-2010

Grandes Regiões	Participação percentual no Produto Interno Bruto (%)								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Brasil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Norte	4,7	4,8	4,9	5,0	5,1	5,0	5,1	5,0	5,3
Nordeste	13,0	12,8	12,7	13,1	13,1	13,1	13,1	13,5	13,5
Sudeste	56,7	55,8	55,8	56,5	56,8	56,4	56,0	55,3	55,4
Sul	16,9	17,7	17,4	16,6	16,3	16,6	16,6	16,5	16,5
Centro-Oeste	8,8	9,0	9,1	8,9	8,7	8,9	9,2	9,6	9,3

Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA

Todas as informações contidas neste capítulo foram retiradas do *site* do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP (www.ibqp.org.br).

O quadro 1 abaixo apresenta a classificação adotada pelo GEM para os empreendimentos de acordo com o tempo de sua existência.

Quadro 1 – Classificação do empreendimento segundo definições adotadas pelo GEM

Tipo de empreendimento	Tempo de existência	Grupo
Empreendimento Nascente	Até 3 meses de existência	TEA
Empreendimento Novo	Entre 3 e 42 meses	
Empreendimento Estabelecido	Mais de 42 meses	TEE

Fonte: Elaboração própria da autora.

A seguir são apresentadas as informações gerais dos Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012, para situar o leitor durante a apreciação da apresentação e análise dos dados, relatadas no capítulo 6.

Relatório Executivo GEM 2010

No ano de 2010, a Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) do Brasil foi de 17,5%. Essa taxa representa a proporção de brasileiros de 18 a 64 anos envolvidos em atividades empreendedoras em negócios com menos de 42 meses de existência. Esta foi a maior TEA registrada desde 2000, este indicador parece indicar bons efeitos de medidas do governo a fim de melhorar a distribuição de renda e geração oportunidades de crédito ao longo dos últimos 10 anos.

A Taxa de Empreendedores Estabelecidos (TEE) do Brasil, em 2010, foi de 15,3%. Segundo o GEM 2010, a população adulta brasileira era de 120 milhões, ou seja, transformando a TEA 2010 em números absolutos tem-se que 21 milhões de brasileiros estavam envolvidos em atividades empreendedoras. Em 2010, um total de 59 países participaram da pesquisa GEM, o maior estudo mundial sobre empreendedorismo.

Relatório Executivo GEM 2011

Em 2011, a Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 14,9%. E a TEE foi de 12,2%.

Neste ano, participaram da pesquisa 54 países, sendo 7 países do grupo fator, 24 países do grupo eficiência, o qual o Brasil faz parte e 23, do grupo inovação.

Relatório Executivo GEM 2012

No ano de 2012, o Brasil registrou TEA de 15,4% e TEE de 15,2%. Isso demonstra que neste ano mais de 30% da população adulta (18 a 64 anos) brasileira estava à frente de alguma atividade empreendedora, fato esse que é de grande importância para impulsionar a economia do país.

Um ponto diferencial da pesquisa GEM Brasil 2012, foi a apresentação dos níveis de empreendedorismo também por regiões. Segundo o GEM (2012), “no Brasil, foram entrevistados 10.000 indivíduos entre 18 e 64 anos, representativos da população brasileira nessa faixa etária e residentes nas cinco regiões do país (2.000 entrevistados em cada uma das regiões)”.

Em números absolutos, tem-se que cerca de 36 milhões de brasileiros de 18 a 64 anos, mais especificamente, 18 milhões de empreendedores iniciais e 18 milhões de empreendedores estabelecidos estavam à frente de algum tipo de negócio. Neste ano, 69 países participaram da pesquisa GEM.

5 METODOLOGIA DA PESQUISA

É através do desenvolvimento de pesquisas que as pessoas passam a aprofundar o conhecimento acerca de determinados fatos, ou ainda, colaboram para o surgimento de novas experiências. Gil (1996, p.19) define pesquisa como “[...] procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.” Segundo Marconi e Lakatos (2005, p. 157) “a pesquisa é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”.

Goldenberg (2004, p. 106) diz que “a pesquisa é a construção de conhecimento original, de acordo com certas exigências científicas”. Para isso, ela enumera três importantes requisitos:

- a) a existência de uma pergunta que se deseja responder;
- b) a elaboração de um conjunto de passos que permitam chegar à resposta;
- c) a indicação do grau de confiabilidade na resposta obtida.

Desta forma, compreende-se que a pesquisa é um processo formal e sistematizado que é contornada por uma questão problema, a qual necessita ser solucionada e explicada cientificamente, contribuindo assim, para novas descobertas e, conseqüentemente, para o avanço da ciência.

5.1 Classificação da pesquisa: forma de abordagem e objetivos

Para a realização desta pesquisa foi feito inicialmente um levantamento bibliográfico em torno do tema central, onde Andrade (2004, p. 51) afirma que “toda atividade acadêmica pressupõe uma pesquisa bibliográfica inicial”. Andrade salienta ainda, que a pesquisa bibliográfica “tanto pode ser um trabalho em si mesma, quanto constituir-se em procedimento preparatório para a realização de outra pesquisa”. No caso deste trabalho, foi dado um respaldo bibliográfico para fundamentar o tema central “empreendedorismo”, onde foram utilizados livros, trabalhos acadêmicos (monografias), publicações periódicas e *web sites*.

O presente trabalho é de natureza descritiva, onde nesse tipo de pesquisa segundo Andrade (2004, p. 19-20) “os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre eles”.

Sobre o método a ser utilizado em uma pesquisa, Marconi e Lakatos (2005, p. 165) diz que:

A seleção do instrumental metodológico está, portanto, diretamente relacionada com o problema a ser estudado; a escolha dependerá dos vários fatores relacionados com a pesquisa, ou seja, a natureza dos fenômenos, o objeto da pesquisa, os recursos financeiros, a equipe humana e outros elementos que possam surgir no campo da investigação.

Quanto ao método utilizado, o trabalho teve uma abordagem qualitativa, onde foram analisados os principais pontos dos Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012.

Godoy (1995a, p. 62 *apud* Neves, 1996) ressalta a diversidade existente entre os trabalhos qualitativos e enumera um conjunto de características essenciais capazes de identificar uma pesquisa desse tipo, a saber:

- a) o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental;
- b) o caráter descritivo;
- c) o significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida como preocupação do investigador;
- d) enfoque indutivo.

5.2 Estratégia de pesquisa

Nesta pesquisa a estratégia que contribuiu com o procedimento investigatório foi a análise de conteúdo. Moraes (1999) define análise de conteúdo da seguinte forma:

A análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. Essa metodologia de pesquisa faz parte de uma busca teórica e prática, com um significado especial no campo das investigações sociais. Constitui-se em bem mais do que uma simples técnica de análise de dados, representando uma abordagem metodológica com características e possibilidades próprias.

Compreende-se que a análise de conteúdo visa à interpretação de dados, possibilitando uma nova compreensão, mais aprofundada e crítica, onde o pesquisador busca extrair algo além do explícito do conteúdo analisado.

Por meio da análise de conteúdo, a pesquisa objetivou perceber nos Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012 os pontos mais relevantes sobre os níveis de empreendedorismo no Brasil, onde foi traçado um comparativo entre os três anos, na tentativa de identificar a evolução e as mudanças ocorridas nos principais pontos relativos às taxas de empreendedorismo no país. Um outro enfoque foi dado ao Relatório Executivo do ano de 2012, que foi uma edição elaborada com uma característica diferencial, a qual trazia uma abordagem dos níveis de empreendedorismo tanto do país como o todo quanto das taxas de cada região brasileira. Nessa perspectiva, foram confrontadas as taxas da região Nordeste com as da região Sudeste, nomeadamente a região mais desenvolvida economicamente, e as do Brasil.

