

EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL BASEADA NOS INDICADORES DO *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR* (GEM)

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL BASED ON INDICATORS OF THE *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR* (GEM)

Ana Carolina Cozza Josende da Silva* E-mail: anacarolina_cj@yahoo.com.br

Juliana Haetinger Furtado* E-mail: julihfurtado21@hotmail.com

Roselaine Ruviano Zanini* E-mail: rrzanini63@gmail.com

*Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) Santa Maria, RS

Resumo: O empreendedorismo é muito importante numa sociedade, em virtude de sua influência com o crescimento e desenvolvimento do país. A importância de estudar e conhecer a atividade empreendedora, bem como o perfil do empreendedor, contribui positivamente para identificar as estimativas desta atividade e permitindo elucidar o futuro deste processo. Neste sentido, o presente artigo apresenta a evolução do empreendedorismo, no Brasil, nos últimos 13 anos, utilizando para o estudo dados secundários obtidos pelas pesquisas do GEM e IBGE, cuja busca foi realizada em base documental desde o ano de 2001 até 2013. Os resultados apresentam uma análise descritiva dos indicadores de empreendedorismo do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) quanto à taxa de empreendedores novos e taxa de empreendedores nascentes, evolução do PIB brasileiro relacionado ao empreendedorismo, taxa de empreendedorismo segundo os estágios do empreendedor (inicial e estabelecido), empreendedores iniciais segundo sua motivação (por oportunidade e por necessidade), empreendedores segundo gênero, faixa etária e grau de escolaridade. Foram ainda realizadas análises estatísticas em que a tendência das variáveis ao longo do tempo foi verificada por meio de regressão linear simples, considerando o nível de significância de 5%. Os resultados do estudo permitem concluir que o Brasil tende a apresentar um crescimento significativo em relação ao empreendedorismo, avanço da contribuição do sexo feminino na economia, aumento de empreendedores por oportunidade, bem como estabilidade nos negócios já existentes.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Crescimento econômico. Evolução, GEM.

Abstract: Entrepreneurship is very important in a society due to its influence with the growth and development of a country. The importance of studying and knowing the entrepreneurial activity and the entrepreneur's profile contributes positively to identify estimates of this activity and to clarify the future of this process. In this sense, this article presents the evolution of entrepreneurship in Brazil over the past 13 years, using for the study secondary data obtained from the GEM and IBGE researches, in which the search was conducted in documentary basis from 2001 to 2013. The results present a descriptive analysis of the *Global Entrepreneurship Monitor* entrepreneurship indicators (GEM) concerning to the new entrepreneur rate and the rate of nascent entrepreneurs, growth of the Brazilian GDP related to entrepreneurship, entrepreneurship rate according to the entrepreneur stages (initial and established), initial entrepreneurs according to their motivation (by chance and necessity), by gender entrepreneurs, age, level of education. It was also carried out statistical analysis where the trend of the variables over time was verified by simple linear regression at the significance level of 5%. The study concludes that Brazil tends to present significant growth towards entrepreneurship, an advancement of the female contribution to the economy, increase of entrepreneurs because of more opportunities and stability in the existing businesses.

Keywords: Entrepreneurship. Economic growth. Evolution. GEM.

1 INTRODUÇÃO

A preocupação e a importância em aumentar os postos de trabalho, a renda e o desenvolvimento econômico e social do país, torna relevante se pensar e estudar o empreendedorismo no Brasil. Além disso, a abertura de novas empresas impulsiona o crescimento e o desenvolvimento do país e, neste sentido, este estudo contribui com algumas discussões e dados do empreendedorismo no Brasil, isto porque, para alguns economistas, o empreendedor funciona como um motor do sistema econômico, detectando oportunidades de negócios, criando empreendimentos, que estejam associados às inovações (FILION, 1999).

Mesmo que na teoria de crescimento econômico o espírito empreendedor tenha sido excluído, muitos economistas acreditam que a capacidade empreendedora é vital para o progresso econômico, como relatam Schumpeter (1942) e Kirzner (1973) em seus estudos.

As transformações decorrentes da introdução de novos produtos no mercado, pelas mudanças tecnológicas e por mudanças nos processos produtivos representam a contribuição do espírito empreendedor para o crescimento econômico do país (AUDRETSCH e FELDMAN, 1996). Para Lambing e Kuehl (2007) a imagem do empreendedor na economia é conhecida como o principal promotor do desenvolvimento econômico, graças à sua função de inovador e sua capacidade de fazer novas combinações de recursos produtivos.

Conforme Audretsch e Feldman (1996), a cultura empreendedora acelera o conhecimento e a criação de novos produtos e serviços que, ao se disseminar, exercem um papel importante no processo de aprendizagem. Menciona-se ainda que o impacto das iniciativas empreendedoras provoca um aumento de eficiência e, conseqüentemente, um aumento também na concorrência, além de mudanças no comportamento do consumidor, que preferirão adquirir produtos mais inovadores existentes no mercado.

A década de 1990 apresentou uma aceleração no crescimento do empreendedorismo no mundo, houve um aumento em proporção nos anos 2000, o que pode ser observado e comprovado com algumas ações desenvolvidas, como os programas de incubação de empresas e parques tecnológicos, o desenvolvimento de currículos integrados que estimulam o empreendedorismo em todos os níveis de

educação, programas e incentivos governamentais para promover a inovação e a transferência de tecnologia, subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas, criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à geração de negócios, programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas, além do desenvolvimento de instrumentos para fortalecer o reconhecimento da propriedade intelectual, entre outros (DORNELAS, 2011).

Existe atualmente, em todo o mundo, um interesse pelo empreendedorismo que vai além das ações dos governos nacionais, como também organizações e entidades multinacionais, como ocorrem na Europa, nos Estados Unidos e na Ásia, o que se justifica por acreditarem que o poder econômico dos países depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos. Ao procurar entender o motivo pelo qual há, cada vez mais, um número maior de países com foco no empreendedorismo, a explicação pode ser obtida ao se analisar o que ocorre nos Estados Unidos, o qual é tratado como o maior exemplo de compromisso nacional com o empreendedorismo e o progresso econômico. Alguns economistas e especialistas americanos concordam que a saída da crise continua sendo a mesma: estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis (DORNELAS, 2001).

Reafirmando tal importância, Oyefusi (2009) diz que o empreendedorismo é parte importante para a criação da competitividade e riqueza no processo de desenvolvimento de qualquer comunidade, região ou país.

No Brasil, o movimento do empreendedorismo começou a ser desenhado na década de 1990, com a criação de entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Segundo Dornelas (2008), antes deste momento, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas, além de que os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo em sua caminhada empreendedora.