Com os Relatórios Executivos foi realizada uma análise interpretativa. No entendimento de Severino (2007, p. 94) interpretar é [...] “tomar uma posição própria a respeito das ideias enunciadas, é superar a estrita mensagem do texto, é ler nas entrelinhas, é forçar o autor a um diálogo, é explorar a fecundidade das ideias expostas, é cotejá-las com outros, é dialogar com o autor”.

Desse modo, a análise interpretativa feita com os Relatórios Executivos, possibilitou a elucidação das informações já contidas nesses materiais bem como a extração de novos dados, resultado do delineamento estabelecido entre os três Relatórios.

5.3 Delimitação, coleta e análise dos dados

Para coletar e analisar os dados, foi primeiramente realizada uma prévia análise do material objeto de estudo desta pesquisa - Relatórios Executivos Global Entrepreneurship Monitor dos anos 2010, 2011 e 2012.

Em seguida, foi realizada a exploração propriamente do material, elegendo os pontos principais dos níveis de empreendedorismo no Brasil e tentando abordar, principalmente, os pontos que eram comuns aos três Relatórios, para assim obter maior precisão na comparação dos dados.

Como citado anteriormente, este trabalho teve dois enfoques. No primeiro, foram comparados os níveis de empreendedorismo no Brasil com base nos Relatórios

Executivos GEM dos anos de 2010, 2011 e 2012, sendo abordados três pontos: características dos empreendedores iniciais (faixa etária, gênero, renda familiar e escolaridade); características dos empreendimentos (expectativa para geração de empregos nos próximos 5 anos, idade da tecnologia e orientação internacional) e a motivação para empreender (oportunidade e necessidade). No segundo enfoque, foram apresentados os níveis de empreendedorismo da região Nordeste comparados com a região Sudeste e o Brasil, no ano de 2012. Nesta parte, foram abordados os seguintes pontos: características dos empreendedores iniciais (faixa etária, gênero, escolaridade e renda familiar); motivação para empreender (oportunidade e necessidade) e o “Sonho do brasileiro”, que trata a questão do desejo de ter o negócio próprio comparado com outros desejos.

A busca pelos Relatórios foi realizada da seguinte forma: no *site* do IBQP (www.ibqp.org.br) clicou-se no menu “Produtos e Serviços”, depois no sub-item “Projetos” e em seguida, clicando em “GEM” foi possível acessar a página eletrônica dedicada exclusivamente ao programa de pesquisa GEM. Nesta página, existem as guias relacionadas ao programa, dentre elas está a guia denominada “*download*”, local de onde foram extraídos os Relatórios Executivos para a concretização desta pesquisa.

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo será feita a apresentação e análise dos dados por meio de reflexões sobre as principais informações contidas nos Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012.

É importante ressaltar que os Relatórios Executivos GEM são publicações que trazem sintetizados os principais pontos do livro “GEM: Empreendedorismo no Brasil”. Neste estudo buscou-se comparar os pontos que estivessem presentes nos três relatórios (2010, 2011 e 2012), para com isso, se obter maior precisão na comparação dos dados.

Devido ao escopo desta pesquisa, serão considerados somente os empreendedores iniciais (TEA), ou seja, donos de negócios com até 42 meses de existência.

6.1 Evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil de 2010 a 2012

O quadro 2 mostra a evolução da TEA e da TEE no Brasil de 2010 a 2012.

Quadro 2 - Evolução das taxas de empreendedores segundo o estágio do empreendimento – Brasil – 2010:2012

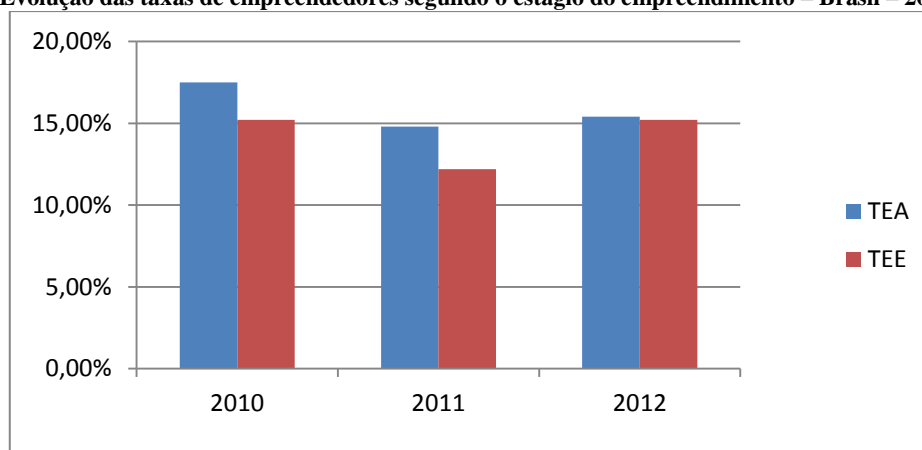
Estágio	Taxas		
	2010	2011	2012
Empreendedores Iniciais	17,5	14,8	15,4
• Empreendedores Nascentes	5,8	4,0	4,5
• Empreendedores Novos	11,8	11,0	11,3
Empreendedores Estabelecidos	15,2	12,2	15,2
Taxa Total de Empreendedores (TTE)	32,3	26,9	30,2

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

Graficamente, temos:

Gráfico 1 - Evolução das taxas de empreendedores segundo o estágio do empreendimento – Brasil – 2010:2012



Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Analisando o gráfico, observa-se que 2010 registrou a maior TEA (17,5%) em relação aos anos de 2011 e 2012, sendo que as taxas do ano de 2011, tanto dos empreendedores iniciais quanto dos estabelecidos, foram as menores. E 2012, a TEA e a TEE estavam com valores bem próximos.

6.2 Taxas dos empreendedores iniciais do Brasil segundo características demográficas

Nesta seção serão apresentadas as taxas de empreendedorismo do Brasil nos anos de 2010, 2011 e 2012 segundo algumas características demográficas (faixa etária, gênero, escolaridade e renda familiar).

6.2.1 Faixa etária

O quadro 3 mostra as taxas de empreendedores iniciais do Brasil segundo a faixa etária.

Quadro 3 - Taxas de empreendedores iniciais segundo a faixa etária – Brasil – 2010:2012

Faixas	Taxas		
	2010	2011	2012
18-24 anos	17,4	12,82	14,2
25-34 anos	22,2	17,85	19,2
35-44 anos	16,7	17,24	18,7
45-54 anos	16,1	13,06	12,1
55-64 anos	9,5	9,33	8,3

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

Percebe-se que nos três anos a faixa 25-34 anos predomina como a faixa com mais brasileiros empreendedores, isso demonstra que as pessoas mais jovens estão empreendendo mais e vendo a atividade empreendedora como uma boa opção de carreira.

Num extremo as pessoas jovens têm ideias holísticas, perspectivas diferentes de observar o ambiente e formação diferente dos seus pais. Comparativamente os jovens têm menos a perder em questões como pagamento de financiamentos imobiliários e sustento de famílias. No outro extremo as pessoas mais velhas possuem experiência, contatos e acumulam capital durante sua longa carreira. Apesar de a atividade empreendedora ser mais dinâmica nas idades intermediárias, os formuladores de políticas públicas não devem perder de vista o potencial empreendedor dos extremos das faixas etárias. (GEM 2010, p. 49).

6.2.2 Gênero

O quadro 4 mostra as taxas de empreendedores iniciais do Brasil segundo a faixa etária.

Quadro 4 - Taxas de empreendedores iniciais segundo o gênero – Brasil – 2010:2012

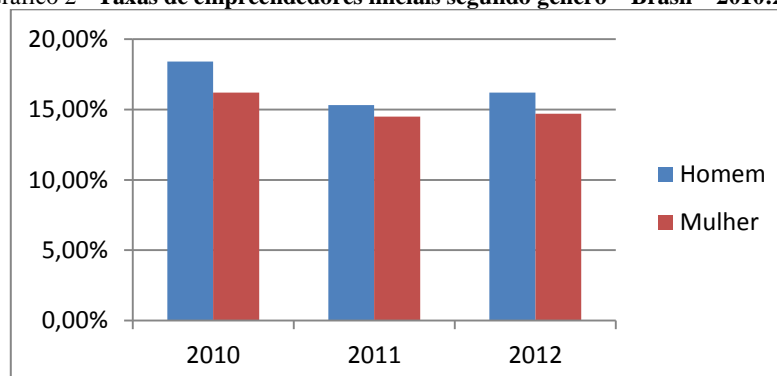
Gênero	Taxas		
	2010	2011	2012
Homem	18,4	15,31	16,2
Mulher	16,2	14,49	14,7

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

Graficamente:

Gráfico 2 - Taxas de empreendedores iniciais segundo gênero – Brasil – 2010:2012



Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Segundo o GEM, a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo. Apesar de haver equilíbrio entre os gêneros atualmente, nos anos iniciais da pesquisa existia uma certa distância entre as taxas de empreendedores

brasileiros no tocante ao gênero, mas com o decorrer do tempo foi ficando cada vez mais notável a presença da mulher à frente de empreendimentos, embora ainda seja reduzido o número de mulheres que chegam a cargos de direção em grandes corporações.

Uma das explicações para o alto envolvimento de mulheres brasileiras no empreendedorismo pode ser a flexibilidade que um negócio próprio acaba acarretando à mulher. Muito embora o empreendedor trabalhe tanto ou até mais que um empregado de uma grande empresa, o fato da mulher empreendedora poder gerenciar seu próprio negócio acaba favorecendo a conciliação dos horários do trabalho com a educação dos filhos e o gerenciamento do lar. Mesmo que a educação dos filhos seja uma obrigação do casal, muitas mulheres acabam tomando para si tal tarefa, o que seria bem mais difícil se ela tivesse um emprego em que a flexibilidade de horários fosse limitada. Isto sem falar no crescente fenômeno das famílias monoparentais (SEGNINI, 1997, apud GEM 2011, p. 51).

Outro fator importante para o aumento do número de mulheres que estão à frente de um negócio está intimamente ligado ao fato de a mulher estar buscando o seu aprimoramento educacional. Atualmente, as mulheres estão avançando sua formação através da integração de cursos técnicos e superiores aos seus currículos.

Complementando a questão da inserção da mulher e a representatividade que esta vem conquistando no ambiente laboral, o IBGE, em 2010 registrou que as mulheres representavam a maioria da população em idade ativa (53,8%) e parte significativa da população economicamente ativa (46,2%). Ou seja, as estatísticas de gênero da Pesquisa do GEM são bastante similares à evolução recente da participação das mulheres na força de trabalho (GEM 2011).

6.2.3 Escolaridade

O quadro 5 mostra as taxas de empreendedores iniciais do Brasil segundo a escolaridade.

Quadro 5 - Taxas de empreendedores iniciais segundo a escolaridade – Brasil – 2010:2012

Escolaridade (anos de estudo)	Taxas		
	2010	2011	2012
Sem educação formal	9,3%	15,12%	14,0%
1 a 4	15,7%		
5 a 11	17,1%	15,05%	16,3%
Mais de 11	19,7%	13,97%	17,6%
Todas as faixas	17,5%	9,57%	11,7%

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Segundo o GEM (2011), observou-se em outros países do grupo do Brasil (eficiência) que em 2011 quanto maior o nível de educação, mais empreendimentos novos surgem. Já no Brasil, as taxas mostram situação inversa, quanto maior o nível de escolaridade, taxas menores são registradas.

Três causas são apontadas pelo GEM 2011:

- 1) A primeira deve-se ao fato da alta taxa de empreendedores por necessidade ainda existente no Brasil, apesar desse indicador ter melhorado substancialmente nos últimos anos.
- 2) A segunda explicação refere-se à alta demanda por mão de obra qualificada pelas empresas brasileiras, que se encontram em um momento de expansão econômica forte e com altos níveis de recrutamento e seleção de empregados.
- 3) Pode-se considerar o baixo nível de escolaridade da população. A Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2009 indica que a taxa da população brasileira com mais de 15 anos de escolaridade é de 6,3%. Assim, é possível que aqueles com escolaridade superior encontrem melhores oportunidades de renda em ofertas de empregos estáveis.

Nesse sentido o GEM (2012) explica:

O padrão de distribuição das taxas de empreendedores iniciais segundo o nível de escolaridade é similar, com as taxas crescendo nas três primeiras faixas e caindo na quarta. Esta queda da taxa na quarta faixa pode ser explicada pelo fato de que, geralmente, pessoas que possuem mestrado completo, doutorado incompleto e doutorado completo em várias áreas do conhecimento acabam se dedicando à carreira universitária ou se empregando junto às empresas.

De um modo geral, o que se verifica é que com pouca escolaridade as pessoas se desmotivam para encarar a criação do negócio próprio. Outra observação pode ser feita com a última faixa de escolaridade, a qual mostrou queda nos últimos três anos, o que explica que as pessoas com maior grau de escolaridade muitas vezes priorizam outras carreiras profissionais.

No Brasil, a situação educacional deixa a desejar. O atraso escolar, o abandono precoce da escola, o baixo desempenho dos alunos e a precariedade no sistema educacional brasileiro contribuem para os altos índices negativos no grau de escolaridade. As falhas existentes na educação brasileira são reflexos das desigualdades sociais e de rendimentos da população.

Para o IBGE (2012):

Não se pode perder de vista que, sem avanço nas condições de vida da população e redução das desigualdades sociais, a educação dificilmente cumprirá seu papel de promotora de igualdade de oportunidades, pois as características socioeconômicas das famílias são os principais determinantes, tanto do desempenho escolar quanto das chances de progressão ao longo da trajetória escolar, como indicam diversos estudos de referência nacionais e internacionais.

6.2.4 Renda Familiar

Para analisar a renda dos empreendedores brasileiros, cada faixa de renda (baixa, média e alta) é composta por um terço dos participantes, ou seja, a análise trabalha com 33,3% dos participantes de renda baixa, 33,3% de renda média e 33,3% de renda alta.

Conforme mostra o quadro 6.

Quadro 6 - Taxas de empreendedores iniciais segundo renda familiar – Brasil – 2010:2012

Faixa de renda	Taxas		
	2010	2011	2012
33% Mais baixa	6,1	9,48	11,3
33% Intermediária	15,1	12,62	13,5
33% Mais alta	16,0	15,65	15,1

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

O que se observa é que à medida que a renda aumenta a taxa de empreendedores também vai aumentando. É importante notar também que a faixa composta pelos participantes de renda baixa teve aumento ao longo dos anos. Nos últimos anos, as classes sociais “D” e “E” vêm conquistando espaço perante a sociedade e, conseqüentemente, gerando impacto na economia do país. Com o aumento do poder aquisitivo, essas pessoas estão sendo capazes de visualizar as oportunidades de criar o seu próprio negócio; embora comecem de maneira informal, aos poucos vão se estruturando conforme a demanda ordena.

Essa camada da sociedade passou a ter acesso ao crédito facilitado, ou seja, estão efetuando compras em cartões de crédito, tendo a oportunidade de realizar a abertura e manutenção de contas bancárias, e também podem contar com o apoio de entidades

financeiras, as quais têm estimulado a prática empreendedora através da oferta de crédito a prazos cada vez maiores.

Nesse ritmo, os pequenos empreendedores surgem e propiciam às famílias de baixa renda, o acesso a serviços jamais experimentados por essa camada da população. Contribuindo, assim, com o delineamento de um novo quadro econômico e social para o país.