Após 20 anos, pode-se dizer que o Brasil entrou na segunda década deste novo milênio com toda a potencialidade para desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo de todo o mundo, confrontável apenas

pelos Estados Unidos, onde mais de duas mil escolas ensinam e focam o empreendedorismo para com seus alunos (DORNELAS, 2011). O que até então era desconhecido e, algumas vezes desprezado pelos pequenos empresários, tornaram-se palavras importantíssimas no meio empreendedor como planejamento, plano de negócios ou modelo de negócio, que são analisadas e trabalhadas pelos estudantes com novas ideias dentro das escolas e universidades.

Conforme Martins et al. (2002) em seu estudo sobre Educação a Distância (EAD) identifica nessa experiência de ensino características que a enquadrem numa perspectiva empreendedora, salienta que o crescimento da capacidade empreendedora de um país depende da educação e do conhecimento cultural do empreendedorismo por parte de todos os cidadãos e que o empreendedorismo se desenvolve ligado ao desenvolvimento da educação.

Em recente estudo por Vieira e Rodrigues (2014), os autores apresentam a percepção do empreendedorismo e intenção empreendedora por parte de estudantes de engenharia da Universidade do Minho em Portugal. Esta pesquisa evidenciou a predisposição empreendedora dos estudantes aliada ao conceito do empreendedorismo e comportamento empreendedor que, para os estudantes, estes têm uma visão positiva na sociedade. Apesar disso, este estudo apontou incertezas destes estudantes em relação à ideias e hesitações de investimentos em um novo negócio, devido à falta de confiança em seu sucesso, contudo, a formação acadêmica é vista como suficiente.

Vivenciamos atualmente um momento econômico que pode ser chamado como “a era do empreendedorismo”, considerando que são os empreendedores os pivôs da redução das distâncias culturais e comerciais, criando novas relações de trabalho, globalizando, renovando os conceitos econômicos; gerando riqueza, emprego e renda para a sociedade (BESSOME, 2000; DORNELAS, 2008).

Para o consultor Teixeira (2000), empreendedorismo é “ousar, transformar, descobrir novas vidas em cima de produtos que já existem. É sonhar para frente, dar função e vida a produtos antigos. Enfim, empreendedorismo é provocar o futuro, reunir experiências e ousadias, ir além do tradicional”.

No entanto, ser empreendedor não é uma tarefa muito fácil, é necessário ter conhecimento, planejamento e um pouco de ousadia, o que muitas vezes é preocupante, como relata Soares e Bastos (2007, p.1) quando enfoca o elevado

índice de desemprego no país, em que um número muito grande de pessoas busca um melhor meio de sobreviverem, e assim, consideram a possibilidade de construir seu próprio negócio, ou seja, tomam suas decisões orientadas pela necessidade.

Com base nisto, a definição de empreendedor existente no GEM (2007, p. 36) indica que os empreendedores podem ser orientados por oportunidade, quando motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial, ou por necessidade, quando motivados pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda.

Para que seja possível a obtenção de números relacionados ao empreendedorismo no Brasil com o crescimento econômico, a criação de indicadores como os do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) torna possível uma melhor visão da realidade, sendo considerado o projeto mais ambicioso e de maior impacto até o momento no que se refere ao acompanhamento do empreendedorismo nos países. Além disso, é uma iniciativa pioneira e traz novas informações a cada ano sobre o empreendedorismo mundial e também em nível local para os países que participam como, incluindo o Brasil.

Sendo assim, o presente estudo tem por objetivo analisar a evolução de alguns indicadores disponíveis no Brasil para os últimos 13 anos, como a taxa de empreendedores novos e a taxa de empreendedores nascentes, a evolução do PIB brasileiro relacionado ao empreendedorismo, a taxa de empreendedorismo segundo os estágios do empreendedor (inicial e estabelecido), os empreendedores iniciais segundo sua motivação (por oportunidade e por necessidade) e, por fim, os empreendedores segundo gênero, faixa etária e grau de escolaridade.

2 EMPREENDEDORISMO

Segundo Filion (1999) O empreendedorismo tem origem do termo “entrepreneur” que significa aquele que assume riscos e começa algo novo. No século XII era utilizado para se indicar a aquele que estimulava brigas; no século XVII descrevia uma pessoa que tomava responsabilidade e dirigia uma ação militar e, apenas no início do século XVIII, o termo foi usado para se referir à pessoa que criava e conduzia projetos ou criava e conduzia empreendimentos.

Em conformidade com os conceitos de Dolabela (1999), tal significado muda de acordo com o país e a época, sendo que, no fim do século XVII, empreender era a firme resolução de fazer qualquer coisa e, no início do século XX, o termo designava os grandes capitães de indústria, tais como Ford nos Estados Unidos, Peugeot na França, Cadbury na Inglaterra e Toyota no Japão.

Aprofundando um pouco mais nas origens do empreendedorismo, com um resgate histórico, Dornelas (2001) identifica que a primeira definição de empreendedorismo é creditada a Marco Polo, considerando o empreendedor aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais, e o capitalista assume os riscos de forma passiva.

O economista Joseph Schumpeter, no século XX, define que “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” (SCHUMPETER, 1949, apud DORNELAS, 2001, p. 37).

A capacidade de inovação foi uma nova dimensão incorporada aos estudos sobre empreendedorismo a partir da década de 1980, sendo que alguns autores como Schumpeter (1982) apud Freire et al. (2011) defendem que essa é a principal característica, ou seja, que empreendedor é sinônimo de inovação. Além disso, o autor salienta que a capacidade de inovar adicionada às mudanças do empreendedor, no momento que combinam recursos de uma nova maneira, auxilia a promover o desenvolvimento e o crescimento econômico.

Foi a partir desta época também que vários pesquisadores manifestaram a importância do estudo sobre empreendedorismo, conforme Fillion (1999, p. 42), “o final dos anos 80 marca uma virada, com a qual o empreendedorismo se torna tema de estudos em quase todas as áreas do conhecimento”.

Ainda para Fillion (1999), o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza uma visão. Complementando, Dolabela (1999, p.67) afirma que o empreendedor “... atualmente, significa a atividade de toda pessoa que está na base de uma empresa, desde o franqueado, um dono de oficina mecânica, até aquele criou e desenvolveu uma multinacional”.

Dornelas (2001, p. 37), em sua definição, afirma que “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela,

assumindo riscos calculados”. Tal definição caracteriza a ação de empreender na identificação de uma oportunidade, criando algo novo que possa gerar valor, alcançando os objetivos com um planejamento calculado.

Percebe-se então a importância dos empreendedores no cenário empresarial e surge a necessidade de desenvolver empreendedores que auxiliem o país no seu crescimento e gere possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos (SILVEIRA et al., 2008).

Para Soares et al. (2007, p.1), a inserção e o aumento de pequenas empresas são fundamentais para a sustentabilidade do país, onde contribuem com a geração de empregos, o desenvolvimento e o crescimento econômico. Entretanto, é importante que haja incentivos por meio de políticas públicas para a manutenção dos empreendimentos em qualquer país, com ações políticas que trazem impactos sociais de larga escala, especialmente, voltadas para o fomento de negócios.