Segundo a Revista Época Negócios (2013), “o consumo das famílias, que vinha blindando o Brasil da crise econômica, tem desacelerado. Prova disso é o resultado do PIB de 2012, que cresceu somente 0,9%. Mas a situação poderia ter sido pior se não fosse a participação das classes D e E”.

6.3 Características dos empreendimentos

Nesta seção serão apresentadas as características dos empreendimentos iniciais do Brasil nos anos de 2010, 2011 e 2012. São elas: a expectativa de geração de empregos para os próximos cinco anos, a idade da tecnologia utilizada pelos empreendedores iniciais brasileiros e a orientação internacional.

6.3.1 Geração de empregos

O quadro 7 mostra as taxas de empreendedores iniciais com relação a expectativa de criação de empregos para os próximos cinco anos.

Quadro 7 – Empreendimentos iniciais segundo a expectativa de geração de empregos – Brasil – 2010:2012

Expectativa de geração de empregos	Proporção (%)		
	2010	2011	2012
Nenhum emprego	36,74	33,86	43,2
De 1 a 5 empregos	40,15	48,82	39,5
De 6 a 19 empregos	15,15	12,99	11,7
Mais de 20 empregos	7,95	4,33	5,5

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Em 2010, a expectativa dos empreendedores de não gerar empregos nos próximos 5 anos era de 36%, em 2011, aproximadamente, 34%, e em 2012, a proporção aumenta para 43%. É importante ressaltar que é através da criação e geração de empregos que a renda das famílias brasileiras é impactada e, conseqüentemente, a economia do país também. Muitas das ações empreendedoras no Brasil são de micro ou pequeno porte, não havendo demanda de mão-de-obra após momento inicial de implantação do negócio.

Percebe-se que entre 2010 e 2012, a expectativa dos empreendedores de criarem um volume alto de empregos (mais de 20 empregos) vem gradativamente registrando queda. Isso demonstra que o empreendedor inicial (donos de empreendimentos com até 42 meses de existência) está inseguro e menos confiante, provavelmente, receoso com a situação do país para os anos seguintes.

6.3.2 Tecnologia

Conforme mostra o quadro 8, o GEM procura identificar a idade da tecnologia que o empreendedor incorpora ao seu negócio, sendo:

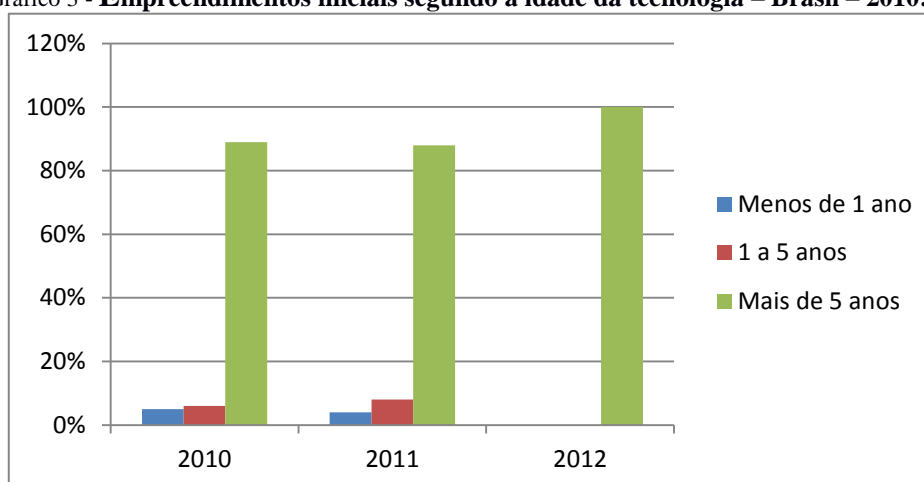
- Menos de 1 ano (mais alta);
- de 1 a 5 anos (média);
- mais de 5 anos (mais baixa).

Quadro 8 – Empreendimentos iniciais segundo a idade da tecnologia – Brasil – 2010:2012

Idade da tecnologia	Proporção (%)		
	2010	2011	2012
Menos de 1 ano	5	4	0
1 a 5 anos	6	8	0
Mais de 5 anos	89	88	100

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Graficamente:

Gráfico 3 - **Empreendimentos iniciais segundo a idade da tecnologia – Brasil – 2010:2012**

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Os empreendedores em estágio inicial do Brasil estão adotando pouca inovação tecnológica. Em 2010, apenas 5% dos empreendedores iniciais brasileiros incorporaram alguma tecnologia nova ao negócio, ou seja, tecnologia com menos de 1 ano, o que deixou o país na 50ª posição entre os 59 países que participaram da pesquisa.

Em 2011, a situação apontou índices semelhantes, o país ficou na 46ª posição entre os 54 países participantes. Em 2012, a inserção de novas tecnologias, nesse mesmo quesito (tecnologias com menos de um ano) é nula, deixando o Brasil na 67ª posição em meio aos 69 países participantes da pesquisa. Isso demonstra que o empreendedor brasileiro não tem investido tecnologicamente em seu negócio.

O ato de inserir novas tecnologias em um empreendimento mostra que o empreendedor tem uma visão inovadora e procura diferenciar seus produtos/serviços, porém, é importante salientar que quando se adotam novas tecnologias, obrigatoriamente, está sendo agregado maiores valor e custo aos produtos/serviços ofertados, e em se tratando de um empreendimento inicial, tal investimento pode não ser compensado financeiramente de forma positiva, preferindo o empreendedor aderir a novas tecnologias somente em um estágio de maior maturidade e solidez no mercado.

6.3.3 Orientação internacional

Este ponto trata dos empreendedores iniciais que negociam com o mercado externo, ou seja, vendem seus produtos para o exterior.

Nesse ponto, o GEM trata a questão da inserção internacional dos empreendedores perguntando qual é o destino das vendas, ou seja, os entrevistados são

questionados sobre o percentual de seus produtos ou serviços que são dirigidos aos consumidores de fora de seus países de origem.

Quadro 9 – Empreendimentos iniciais segundo a orientação internacional – Brasil – 2010:2012

Consumidores externos	2010 (59 países)		2011 (54 países)		2012 (69 países)	
	Prop (%)	Posição*	Prop (%)	Posição	Prop (%)	Posição
Nenhum consumidor no exterior	93,2	57 ^a	93,91	3 ^a	99,2	1 ^a
De 1 a 25% de consumidores no exterior	6,8		5,77	48 ^a	0,6	30 ^a
De 25 a 75% de consumidores no exterior	0		0,31	53 ^a	0,2	65 ^a
De 75 a 100% de consumidores no exterior	0		0	50 ^a	0	66 ^a
Total	100		100		100	

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

*O GEM 2010 não divulgou a posição do Brasil de forma específica para cada faixa de consumidores externos. Por conta disso, no quadro consta a posição do país no *ranking* mundial que foi mencionada pelo GEM 2010.

Nota-se que entre 2010 e 2012, o país ocupou posição crítica no tocante a orientação internacional. Em 2010, 93,2% dos empreendedores de negócios com menos de 42 meses de existência não possuíam consumidores no exterior, e nos dois anos seguintes, estes números crescem ainda mais, registrando em 2011 e 2012, respectivamente, 93,91% e 99,2%.

Para esta questão, o GEM 2011 aponta três motivos que justificam a fraca atuação do país no processo de internacionalização pelo empreendedor em estágio inicial.

Fica difícil comparar os números do Brasil com os demais países no tocante à internacionalização. Primeiro porque o Brasil é um país de dimensões continentais, que vem apresentando um alto consumo interno, fruto da ascensão econômica das classes D e E, o que garante demanda para a produção local. Segundo, a posição geográfica do país, isolada de grandes mercados, também dificulta a exportação. E terceiro, a pauta das exportações brasileiras está altamente concentrada em grandes e poucas empresas de commodities agrícolas, aviação ou minério, cuja probabilidade do empreendedor ser contatado pela pesquisa GEM é menor. (GEM 2011, p. 66).

Outro fator que pode ser inserido é a crise econômica internacional, a qual atingiu fortemente países europeus e os Estados Unidos, mercados-alvo de produtos brasileiros.

Compreende-se que essa constância dos empreendedores iniciais brasileiros em não estarem inseridos em grande escala no mercado externo não necessariamente passa a ter reflexos negativos para a atividade empreendedora do Brasil, uma vez que o país tem registrado índices significativos de empreendedorismo em aspectos de caráter interno, uma vez que o consumo interno não foi tão abalado pela crise econômica mundial.

6.4 Motivação: Oportunidade x Necessidade

Para apontar os níveis de motivação que as pessoas têm para empreender, o GEM classifica os empreendedores em dois grupos: os empreendedores por necessidade e os empreendedores por oportunidade.

Quanto à motivação dos empreendedores, o GEM (2012) utiliza a seguinte definição:

Os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de trabalho, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, ou ainda, para manter ou aumentar sua renda pelo desejo de independência no trabalho.

Quadro 10 – Empreendimentos iniciais segundo motivação – Brasil – 2010:2012

MOTIVAÇÃO	2010	2011	2012
Taxas de Empreendedorismo por Oportunidade (%)	11,9	10,2	10,7
Taxas de Empreendedorismo por Necessidade (%)	5,4	4,6	4,7
Razão oportunidade/necessidade ¹	2,1	2,2	2,3
Oportunidade como percentual da TEA ²	67,7	68,7	69,2

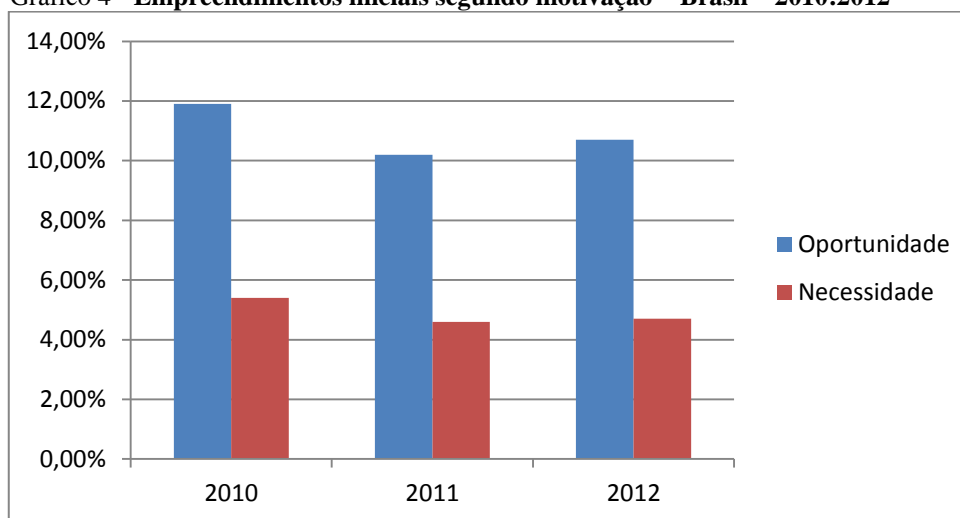
Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

¹ A razão significa a quantidade de empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade.

² Representa a proporção: significa o percentual de empreendedores iniciais que empreenderam por oportunidade, em relação ao total de empreendedores de cada região.

Graficamente:

Gráfico 4 - Empreendimentos iniciais segundo motivação – Brasil – 2010:2012



Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Analisando as ilustrações acima, nota-se que nos três anos as taxas de motivação dos empreendedores que abriram um novo negócio por visualizarem oportunidades promissoras, são mais altas em relação às taxas dos que empreenderam por necessidade. Isso demonstra que os brasileiros estão com a visão empreendedora mais aguçada, embora o número de empreendedores por necessidade ainda esteja próximo ao número dos empreendedores por oportunidade, fato este que pode ser refletido também nos índices de escolaridade, onde empreendedores com grau de escolaridade mais baixo empreendem mais por necessidade do que por oportunidade. Já os indivíduos mais escolarizados associam o conhecimento adquirido e implementam suas potencialidades, inovando e se lançando a novos desafios na jornada empreendedora.

É importante contrastar também, os índices de motivação com o nível de desenvolvimento econômico do país, onde se observa que em países economicamente mais desenvolvidos prevalece um número maior de empreendedores por oportunidades, haja vista que nesses países o nível educacional é melhor e as próprias políticas internas também contribuem para isso. Segundo o livro GEM (2012, p. 89) “a oportunidade como motivação do empreendedor individual é relativamente maior conforme é mais avançado o estágio ou fase do desenvolvimento dos diferentes países: impulsionados por fatores, pela eficiência ou pela inovação”.

Outra observação importante pode ser feita com relação ao ramo de atividade que predomina em cada grupo de empreendedores (oportunidade e necessidade). De um modo geral, os setores em que o empreendedorismo por necessidade prevalece, são justamente os que contemplam uma carga mais operacional, segundo o livro GEM (2011,

p. 50) são os setores voltados para “obras de acabamento, comércio varejista de perfumaria e cosméticos, lanchonetes e similares, fornecimento de comida preparada e serviços domésticos”. Enquanto que os empreendedores por oportunidades optam por atividades mais intelectuais.

Esta segunda parte do trabalho objetiva traçar um comparativo entre as taxas de empreendedorismo da região Nordeste do Brasil tanto com as taxas da região Sudeste como também com as taxas nacionais (Brasil).

6.5 Taxas de Empreendedores Iniciais (TEA) do Brasil e regiões Nordeste e Sudeste

O quadro 11 abaixo mostra as taxas de empreendedores iniciais do Brasil, da região Nordeste e da região Sudeste do país. É possível observar que as taxas do Nordeste superam as do Sudeste e também as taxas do Brasil. Isso quer dizer que a região Nordeste apresenta mais empreendedores em estágio inicial (16,8%) do que a região Sudeste (14,2%) e o Brasil (15,4%).

Em 2012, segundo o Banco Central do Brasil, “a atividade econômica da região Nordeste mostrou-se dinâmica apontando índices mais elevados que os de âmbito nacional”, e foi nesse contexto que os empreendedores nordestinos contribuíram com o registro da TEA superior ao da região Sudeste e do Brasil.

Quadro 11 – Taxas de empreendimentos iniciais (TEA) – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

Tipo de empreendedores	Taxas		
	Brasil	Região Nordeste	Região Sudeste
Empreendedores Iniciais	15,4	16,8	14,2
Empreendedores Nascentes	4,5	4,8	4,6
Empreendedores Novos	11,3	12,4	10,0

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

6.6 Taxas dos empreendedores iniciais do Brasil e regiões Nordeste e Sudeste segundo características demográficas

Nesta seção serão apresentadas as taxas de empreendedorismo das regiões Nordeste, Sudeste e Brasil, no ano de 2012, segundo algumas características demográficas (gênero, faixa etária, escolaridade e renda familiar).