Um dos instrumentos que fomentam o empreendedorismo são as incubadoras de empresas que apoiam os negócios emergentes, isto é, em suas fases menos adiantadas de maturidade, elas servem como berçário para microempresas, de base tecnológica ou de setores tradicionais da economia, fornecendo espaço físico subsidiado, infraestrutura técnica e operacional e serviços especializados, por um determinado período de tempo, geralmente, dois anos (MIZIARA, 2008). Estudos recentes sobre esses instrumentos têm ganhado espaço, como o de Jabbour e Fonseca (2005), que apresenta uma nova proposta para a avaliação de desempenho de incubadoras empresariais mistas. A validade desse modelo foi testada em duas incubadoras do interior paulista, cujas performances são analisadas em perspectiva comparada. Outro estudo é o de Miziara (2008) que visou estudar a dinâmica das incubadoras de empresas de base tecnológica com foco em desenvolvimento software, para tanto, buscou-se identificar os fatores críticos de sucesso deste instrumento, bem como de suas causas de fracasso, pela observação dos seguintes aspectos: a incubadora, o perfil do empreendedor (incubado) e o perfil do negócio.

Com a importância de conhecer o perfil deste empreendedor, Lima e Mendes (2003), realizaram uma pesquisa documental evidenciando a inovação e tecnologia nas organizações empresariais estabelecendo uma relação crítica em pequenas e médias empresas (PME's) em desenvolvimento no Brasil, de modo a entender

melhor os fenômenos organizacionais. Deste modo, traçaram o perfil do empreendedor de PME's brasileiras e os destacam como bem intencionados, porém amadores, empíricos, sem planejamento, desinformados, sem capacitação, resistentes às mudanças, inovações e com baixa escolaridade, o que está de acordo com dados do GEM no mesmo período e em subsequentes. Destacam ainda, o elevado número de empreendimentos familiares e alto índice de mortalidade destas empresas (em menos de cinco anos), o qual atribuem principalmente à falta de conhecimento em todos os aspectos.

De forma geral, pode-se detectar dois tipos de empreendedores, o externo e o interno. Conforme Costa Neto e Canuto (2010, p. 111), o externo é aquele empreendedor que comanda o próprio empreendimento, exercendo liderança sobre seus colaboradores, estimulado pelo crescimento do negócio, já o interno, ou intraempreendedorismo, é o que lidera um grupo de companheiros de trabalho em uma organização, e é estimulado pelo reconhecimento, pelos bons serviços prestados.

Sobre o empreendedorismo externo, ainda é possível destacar dois tipos de empreendedores, os quais são estudados como indicadores do empreendedorismo no país: o empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade.

Segundo Hashimoto (2011), o empreendedor por oportunidade é aquele que identifica uma oportunidade e cultiva há algum tempo o sonho de empreender e ser o dono do próprio negócio, também é aquele que se preparou antes de se lançar como empreendedor e fica sempre de olho nas janelas de oportunidade. Este tipo de empreendedor está sempre informado e acumula capital para quando chegar o momento de deixar o emprego para seguir seus sonhos. A taxa de mortalidade destes empreendimentos é baixa, porque os riscos proporcionais são bem menores.

O autor menciona, ainda, que o empreendedor por necessidade é aquele que cria o próprio negócio porque não tem alternativa, não tem acesso ao mercado de trabalho ou porque foi demitido, podendo se envolver em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo, como resultado, pouco retorno financeiro. As iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, pois não era seu sonho ter um negócio próprio, pode abandonar seu negócio na primeira oportunidade de emprego que aparece, ou acabar dissolvendo

seu empreendimento, por falta de planejamento, de estrutura ou porque a oportunidade não era sustentável ao longo do tempo (HASHIMOTO, 2011).

O relatório do GEM (2012) relata que os empreendedores por necessidade iniciam seus empreendimentos de forma autônoma, devido à falta de opção e seus empreendimentos se limitam a gerar renda apenas para si mesmos e suas famílias.

A capacidade de reconhecer uma oportunidade de negócio e explorá-la de forma adequada tende a contribuir significativamente com o desenvolvimento econômico do país, criando empregos, aumentando a riqueza e sua distribuição. O acesso à informação e tecnologias permite que as pessoas se deparem com as oportunidades e se apropriem delas.

Concomitante, a nova economia e o uso constante de tecnologias, planejamento e motivação são essenciais na criação de novos negócios. O atual contexto é favorável para o surgimento de novos empreendimentos (DORNELAS 2011). Neste sentido, O GEM usa como uma das principais medidas a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA), que é o principal indicador calculado pela pesquisa GEM que busca sintetizar a porcentagem da população adulta que iniciou um empreendimento recentemente. Na pesquisa GEM (2010) consta que:

A Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial, TEA, é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, ou seja, com menos de 42 (quarenta e dois) meses de existência.

A TEA é formada por dois tipos de taxas, que também são calculados no GEM, que são a taxa de empreendedores nascentes, ou seja, aqueles que iniciaram o negócio há até três meses, e a taxa de empreendedores novos, calculada pelos empreendedores com um negócio acima de três meses e até quarenta e dois meses (GEM, 2010). E ainda a taxa dos empreendedores em estágio estabelecido, apresentados nos relatórios do GEM que são aqueles empreendedores cujo negócio já superou os 42 meses.

Dentro do cenário de novos empreendedores, a mulher ocupa um lugar de destaque na economia devido às suas ações empreendedoras, que muitas vezes estão alicerçadas em base familiar, local e cultural. A participação feminina cresce cada dia mais. Contudo, isto ocorre, principalmente, porque as mulheres não têm conseguido uma recolocação no mercado de trabalho. Entretanto, é fato que o

crescimento da ação empreendedora feminina ganha espaço nacionalmente (NATIVIDADE, 2009).

As mulheres destacam-se ainda como potenciais empreendedoras, pois representam 39% da população empreendedora e possuem alta escolaridade (MELHADO; PLASTER; YOONG 2013). Porém, apesar do grau de escolaridade, as mulheres ainda ocupam a base da pirâmide nos recursos disponíveis em sua atuação profissional (NATIVIDADE, 2009).

Todavia, por pesquisas já realizadas, pode-se dizer que, atualmente no Brasil, prevalecem os empreendedores do sexo feminino, com escolaridade inferior ao segundo grau completo, predominando a faixa etária entre 25 e 34 anos, com até 4 pessoas no grupo familiar e renda familiar inferior a três salários mínimos, naturais da cidade do empreendimento (GEM, 2013).

Além disso, destaca-se que as micro e pequenas empresas tem ação de destaque e grande importância no desenvolvimento econômico do país, contribuindo para a criação de empregos e geração de riquezas (TEIXEIRA et al., 2011). Os empreendedores agregam valor à sociedade, inovam e dinamizam a economia com o intuito de encontrar soluções e melhorar a vida das pessoas (DORNELAS, 2011).