6.6.1 Gênero

O quadro 12 apresenta as taxas de empreendedores iniciais das regiões Nordeste, Sudeste e Brasil, no ano de 2012, quanto ao gênero:

Quadro 12 – Taxas de empreendedorismo segundo o gênero - Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

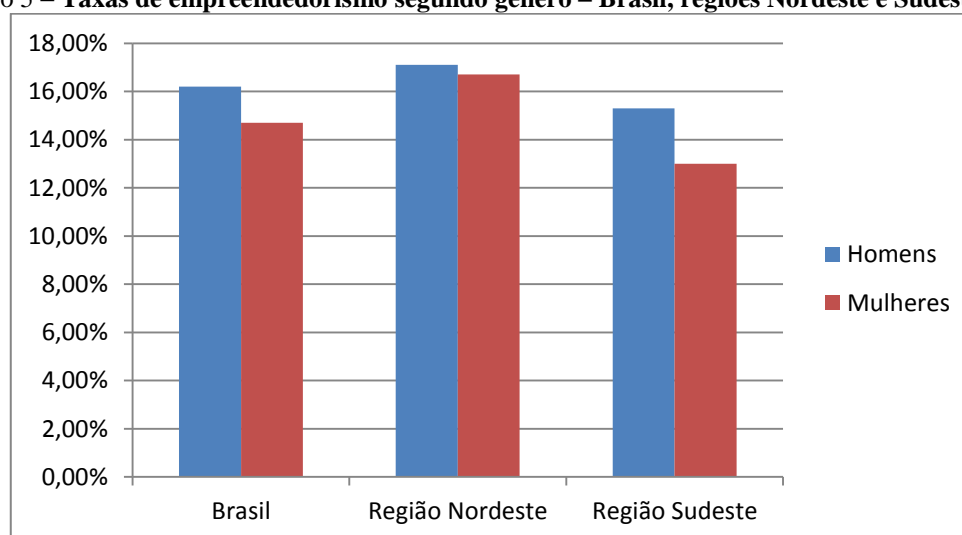
Gênero	Taxas		
	Brasil	Região Nordeste	Região Sudeste
Masculino	16,2	17,1	15,3
Feminino	14,7	16,7	13,0

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

Graficamente:

Gráfico 5 – Taxas de empreendedorismo segundo gênero – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012



Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Como pode ser observado, ainda há a predominância masculina à frente de negócios em estágio inicial, sendo que a região Nordeste merece destaque por apresentar a taxa de empreendedores do sexo feminino (16,7%) superior às taxas dos empreendedores do sexo masculino da região Sudeste (15,3%) e também do Brasil (16,2%).

Culturalmente, a mulher nordestina é tida popularmente como uma mulher de garra, que trabalha arduamente, e é nesse contexto que agora a massa feminina vem dominando o comando de novos empreendimentos. A visão da mulher em relação ao ambiente laborativo vem passando por mudanças.

Atualmente, os anseios e as perspectivas para conquistar maior independência financeira e aumentar sua realização pessoal e profissional vêm delineando um novo perfil para as mulheres: mais empreendedora.

6.6.2 Faixa etária

O quadro 13 apresenta as taxas de empreendedores iniciais das regiões Nordeste, Sudeste e Brasil, no ano de 2012, quanto à faixa etária:

Quadro 13 – Taxas de empreendedorismo segundo a faixa etária - Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

Faixa etária	Taxas		
	Brasil	Região Nordeste	Região Sudeste
18-24 anos	14,2	11,2	15,2
25-34 anos	19,2	21,6	16,9
35-44 anos	18,7	22,2	17,1
45-54 anos	12,1	15,4	9,9
55-64 anos	8,3	7,9	7,9

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

Ao analisar o quadro 13, notou-se que enquanto no Brasil a faixa de idade predominante entre os empreendedores em estágio inicial recai sobre os indivíduos de 25-34 anos (esta faixa também prevaleceu nos anos de 2010 e 2011), nas regiões Nordeste e Sudeste predomina a faixa de 35-44 anos.

Geralmente, é depois dos 30 anos de idade que os indivíduos adquirem maior grau de maturidade, muitas vezes por já estarem comprometidos com famílias para sustentar, conseqüentemente, buscam a estabilidade financeira. Esse é um dos motivos que influencia a criação do negócio próprio nessa faixa etária.

6.6.3 Escolaridade

O quadro 14 apresenta as taxas de empreendedores iniciais das regiões Nordeste, Sudeste e Brasil, no ano de 2012, quanto ao grau de escolaridade:

Quadro 14 – Taxas de empreendedorismo segundo a escolaridade - Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

Grau de escolaridade	Taxas		
	Brasil	Região Nordeste	Região Sudeste
Nenhuma educação formal	7,6	8,9	0,0
Primeiro grau incompleto	14,0	18,9	11,9
Primeiro grau completo	14,5	16,9	11,4
Segundo grau incompleto	15,2	14,4	15,2
Segundo grau completo	16,7	17,1	15,3
Curso Superior Incompleto	14,7	12,5	13,6
Curso Superior Completo	17,9	19,7	17,5
Pós-Graduação incompleta	14,8	23,4	12,8
Pós-Graduação completa	12,0	17,9	9,6

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

A observação mais visível entre os níveis educacionais dos empreendedores iniciais das regiões Nordeste e Sudeste, pode ser encontrada na faixa “nenhuma educação formal”.

Pode-se inferir que as principais diferenças socioeconômicas que envolvem essas duas regiões, estão concentradas na educação. A região Sudeste se destaca entre as demais regiões por sua robustez econômica e qualidade de vida da população.

Historicamente, tem-se que a região Nordeste sempre registrou atraso na educação, e é justamente esse fator que acaba acarretando valores negativos a outros fatores com os quais se tem uma ligação direta.

A situação crítica da educação na região Nordeste reflete em altos índices negativos quando comparados com a região Sudeste. Sobre o analfabetismo, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010) faz a seguinte afirmação:

No caso do analfabetismo de jovens, a situação da Região Nordeste é também preocupante, na medida em que mais de ½ milhão (502 124) de pessoas de 15 a 24 anos de idade declararam ao Censo 2010 que não sabiam ler e escrever. Na Região Sul e Sudeste, regiões mais desenvolvidas socioeconomicamente, nos municípios de mesmo porte tais proporções são bem mais baixas.

6.6.4 Renda Familiar

O quadro 15 apresenta as taxas de empreendedores iniciais das regiões Nordeste, Sudeste e Brasil, no ano de 2012, quanto à renda familiar:

Quadro 15 – Taxas de empreendedorismo segundo a renda familiar - Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

Renda	Taxas		
	Brasil	Região Nordeste	Região Sudeste
Menos de 3 salários mínimos	15,3	18,2	13,7
3 a 6 salários mínimos	15,8	16,6	14,4
6 a 9 salários mínimos	17,6	15,0	20,8
Mais de 9 salários mínimos	7,4	6,9	5,2

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Nota: As taxas são apresentadas na forma de percentual

Ao analisar o quadro 15, observa-se que entre os empreendedores iniciais, a região Nordeste registrou a maior taxa dos que possuíam renda inferior a três salários mínimos (18,2%), seguida do Brasil (15,3%) e região Sudeste (13,7%). Em relação à penúltima faixa (6 a 9 salários mínimos), observa-se que as taxas da região Sudeste (20,8%) novamente se destacam entre as taxas registradas tanto pela região Nordeste (15%) quanto pelo Brasil (17,6%). Na região Nordeste, quanto maior a faixa de renda, menor é a taxa de empreendedores; já no Sudeste é registrada situação inversa, a taxa de empreendedores iniciais aumenta à medida que aumenta a renda, com exceção da última faixa.

Com o registro de 20,8% no ano de 2012 representando os empreendedores donos de negócios com até 42 meses de existência que sobreviviam com renda de 6 a 9 salários mínimos, não há dúvidas que o panorama econômico da região Sudeste apresenta superioridade com relação ao Nordeste.

Uma série de variáveis contribui com as desigualdades existentes entre as Grandes Regiões do Brasil. É importante ressaltar que essas diferenças configuram o que

historicamente fez parte da realidade de cada área demográfica, ou seja, as disparidades observadas na atualidade são reflexos do que eram essas populações em tempos passados.

Neste sentido, o IBGE (2012) afirma:

Algumas desigualdades são observadas não apenas no nível pessoal, mas entre grupos sociais que partilham determinadas características que historicamente apresentavam indicadores socioeconômicos diferenciados em função do gênero, categoria de cor ou raça, condição financeira, entre outros aspectos.

Nesse sentido, as ações de divisão de renda e investimentos federais na região Nordeste nos últimos anos podem ser indicadores de que esse cenário apresentado acima pode gradualmente mudar.

6.7 Motivação: Oportunidade x Necessidade

Este tópico mostra as taxas de motivação dos empreendedores iniciais das regiões Nordeste, Sudeste e Brasil, no ano de 2012. Conforme mostra o quadro 16.

Quadro 16 – Empreendedores iniciais segundo a motivação - Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

Motivação	Brasil	Região Nordeste	Região Sudeste
Taxas de Empreendedorismo por Oportunidade (%)	10,7	10,3	10,4
Taxas de Empreendedorismo por Necessidade (%)	4,7	6,6	3,6
Razão oportunidade/necessidade ¹	2,3	1,6	2,9
Oportunidade como percentual da TEA ²	69,2	60,4	73,9

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

¹ A razão significa a quantidade de empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade.

² Representa a proporção: significa o percentual de empreendedores iniciais que empreenderam por oportunidade, em relação ao total de empreendedores de cada região.

Observando as taxas de empreendedores iniciais que foram motivados pela oportunidade, percebe-se que para as três áreas territoriais em análise, as taxas estão relativamente equiparadas, sem grandes diferenças, isso é positivo para a atividade empreendedora, pois demonstra que os indivíduos os quais, no ano de 2012, estavam no comando de empreendimentos com menos de 42 meses de existência, iniciaram-nos por vislumbrarem boas oportunidades na área.

Quanto aos empreendedores iniciais movidos pela necessidade, nota-se que o Nordeste aponta taxas superiores (6,6%) ao Sudeste (3,6%) e também ao Brasil (4,7%),

isso quer dizer que a região Nordeste ainda apresenta muitos empreendedores que assumiram um novo empreendimento por não encontrarem melhores alternativas para compor a renda da família. Considerando o quadro social e econômico da região Nordeste, que possui índices alto de pessoas sem escolaridade e altas taxas de desemprego e pobreza, esses registros não despertam surpresa.

Embora a região Sudeste se destaque por apresentar taxa mais baixa de empreendedores por necessidade em relação à região Nordeste e ao Brasil, de um modo geral, observa-se que as taxas de empreendedores por necessidade ainda representa índices altos, quando colocados lado a lado com os de oportunidade, o que não é favorável para a atividade empreendedora.

6.8 O sonho do brasileiro

Este ponto foi uma novidade introduzida na pesquisa GEM do ano de 2012 com o intuito de comparar o desejo de ter um negócio próprio com outros desejos.

Foram apresentados aos entrevistados 12 opções de desejos. Os resultados mostrados no quadro 17 traduzem os sonhos priorizados pela população adulta (18-64 anos) brasileira e regiões.

Quadro 17 – Sonho dos brasileiros – Brasil, regiões Nordeste e Sudeste - 2012

Sonhos da população	Brasil		Região Nordeste		Região Sudeste	
	Prop (%)	Posição	Prop (%)	Posição	Prop (%)	Posição
Viajar pelo Brasil	50,2	1 ^a	58,1	2 ^a	51,9	1 ^a
Comprar a casa própria	48,0	2 ^a	59,2	1 ^a	47,1	2 ^a
Ter seu próprio negócio	43,5	3 ^a	51,1	3 ^a	44,3	3 ^a
Comprar um automóvel	36,4	4 ^a	48,8	4 ^a	31,5	6 ^a
Viajar para o exterior	33,0	5 ^a	37,7	6 ^a	34,2	4 ^a
Ter um diploma de ensino superior	31,6	6 ^a	36,6	7 ^a	32,9	5 ^a
Ter plano de saúde	29,9	7 ^a	40,2	5 ^a	30,8	7 ^a
Fazer carreira numa empresa	24,7	8 ^a	30,8	8 ^a	26,7	8 ^a
Ter seguro de vida	20,6	9 ^a	26,2	9 ^a	18,5	9 ^a
Ter seguro para automóvel	18,3	10 ^a	25,5	10 ^a	16,6	11 ^a
Casar ou formar uma família	16,1	11 ^a	20,9	12 ^a	18,3	10 ^a
Comprar um computador	15,2	12 ^a	25,4	11 ^a	10,7	12 ^a

Fonte: Elaboração própria da autora, a partir de dados da pesquisa GEM.

Como mostra o quadro 17 o sonho da população adulta em ter seu próprio negócio ocupou a 3ª posição nas três áreas territoriais em questão. Sendo as opções “Viajar pelo Brasil” e “Comprar a casa própria” que ocuparam a 1ª e 2ª posição, respectivamente, como sendo o sonho da população tanto do Brasil quanto da região Sudeste. Os nordestinos também apontaram esses mesmos desejos como as duas primeiras opções, sendo que “Comprar a casa própria” ficou na 1ª posição e “Viajar pelo Brasil”, na 2ª posição. Ressalte-se que os índices nos três primeiros casos foram muito superiores na região Nordeste, comparados com a média nacional e o índice na região Sudeste.

O sonho de fazer carreira em uma empresa ocupou a oitava posição para as três áreas territoriais. Comparando as posições ocupadas pelo o sonho de “ter o próprio negócio” e “fazer carreira em uma empresa”, 3ª e 8ª posição, respectivamente, percebe-se claramente que os brasileiros de um modo geral estão mais entusiasmados com relação a criar e assumir o comando do negócio próprio que de trabalho em outras empresas. Um dos principais motivos que estimulam as pessoas a escolherem a atividade autônoma é a vontade de ser o seu próprio chefe e possuir horários mais flexíveis.

Para as demais opções de desejo da população adulta, as oscilações tiveram deslocamento com relativa diferença (posição) quando comparados às três áreas territoriais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, o empreendedorismo vem ganhando destaque no mundo dos negócios. Empreender tem sido uma boa alternativa para aqueles que sempre sonharam em ter o próprio negócio e ser o seu próprio chefe. De um modo geral, ainda é necessário que os países revejam as políticas que estão sendo direcionadas ao tema, pois este é um assunto que vem se sobressaindo no mundo corporativo e que tem suas contribuições para a economia de um país, portanto, precisando de uma estrutura mais consistente que favoreça o seu progresso.

Conforme apresentaram os Relatórios Executivos GEM dos anos 2010, 2011 e 2012, no Brasil, a importância do empreendedorismo. Embora tenha crescido gradativamente, o fato é que ainda há o registro de números que refletem índices preocupantes com relação aos empreendedores brasileiros. Percebe-se que os brasileiros até têm demonstrado a vontade de iniciar o negócio próprio, mas as condições sociais, políticas e econômica do país ainda estão pouco favoráveis.

A educação, o fator tecnológico e a perspectiva de geração de empregos dos empreendedores em estágio inicial do Brasil, por exemplo, têm apontado desfalques. São aspectos que compõem um conjunto, e que se fossem trabalhados acarretariam melhores resultados para a atividade empreendedora do país.

Assim, a pesquisa de caráter descritivo por meio da análise de conteúdo alcançou seus objetivos, pois analisou as características dos empreendedores, bem como dos empreendimentos em estágio inicial, identificando entre outros fatores que: há a predominância masculina no comando de empreendimentos iniciais, embora as mulheres também tenham conquistado o seu espaço na jornada empreendedora; as pessoas de 25 a 34 anos são as que mais estão empreendendo, fato este que vem perdurando desde o ano de 2010 e a educação brasileira necessita de mudanças, pois ainda há índices elevados de empreendedores com nível de escolaridade baixo, o que pode comprometer o tempo de existência do empreendimento.