3 METODOLOGIA

Com o objetivo de comparar a evolução do empreendedorismo no Brasil nos últimos 13 anos, foram utilizados para o estudo dados secundários obtidos pelas pesquisas do GEM e IBGE considerando-se o período de 2001 até 2013.

O programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é de abrangência mundial e constitui em uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Tal programa iniciou em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos. Atualmente mais de 80 países participaram do programa, que cresce a cada ano, sendo considerado no mundo o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora.

O GEM é baseado em avaliações sobre o nível de atividade empreendedora nacional para todos os países participantes, envolve uma exploração do papel do

empreendedorismo no crescimento econômico nacional e revela a riqueza das características associadas com a atividade empreendedora.

A pesquisa do GEM estuda o comportamento dos indivíduos com respeito à criação e gerenciamento de novos negócios, os resultados incluem comparações globais, relatórios nacionais e tópicos especiais baseados no ciclo de coleta de dados anual, e mais de 300 acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do programa.

Além disso, o GEM classifica os empreendedores em dois grupos, um por oportunidade, que é o grupo daqueles que identificam no ambiente alguma oportunidade para ser explorada e são, geralmente, movidos pelo desejo de realização, e outro por necessidade, o qual o faz por falta de alternativas de trabalho no mercado formal ou informal.

Para este estudo, realizou-se uma análise descritiva dos indicadores do GEM no Brasil, relacionando as variáveis: taxa de empreendedores novos e a taxa de empreendedores nascentes, evolução do PIB brasileiro relacionado ao empreendedorismo, taxa de empreendedorismo segundo os estágios do empreendedor (inicial e estabelecido), empreendedores iniciais segundo sua motivação (por oportunidade e por necessidade), empreendedores segundo gênero, faixa etária e grau de escolaridade.

Além da análise descritiva foi realizado um estudo da correlação entre algumas variáveis e para avaliar a evolução destes indicadores no tempo, foi ajustado um modelo de regressão linear simples para cada variável considerada. Após o ajuste dos modelos foi realizada a análise de resíduos no intuito de se identificar alguma falha nos pressupostos básicos para os resíduos dos modelos, como normalidade (teste Shapiro-Wilk), independência (teste Durbin-Watson), homocedasticidade (método gráfico), presença de *outliers* (valores superiores a ± 2 desvios padronizados).

Todos os testes estatísticos foram realizados considerando-se um nível de 5% de significância sendo que as análises estatísticas foram realizadas com o uso do software Statistica 9.1.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

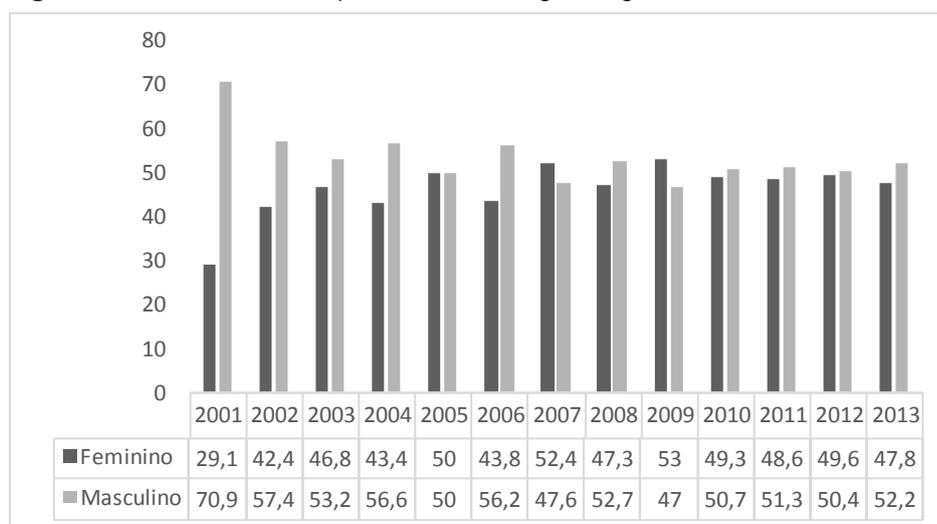
Os resultados obtidos pelo GEM, desde o ano de 2001 até 2013, foram objetivaram analisar a evolução do empreendedorismo no Brasil nos últimos 13 anos. Observou-se que, em 2013, 34,6% dos entrevistados no Brasil, manifestaram o desejo de ter seu próprio negócio, ficando em 3º lugar no sonho dos brasileiros, sendo que adquirir a casa própria ficou em 1º lugar e, viajar pelo Brasil, em 2ª posição.

Melhado, Plaster e Yoong (2013), em recente pesquisa realizada pela Endeavor Brasil, em parceria com o Ibope, com o intuito de verificar o perfil dos empreendedores brasileiros, aponta que 76% dos brasileiros preferem ter o próprio negócio a ser empregado de terceiros, de modo que, para estes, empreender é uma forma de alcançar prazer, autonomia e realização. Talvez esta seja uma das justificativas no qual o GEM evidencia o fato de empreender como um grande sonho da população brasileira.

Quanto ao gênero dos empreendedores no Brasil, em 2001, observou-se certa discrepância, onde 70,9% do total de empreendedores eram do sexo masculino, enquanto apenas 29,1% eram do sexo feminino. Contudo, com o passar dos anos, nota-se ligeira mudança nestes valores, quando, a partir do ano de 2005, o percentual de empreendedores no Brasil equiparou-se. Pode-se observar também que, em 2009, um maior percentual de empreendedores era do sexo feminino. Do mesmo modo, o percentual de empreendedores do sexo feminino apresentou ao longo do tempo coeficiente de correlação $r=0,6383$, com tendência crescente significativa ($p<0,05$), enquanto que o percentual de empreendedores do sexo masculino apresentou $r=-0,6359$ e tendência de decréscimo significativo ($p<0,05$).

Os resíduos do modelo ajustado ao longo dos anos para a taxa de empreendedores do sexo feminino e para os do sexo masculino não apresentaram falhas quanto aos pressupostos básicos de normalidade, independência, homocedasticidade e *outliers*.

Figura 1- Percentual de empreendedores segundo gênero no Brasil



Fonte: O autor

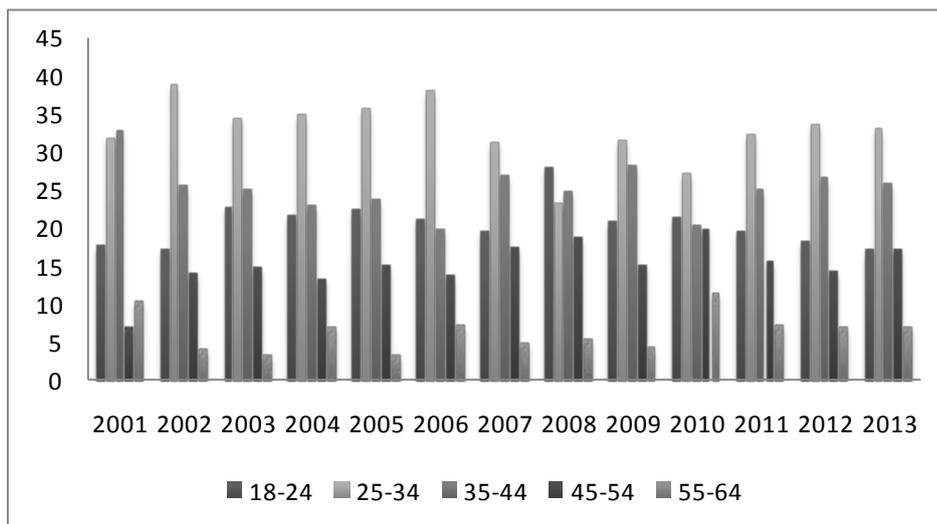
Os dados do GEM corroboram com a pesquisa da Endeavor Brasil (2013). Apesar de os dados terem sido coletados no final de 2011 até início de 2012, para este período, salienta-se a existência de maior percentual de empreendedores do sexo masculino, em 61% para empreendedores formais e 56% para informais. Neste período, a pesquisa do GEM apontou 50,4% dos empreendedores do sexo masculino.

Ainda, a crescente atuação da mulher na economia do país pode ser explicada pelo fato de que muitas mulheres estão na condição de chefes de família, tanto no meio urbano quanto rural e, perante a precariedade dos espaços profissionais, muitas se empenham às atividades autônomas pela necessidade (NATIVIDADE, 2009).

Quanto à idade dos empreendedores brasileiros, na Figura 2, pode-se observar que, em 2001, 32,9% dos empreendedores iniciais no Brasil tinham idade entre 35 e 44 anos, sendo que o percentual médio para os treze anos foi de 25,21%. Além disso, pode-se verificar que, a partir de 2002, o maior percentual corresponde aos empreendedores entre 25 e 34 anos de idade, sendo que o percentual médio para esta faixa etária foi o maior, 32,83%, enquanto que 6,36% dos empreendedores estavam na faixa de 55 a 64 anos. Observou-se também, que o percentual médio dos empreendedores entre 18 a 24 anos foi de 20,55% e, entre 45 a 54 anos, foi de 15,06%.

Apenas os empreendedores com idade entre 45 e 54 anos apresentaram coeficiente de correlação $r=0,616$ significativo ($p<0,05$), evidenciando que, com o passar dos anos, ocorreu um moderado, mas significativo, crescimento nas taxas de empreendedorismo.

Figura 2- Empreendedores iniciais por faixa etária em relação ao total de empreendedores no Brasil

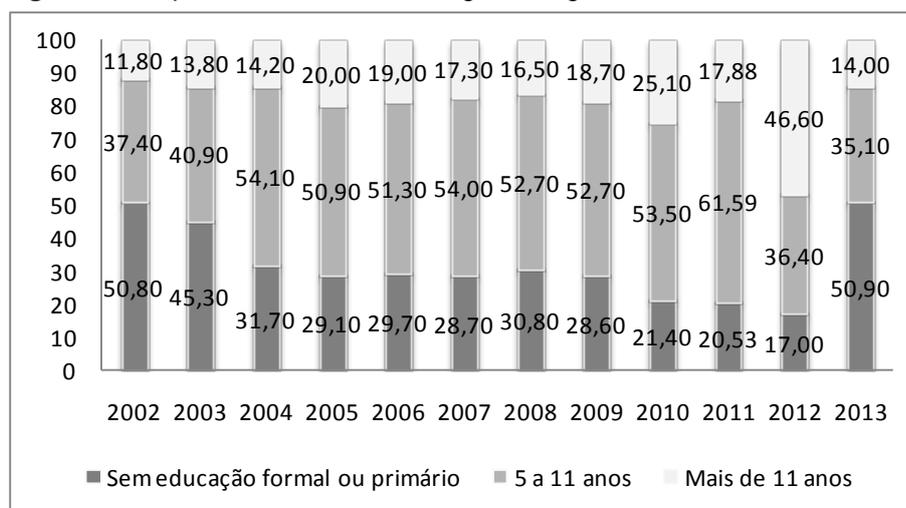


Fonte: o autor

A considerável concentração de empreendedores jovens, entre 25 e 44 anos, marca a importância de uma atuação exclusiva e peculiar a esta faixa etária assim como a necessidade de ampliar políticas públicas devido à força destes jovens no mercado brasileiro (TEIXEIRA et al., 2011).

Em relação ao grau de instrução (Figura 3) observou-se que o percentual médio dos empreendedores que não tinham educação formal ou primária foi de 32,04% (desvio-padrão=11,25%), dos empreendedores com escolaridade entre 5 e 11 anos foi de 48,38% (desvio-padrão=8,60%) e, aqueles com mais de 11 anos de instrução, foi de 19,57% (desvio-padrão=9,21%), evidenciando que, em maioria, os empreendedores brasileiros possuem escolaridade intermediária.

Figura 3 - Empreendedores iniciais segundo o grau de escolaridade no Brasil



Fonte: o autor

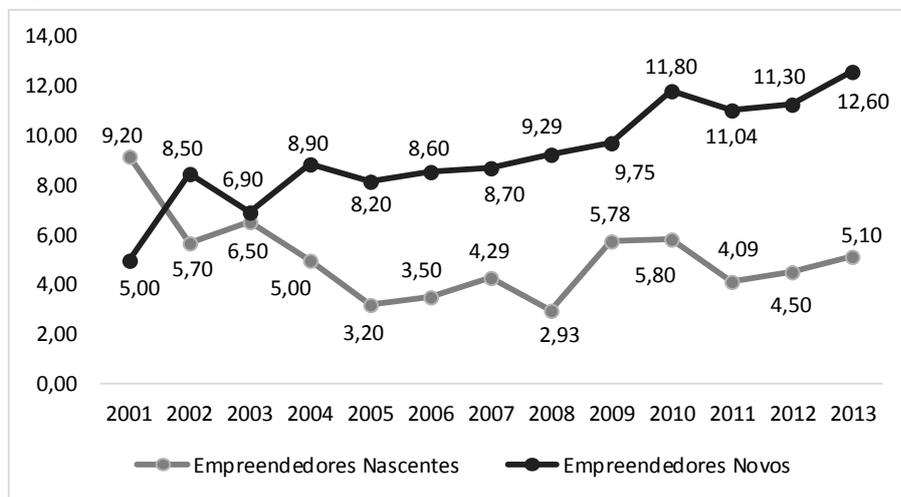
Cabe ressaltar que os brasileiros, inclusive os de nível mais alto de escolaridade, apresentam déficit de conhecimento, especialmente no caso dos empreendedores, em questões de gestão de pessoas, fluxo de caixa e administração do negócio. Ainda, os brasileiros que desejam tornarem-se empreendedores possuem o segundo melhor grau de instrução, concordando com dados do GEM que colocam em maioria, na média dos últimos 12 anos, os empreendedores com escolaridade na faixa entre 5 e 11 anos. Contudo, os empreendedores que mais contribuem, economicamente, são os de alta escolaridade, no qual seus empreendimentos são ditos empregadores por admitirem funcionários em relação aos outros (MELHADO; PLASTER; YOONG 2013).

Em relação à taxa de empreendedorismo no Brasil observa-se, na Figura 4, que existe uma tendência crescente, com coeficiente de correlação $r=0,9159$ ($p<0,001$) na taxa de empreendedores novos, que incluem empreendimentos de mais de três até 42 meses de existência, que tenham gerado *pró-labores*. Destaca-se ainda que, para estes empreendedores, o percentual médio durante os treze anos avaliados foi de 9,28% (desvio-padrão=1,66%) e ainda, nos últimos seis anos, os valores se mantiveram acima da média. A análise comprovou ausência de *outliers*, normalidade, homocedasticidade e independência dos resíduos.

A taxa de empreendedores nascentes, que são aqueles no qual o empreendimento possui até três meses de existência, oscilou ao longo do período

analisado, mostrando-se sem tendência significativa ($p=0,14$), com a taxa média ficando em 5,04% (desvio-padrão=2,07%).

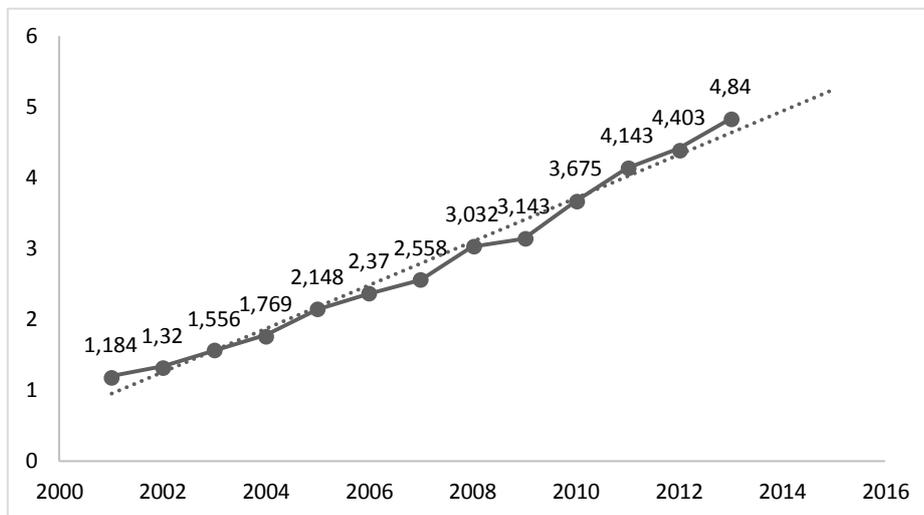
Figura 4 - Taxa de Empreendedorismo no Brasil



Fonte: o autor

Na Figura 5, pode-se observar a variação crescente do PIB-Produto Interno Bruto brasileiro nos últimos 13 anos, apresentando tendência significativa de crescimento ($p<0,001$). O coeficiente de correlação entre a variação da taxa de empreendedores novos e a variação do PIB foi de 0,91 ($p<0,001$) indicando que há uma forte e significativa relação entre estabilidade nos novos empreendimentos e a variação do PIB, ou seja, o aumento do produto interno bruto está fortemente associado à taxa de empreendedores novos no Brasil.

Figura 5- Evolução do PIB brasileiro em trilhões de reais

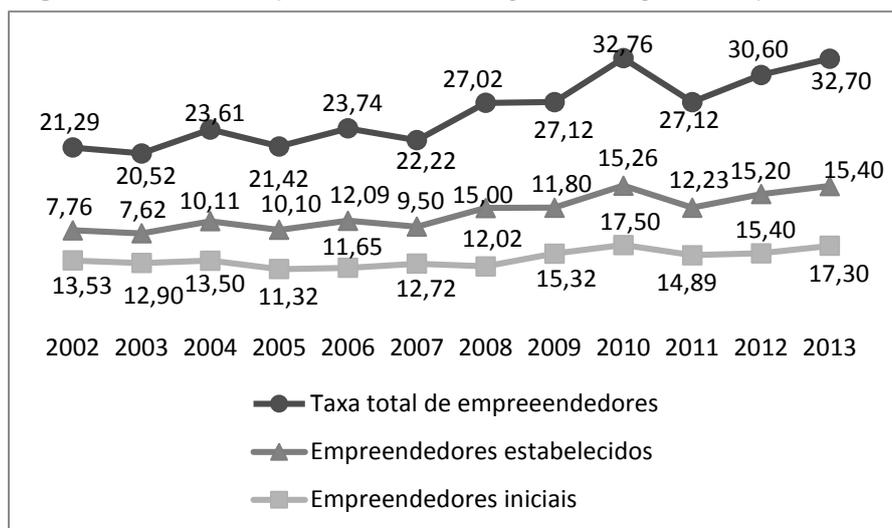


Fonte: o autor

Conforme a Figura 6 é possível observar as taxas de empreendedores iniciais, estabelecidos e totais em relação ao tempo. A correlação entre as taxas de empreendedores iniciais (que possuem seus empreendimentos de até 42 meses) e empreendedores estabelecidos (mais de 3,5 anos) são significativamente crescentes ($p < 0,001$), A taxa percentual média dos empreendedores iniciais dos últimos 12 anos foi de 14,0% (desvio-padrão=2,07%), ficando os últimos cinco anos acima desta e, a taxa percentual média dos empreendedores estabelecidos foi de 11,84% (desvio-padrão=2,89%), igualmente permanecendo acima da média nos últimos anos.

A correlação entre o PIB de 2002 a 2013 e a taxa total de empreendedores no mesmo período foi de $r = 0,89$ ($p < 0,001$), sugerindo mais uma vez uma forte relação linear positiva entre o crescimento do PIB e o empreendedorismo no país.

Figura 6- Taxa de empreendedorismo segundo estágio de empreendimentos no Brasil



Fonte: o autor

Shumpeter (1984, apud Fontenele, 2010), solidificou a crença de que o empreendedorismo influencia o crescimento da economia de um país, colocando os empreendedores como figuras determinantes no desenvolvimento econômico, mas destaca que, nestes casos, predominam os empreendedores por necessidade.

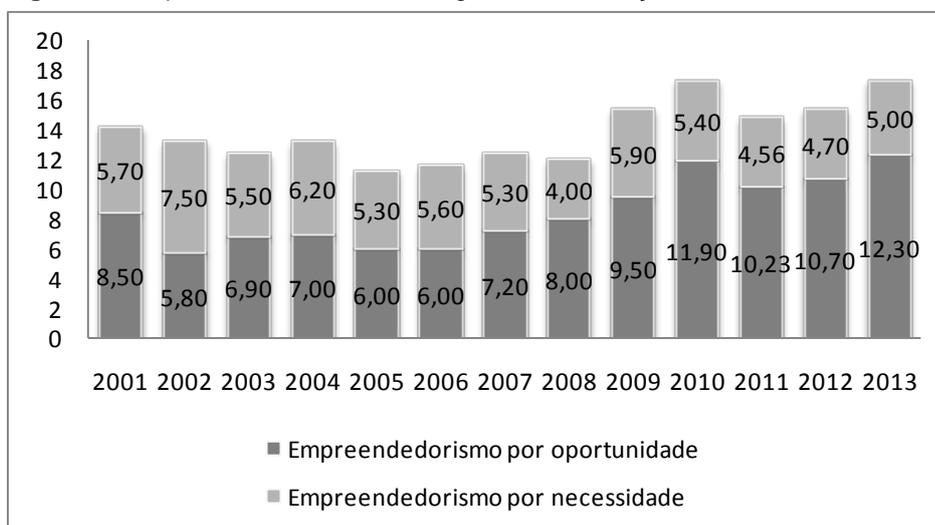
Contudo, em relação aos fatores que motivam os brasileiros a investir em novos negócios, a maioria torna-se um empreendedor por oportunidade. É possível observar as taxas mais elevadas dos empreendedores por oportunidade que os

empreendedores por necessidade, durante todos os anos apresentados, com exceção do ano de 2002, em que o percentual de empreendedorismo por necessidade (7,5%) é superior ao empreendedorismo por oportunidade (5,8%). No último ano, 12,3% dos brasileiros estavam em um empreendimento por oportunidade, enquanto que apenas 5% efetivaram um empreendimento por necessidade (Figura 7).

Ainda, observa-se tendência de crescimento significativo ($p < 0,05$) dos empreendedores por oportunidade com coeficiente de correlação $r = 0,7979$ e, decréscimo moderado e significativo dos empreendedores por necessidade com $r = -0,6201$.

Os resíduos do modelo ajustado aos empreendedores por necessidade não apresentam *outliers*, pressupõem a normalidade e possuem variância constante, evidenciando a homocedasticidade. Pelo teste de Durbin-Watson, a independência dos resíduos foi inconclusiva. O mesmo ocorreu com os dados referentes à taxa de empreendedores por oportunidade.

Figura 7- Empreendedores iniciais segundo a motivação no Brasil



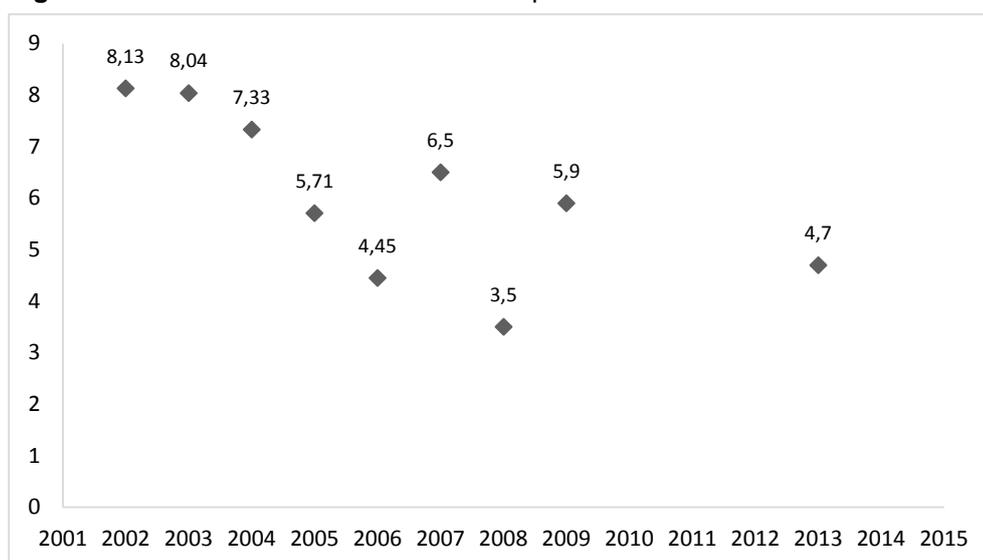
Fonte: o autor

Em concordância com o crescimento econômico do país, é fundamental a existência de pessoas capazes de aproveitar as oportunidades de modo a melhorar o processo por meio da inovação gerando riquezas à sociedade. Este tipo de empreendedor é modelo para o desenvolvimento econômico e social, pois impulsiona a máquina capitalista (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Os empreendedores por oportunidade conquistam maior sucesso profissional, são mais escolarizados e possuem maior renda pessoal (MELHADO; PLASTER; YOONG 2013). A pesquisa da Endeavor Brasil apresenta dados semelhantes ao GEM, evidenciando que a maioria dos empreendedores inicia seus negócios por oportunidade.

Analogamente, a taxa de descontinuidade dos negócios no Brasil, apresentada na Figura 8, foi avaliada durante o período de 2002 a 2013, desconsiderando os anos de 2010, 2011 e 2012, pois estas informações não foram levantadas nos relatórios anuais do GEM. A descontinuidade nos negócios representa a porcentagem da população entre 18 e 64 anos que encerrou, desistiu, ou vendeu um empreendimento do qual era administradora e proprietária (GEM, 2009). O principal fator apontado para o encerramento das atividades foi devido a não lucratividade seguido de razões pessoais e dificuldade da obtenção de recursos financeiros.

Figura 8 - Taxa de descontinuidade dos empreendimentos no Brasil



Fonte: o autor

Não obstante, com os dados obtidos, pode-se observar certo decréscimo em relação à interrupção dos empreendimentos no Brasil em que, no ano de 2013, apenas 4,7% dos empreendedores encerraram suas atividades. A expectativa para os próximos anos será de um número cada vez menor de interrupção dos negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas transformações ocorreram no cenário empresarial do Brasil nos últimos anos, possibilitando crescimento econômico e social, bem como mudanças positivas no que diz respeito ao empreendedorismo. O PIB brasileiro também demonstrou crescimento significativo nos últimos anos.

Com base nas análises realizadas dos relatórios do GEM desde 2001, os resultados são favoráveis ao empreendedorismo no Brasil. Observa-se, na maioria dos empreendedores, tendência à estabilidade nos negócios, bem como aumento considerável de empreendedores por oportunidade, evidenciando o planejamento da efetivação de um negócio, no qual a possibilidade de sucesso torna-se maior. No que se refere ao gênero dos empreendedores, observa-se o crescimento e contribuição das mulheres na economia brasileira nos últimos anos.

De certo modo, o aumento dos empreendedores com baixa escolaridade, pode ser um fator preocupante com as consequências negativas que a falta de conhecimento e informação podem ocasionar. Entretanto, se a previsão estiver em concordância com a perspectiva, a descontinuidade nos negócios dos empreendedores brasileiros, tende a diminuir com o passar dos anos.

Contudo, a elevada burocracia que permeia os órgãos governamentais e a elevada carga tributária do país são fatores apontados por especialistas como desestimulantes à abertura de novos empreendimentos. Para estimular a atividade empreendedora, estes especialistas sugerem melhoria nas políticas governamentais, na educação e maior apoio com recursos financeiros (GEM, 2013).

No entanto, pode-se concluir que o Brasil é um país empreendedor, com características que pressupõem o sucesso, associado às relações sociais, econômicas e sociais que o empreendedorismo suscita. Dessa forma, a importância do aproveitamento das oportunidades, a qualificação, o planejamento e o espírito empreendedor tendem a exercer papel fundamental no crescimento e desenvolvimento do Brasil.

Considerando que os relatórios apresentados pelo GEM são abundantes em dados e subsídios sobre o empreendedorismo, relevantes e de extrema importância para a sociedade, em nível regional e global e, que devido à sua amplitude não foram utilizadas todas as informações disponíveis, sugere-se, para trabalhos futuros,

um aprofundamento nas análises sobre o empreendedorismo, por região do país, comparação entre outros países, renda dos empreendedores, tamanho da família, origem étnica dos empreendedores, características dos empreendimentos, inovação dos empreendimentos, perspectivas de faturamento bem como o investimento colocado nestes empreendimentos. Recomenda-se, ainda, a continuidade deste estudo de modo que se possa contribuir significativamente com aportes para perspectivas de desenvolvimento econômico do país.

REFERÊNCIAS

AUDRETSCH, D. B., & FELDMAN, M. R&D spillovers and the geography of innovation and production. **American Economic Review**, v. 86, n. 3, p. 630-640, 1996.

BESSOME, F. **Nem tanto nem tão pouco**. São Paulo: Rumos, 2000.

COSTA NETO, P. L. O. e CANUTO, S. A. **Administração com qualidade**. São Paulo: Blücher, 2010.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FILION, Luis Jacques. Empreendedores e proprietários de pequenos negócios. **Revista USP – Revista da Administração**, São Paulo, p.5-28, 1999.

FREIRE, D. A. L.; CORRÊA, R.; RIBEIRO, H. C. M. Gênero e empreendedorismo: um olhar sobre a pesquisa do G.E. M – global entrepreneurship monitor. SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 2011, São Paulo/SP. **Anais...** Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhosPDF/411.pdf>> Acesso em: 20 abr. 2014.

GEM, **Global entrepreneurship monitor**: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo de 2001 a 2013. Curitiba: IBQP. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br>>. Acesso em: 16 abr. 2014.

_____. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo de 2010. Curitiba: IBQP, pg. 34. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br>> . Acesso em: 16 abr. 2014.

HASHIMOTO, Marcos. A motivação dos empreendedores. **Revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios**, 2011. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI227803-17141,00-A+MOTIVACAO+DOS+EMPREENDEDORES.html>>. . Acesso em: 23 de abril de 2014.

IBGE. **Produto interno bruto, 2001 a 2013**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/.../00000007765203112012522606619383.xls>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

JABBOUR, C.; FONSECA, S.A. A performance de incubadoras empresariais do interior paulista à luz de um novo modelo de avaliação de desempenho. **Revista Produção Online**, v.5, n. 4, 2005. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v5i4.366>

KIRZNER, I. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

LIMA, M.A.M; MENDES, J.P.F. Inovação na gestão organizacional e tecnológica: conceitos, evolução histórica e implicações para as micro, pequenas e médias empresas no brasil. **Revista Produção Online**, Florianópolis, SC, Brasil, v.3, n. 2, jun. 2003. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v3i2.622>

LAMBING, P. A., & KUEHL, C. R. **Entrepreneurship**. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2007.

MARTINS, A.A.M.; ANDAJUR, A.M.; GARIBA, C.M.S.; LAPOLLI, E.M.; GAUTHIER, F.A.; MICHELS, G.; GARIBA JÚNIOR, M.; WEIGMANN, P.R.; HAEMING, W.K. Um enfoque empreendedor para a educação a distância: led/ufsc. **Revista Produção Online**, v. 2, n. 1, 2002. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v2i1>.

MELHADO, J. P; PLASTER, J; YOONG, P.S. **Empreendedores brasileiros, perfis e percepções**. Endeavor Brasil, 2013. Disponível em: <http://www.endeavor.org.br/pesquisas/empreendedores_brasileiros_perfis_percepcoes_relatorio_completo.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2014.

MIZIARA, G.N.; CARVALHO, M.M. Fatores críticos de sucesso em incubadoras de empresas de software. **Revista Produção Online**, v.8, n. 3, 2008. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v8i3.131>

NATIVIDADE, D. R. **Empreendedorismo feminino no Brasil**: políticas públicas sob análise. *Revista Administração Pública* [online]. 2009, vol.43, n.1, pp. 231-256. ISSN 0034-7612. Acesso em: 15 abr. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011>

OYEFUSI, O. O. **Minority entrepreneurship**: entrepreneurship education at Historically black colleges and universities and inner city Economic development. A

Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Business Administration. University Of Phoenix, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia** (S. G. de Paula, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar, 1942. (Obra original publicada em 1984).

SILVEIRA, A.; GONÇALVES, G.; BONELI, J; CASTRO, E; BARBOSA, P.; VILLENA, D. **Empreendedorismo**: a necessidade de se aprender a empreender. Disponível em: <http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2014.

SOARES, A.P; BASTOS, D. Empreendedorismo e planejamento: um estudo sobre a utilização do plano de negócios nas pequenas e médias empresas. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS, 5, 2007, Seropédica/RJ. **Anais...** Seropédica/RJ: SIMGEN, 2007.

SOARES, J. C. V; ZAMBERLAN, L; SANTOS, C. S; MACAGNAN, I. P. Capacitação empresarial: uma experiência de integração governo/universidade em empresas do noroeste do rio grande do sul – resultados preliminares. SIMPÓSIO DE GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS, 5, 2007, Seropédica/RJ. **Anais...** Seropédica/RJ: SIMGEN, 2007.

TEIXEIRA, José Carlos. Notícias. **Revista do Banco do Nordeste**, maio 2000.

TEIXEIRA, R.M.; DUCCI, N.P.C.; SARRASSINI, N.S.; MUNHÊ, V.P.C.; DUCCI, L. Z. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **Revista de Gestão**, São Paulo – SP, Brasil, v. 18, n. 1, p. 3-18, jan./mar. 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/39443>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

VIEIRA, F.D.; RODRIGUES, C.S. **Os estudantes de engenharia e suas intenções empreendedoras**. Revista Produção Online, Florianópolis, SC, v.14, n. 1, p. 242-263, jan./mar. 2014. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v14.i1.1588>



Artigo recebido em 07/12/2014 e aceito para publicação em 11/12/2014
DOI: <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v15i2.1940>