Com relação às características dos empreendimentos, compreendeu-se que as perspectivas dos empreendedores iniciais brasileiros para gerar emprego em larga escala (20 empregos ou mais) num prazo de cinco anos ainda é muito baixo; a idade da tecnologia incorporada ao negócio e a relação com o comércio exterior também apresentam índices inferiores, podendo esses pontos ser observados sob a ótica de que empreendimentos

iniciais estão numa fase de estruturação e não possuem ainda solidez no mercado, e que há a possibilidade de reversão desse quadro no futuro.

Considerando as características dos empreendedores iniciais da região Nordeste e Sudeste do Brasil, identificou-se que uma região é o contraponto da outra, sendo a região Sudeste a mais desenvolvida economicamente e a que possui melhores índices educacionais e sociais, enquanto que o Nordeste ainda tem gerado pouco impacto na economia nacional e apresentado grandes desigualdades sociais, o que reflete na educação e nos rendimentos das famílias. Consequentemente, as taxas de empreendedores também sofrem disparidades quando contrastadas nas duas regiões do país.

A educação e a renda familiar são os principais fatores que comprovam as diferenças existentes nas duas regiões. Enquanto o Nordeste registrou taxa de 8,9% de empreendedores iniciais “sem educação formal”, a região Sudeste apresentou taxa nula, ou seja, a educação gera reflexos para outros fatores. As pessoas sem escolaridade, além de não possuírem instrução suficiente para engatar um empreendimento, ainda têm menos acesso à informação, que poderia aumentar seus empreendimentos.

Nas taxas de renda familiar desses empreendedores, as constatações reforçam ainda mais as desigualdades sociais. No Nordeste prevalece o índice de empreendedores iniciais com renda de até três salários mínimos (18,2%), enquanto que no Sudeste prevalece os empreendedores com renda de 6 a 9 salários mínimos. O quadro econômico de cada região propicia diferentes maneiras de impulsionar a atividade empreendedora.

Deve-se também levar em consideração, a motivação que as pessoas têm para empreender. O progresso das taxas de empreendedores que surgem por visualizarem oportunidades promissoras reflete positivamente na economia do país, pois esses empreendedores ficam mais entusiasmados com suas respectivas atividades e buscam o aperfeiçoamento para garantir a durabilidade do seu negócio.

O estudo com base nos Relatórios Executivos GEM dos anos de 2010, 2011 e 2012 observou os níveis de empreendedorismo no Brasil ao longo desses anos e constatou que para impulsionar a atividade empreendedora brasileira é necessária a criação de políticas que atendam e visem o fortalecimento da prática empreendedora. É uma prática que beneficia a sociedade como um todo.

Portanto, acredita-se que a objetividade na exposição das taxas de empreendedores iniciais do Brasil nos anos de 2010, 2011 e 2012 e a comparação dos níveis de empreendedorismo da região Nordeste, Sudeste e Brasil no ano de 2012,

auxiliaram na melhor compreensão acerca da atividade empreendedora no Brasil e reforçaram os indicadores que apresentaram falhas; também evidenciam que medidas devem ser tomadas para revigorar o empreendedorismo no país.

Este trabalho se propôs a proporcionar um rico aprendizado e foi muito oportuno o acesso à bibliografia de que trata do tema, pois empreendedorismo é um assunto amplo e dinâmico. Espera-se que este trabalho contribua como fonte de pesquisa para estudos futuros e que sirva para despertar a vontade de aprofundar a pesquisa acerca dos níveis de empreendedorismo no Brasil descritos pelo projeto de pesquisa GEM, além de trazer aos estudos de Secretariado Executivo tão relevante temática para o profissional da área.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação**: noções práticas. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Banco Central do Brasil. **Região Nordeste**. Disponível em:
<<http://www.bcb.gov.br/pec/boletimregional/port/2013/01/br201301c2p.pdf>> Acesso em: 09 jul. 2013

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 30 ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (Entrepreneurship)**: práticas e princípios. 2. Ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FELIPPE, Maria Inês. **Empreendedorismo**: buscando o sucesso empresarial. Sala do Empresário, São Paulo, 1996. Disponível em:
<http://www.empresario.com.br/orientador/edicoes/2001_03/sucesso/sucesso.html> Acesso em: 06 jun. 2013.

GEM 2008 - **Global Entrepreneurship Monitor**: Empreendedorismo no Brasil. Disponível em:
<http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo_20110920160745.pdf> Acesso em: 06 jun. 2013.

GEM 2010 - **Global Entrepreneurship Monitor**: Empreendedorismo no Brasil. Disponível em:
<http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo_20110920153429.pdf> Acesso em: 14 jun. 2013.

GEM 2011 - **Global Entrepreneurship Monitor**: Empreendedorismo no Brasil. Disponível em:
<http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo_20120705122320.pdf> Acesso em: 14 jun. 2013.

GEM 2012 - **Global Entrepreneurship Monitor**: Empreendedorismo no Brasil. Disponível em:
<http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo_20130502113722.pdf> Acesso em: 06 jun. 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. 8. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/labesc/files/2012/03/A-Arte-de-Pesquisar-Mirian-Goldenberg.pdf>> Acesso em: 01 Jul. 2013.

IBGE. **Indicadores Sociais Municipais**: uma análise dos resultados do universo do Censo Demográfico 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/indicadores_sociais_municipais/indicadores_sociais_municipais.pdf> Acesso em: 09 jul. 2013.

IBGE. **Síntese de Indicadores Sociais**: uma análise das condições de vida da população brasileira 2012. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2012/SIS_2012.pdf> Acesso em: 10 jul. 2013.

IBGE. **Contas Regionais do Brasil 2012**. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas_Regionais/2010/contasregionais2010.pdf> Acesso em: 10 jul. 2013.

IBQP. **GEM Programa Empreendedorismo**. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/gem/>> Acesso em: 06 jun. 2013.

KIPPER, Rosane Tomedi; FÁVERO, Altair Alberto. Pensamento, criatividade e conhecimento: diferenciais do profissional de secretariado executivo. *In*: DURANTE, Daniela Giaretta; FÁVERO, Altair Alberto. **Gestão Secretarial**: formação e atuação profissional (org.). Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2009.

KOTTER, John P. **Liderando Mudança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997 – 19ª reimpressão.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: <http://cliente.arigo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html> Acesso em: 02 jul. 2013.

MOURA, Maria Eliziane de Freitas. **O empreendedorismo por necessidade**: um estudo de caso. 2007. 42 f. Monografia apresentada à Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo para obtenção do grau de Bacharel em Secretariado Executivo.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v.1, nº 3, 2º sem./1996. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/c03-art06.pdf>> Acesso em: 26 mar. 2013

RIBEIRO, Pedro Paulo Mota. **Empreender: necessidade ou oportunidade rentável ?**: um estudo com participantes do Programa Empretec - Fortaleza. 2005. [9], 47, [19] f.: Monografia (graduação em Administração) - Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Fortaleza-CE, 2005.

SANTOS, Adelfio Machado dos. **Empreendedorismo: Teoria e Prática**; Alexandre Acosta. Caçador-SC: UNIARP, 2011.

SEBRAE. Características do Empreendedor. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empreendedorismo/336-caracteristicas-do-empresendedor/BIA_336> Acesso em: 17 jun. 2013

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. Ed. São Paulo: Cortez, 2007.

TODESCHINI, Marcos. O lado D do Brasil. **Revista Época Negócios**. Disponível em:
<<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2012/06/o-lado-d-do-brasil.html>> Acesso em: 14 jul. 2013.

ANEXOS

ANEXO A – Capa – Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo GEM 2010



Fonte: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

ANEXO B – Capa – Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo GEM 2011

Fonte: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

ANEXO C – Capa – Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo GEM 2012



Fonte: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade.