

## PROPOSTA DE INDICADORES PARA UM OBSERVATÓRIO DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

## PROPOSAL FOR INDICATORS FOR AN ENTREPRENEURSHIP OBSERVATORY IN BRAZIL

### **Marcia Regina Santiago Scarpin**

Mestranda e Pesquisador Bolsista - demanda social pelo Programa de Pós-Graduação em Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB.

E-mail: [mrs.scarpin@gmail.com](mailto:mrs.scarpin@gmail.com)

### **Aleksander Roncon**

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Administração pela Fundação pela Universidade Regional de Blumenau – FURB.

E-mail: [kroncon@hotmail.com](mailto:kroncon@hotmail.com)

### **Rion Brattig Correia**

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB.

E-mail: [rionbr@gmail.com](mailto:rionbr@gmail.com)

### **Marianne Hoeltgebaum**

Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB.

E-mail: [profamarianne@gmail.com](mailto:profamarianne@gmail.com)

Recebido em 24/01/2012. Aprovado em 14/12/2012. Disponibilizado em 04/03/2013.

Avaliado pelo Sistema *double blind review*

R. eletr. estrat. neg., Florianópolis, v.5, n.3, p. 90-121, set./dez. 2012

<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/index>



©Copyright 2008 UNISUL-PPGA/Estratégia e Negócios. Todos os direitos reservados. Permitida citação parcial, desde que identificada a fonte. Proibida a reprodução total. Em caso de dúvidas, consulte o editor:

[ademar.unisul@gmail.com](mailto:ademar.unisul@gmail.com); (48) 3229-1932.

## RESUMO

Este estudo tem por objetivo levantar indicadores que auxiliem na criação e desenvolvimento de um observatório do empreendedorismo no Brasil. Esta pesquisa é considerada um ensaio teórico, com abordagem qualitativa e análise documental. Com base nos estudos de Vesper (1977), foram levantados 10 (dez) indicadores, agrupados em quatro grandes áreas. No grupo **G1** – Educação, levantaram-se seis indicadores: 1) pessoas com ensino fundamental; 2) cursos de graduação em universidades federais e estaduais com a disciplina de Empreendedorismo em sua matriz curricular; 3) cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Administração com a disciplina de Empreendedorismo em sua matriz curricular; 4) eventos em empreendedorismo; 5) artigos publicados com tema “empreendedorismo”; e, 6) teses/dissertações divulgadas com o tema “empreendedorismo”. No grupo **G2** – Desenvolvimento Econômico, foram relacionados os indicadores: 7) incubadoras instaladas; 8) empreendedorismo social; 9) capacitação e crédito para empreendedores pelo governo federal; e 10) taxa de desocupação. No grupo **G3** – Micro e Pequenas Empresas, foram selecionados indicadores constantes no relatório do SEBRAE (2011). E, finalmente, no grupo **G4** – Empreendedor, foram classificados e agrupados indicadores do relatório GEM (2009).

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo. Observatório. Indicadores.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema “empreendedorismo” desperta o interesse de estudos nos mais diversos países e este fato é constatado por meio da análise dos resultados do relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM (2009), o qual levantou dados sobre o tema em 54 países. O empreendedorismo está ligado diretamente ao desenvolvimento econômico de um país, como relatado por Schumpeter, já em 1911, no livro “Teoria do desenvolvimento econômico”, no qual o autor argumenta que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico. Ou ainda, pode contribuir para uma taxa de desemprego menor, como observado nos estudo de Barros e Pereira (2008) nos municípios brasileiros.

As atividades empreendedoras provocam impacto nas economias de suas sociedades. O empreendedorismo auxilia na abertura de novas empresas, criando novos postos de trabalho e esta cadeia alimenta a economia de um país (BARON; SHANE, 2007). Assim, torna-se vital estudar e conhecer indicadores de desempenho relacionados ao fomento e à realidade dos empreendedores e seus negócios.

Disseminar a informação para as pessoas que têm interesse na abertura de um novo negócio é uma maneira de estimular a prática do empreendedorismo no Brasil. São vários os órgãos, entidades e instituições que tratam deste tema no país, porém o que se observa é que as informações estão fragmentadas e pouco acessíveis aos usuários. Um observatório de empreendedorismo teria a finalidade de estruturar e apresentar informações, tornando-as úteis para os usuários.

Neste sentido, o objetivo deste trabalho é levantar indicadores que auxiliem na criação e desenvolvimento de um observatório de empreendedorismo no Brasil. Mais especificamente, este estudo visa a fortalecer e disseminar o empreendedorismo por meio de pesquisas, índices e instrumentos que auxiliem na promoção da cultura empreendedora, visto que quanto mais informação o empreendedor possuir, maiores as chances de o seu negócio dar certo (PORTER, 1999).

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 OBSERVATÓRIO

O conceito de “observatório” vai além da ciência astronômica. Ele engloba assuntos tais como mídia, drogas, violência, pobreza, turismo, entre outros, com a finalidade de pesquisar, estudar e explorar o tema em sua profundidade.

Na página principal do site da Federação da Indústria do Estado do Paraná – FIEP (2010) o observatório é entendido como sendo “um dispositivo de observação, criado por organismos, para acompanhar a evolução de um fenômeno, de um domínio ou de um tema estratégico, no tempo e no espaço”.

Baron e Shane (2007) relatam que as pessoas têm uma chance maior de entender, lembrar e usar novas informações se primeiro forem familiarizadas com aquele contexto. No Brasil, existem observatórios que tratam dos mais variados assuntos, tais como educação, inovação, turismo, imprensa, cultura etc., porém até a realização desta pesquisa não foi encontrado nenhum que abordasse o tema “empreendedorismo”.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil está em processo de consolidação, visto que começou a ser visto como objeto de estudo a partir da década de 90, enquanto que em outros países, como a França, já é estudado desde a década de 80. Como exemplo, tem-se sua inserção na academia a partir da década de 90, com a criação do primeiro curso de Empreendedorismo em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo (DOBALELA, 1999).

A iniciativa de começar a entender o empreendedorismo no Brasil se deu pelos resultados positivos que este gerou no desenvolvimento econômico em outros países. A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir em quantidade suficiente os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Assim, a liberação da criatividade dos empreendedores para produzir esses bens e serviços torna-se o melhor recurso para solucionar os problemas socioeconômicos de um país (DEGEN; MELLO, 1989).

O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico vai além do aumento de produção e renda *per capita*, envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade, a qual poderá ser dividida por vários participantes (HISRICH; PETERS, 2004). Cielo (2001, p. 11) explica que o empreendedorismo tem sido alvo das políticas de muitos países, chegando a proporções maiores a partir de 1990.

Para contribuir com o monitoramento na criação de novos negócios, o relatório do GEM (2009) vem sendo aplicado no Brasil desde 2000. Com isso, é possível a configuração de um histórico sobre o empreendedorismo em nosso país,

acompanhando a evolução crescente da taxa de novos empreendedores desde 2005, bem como o crescimento da taxa de empreendedorismo por oportunidade, principalmente nos anos de 2007, 2008 e 2009.

O empreendedorismo começa a se destacar no Brasil e passa a receber atenção tanto do Estado quanto das empresas privadas, sendo tratado como a “grande mola” da economia (FERREIRA *et al.*, 2008). Ele influencia países em suas crises, como a ocorrida em 2008, que teve efeitos sobre o emprego e gerou um contingente significativo de pessoas que tiveram que buscar na atividade empreendedora uma solução para a manutenção do seu padrão de consumo.

Dolabela (1999) sugere algumas ações que poderiam auxiliar na disseminação do empreendedorismo no Brasil, como: propagar o ensino de empreendedorismo para todos os níveis educacionais, estimular a pesquisa na área de empreendedorismo, implantar políticas públicas e legislação de apoio, estimular a criação de incubadoras e de parques tecnológicos e científicos, bem como preparar a inserção da pequena empresa no mercado mundial.

Estudar, estimular e disseminar o empreendedorismo faz com que o tema se consolide e novas práticas sejam criadas para abranger um número maior de pessoas.

### 2.3 ESTUDOS RELEVANTES SOBRE O TEMA “EMPREENDEDORISMO” NO BRASIL

A partir de uma pesquisa realizada nos periódicos RAC, RAUSP e RAE, foram selecionados 21 artigos que abordavam o tema “empreendedorismo”, os quais passaram por um refinamento considerando a proposta do artigo, restando 14, apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Estudos relevantes sobre o tema “empreendedorismo” no Brasil

| Autores/<br>Ano                       | Periódico | Principais Resultados  |
|---------------------------------------|-----------|--|
| Filion (1999)                         | RAE       | Para os empreendedores, as atividades no sistema foram visão, projeto, animação, monitoração e aprendizagem; enquanto, para os operadores, as atividades foram seleção, desempenho, atribuição, alocação, monitoração e ajuste.  |
| Filion (2000)                         | RAE       | A educação empreendedora deveria estar voltada para a aprendizagem do autoconhecimento e do <i>know-how</i> , que permita ao futuro empreendedor uma estrutura de trabalho mental empreendedora. Num programa educacional, o que importa não é somente o que se ensina, mas também o padrão de aprendizado estabelecido com o processo de aprendizado envolvido.   |
| Brush, Greene e Hart (2002)           | RAE       | Um empreendedor que não tenha recursos sólidos deve construir uma base de recursos por meio da identificação, especificação, combinação e transformação de recursos individuais em novos empreendimentos.  |
| Machado, St-Cyr, Mione e Alves (2005) | RAE       | A razão predominante para criar a empresa foi a realização pessoal, seguida da visão de oportunidade de mercado e insatisfação no emprego. Predominou um tempo prévio de experiência profissional de 9 anos, em média, e a existência de pais como modelos de empreendedores para 41% dos casos. A sociedade foi a forma predominante.   |
| Bertero e Iwai (2005)                 | RAC       | O objetivo deste artigo foi rever a posição de Mauá como empreendedor do tipo clássico, que se opôs à ordem institucional vigente e, por isso, teria sido punido. O estudo demonstra a importância de considerar o contexto institucional para a explicação de determinadas estratégias empresariais.  |
| Guimarães e Cardoza (2005)            | RAC       | O caso da Contém 1g pode ser utilizado para discutir temas de caráter acadêmico relacionando inovação e empreendedorismo e expansão de empresas bem como servir para iniciar uma discussão sobre processo de desenvolvimento organizacional.   |
| Raupp e Beuren (2006)                 | RAUSP     | Os resultados da pesquisa mostram que as características das incubadoras influenciam o tipo de suporte disponibilizado, bem como a intensidade com que é fornecido às empresas incubadas em cada fase do processo de incubação. Os tipos de suporte — agrupados em administrativo, financeiro e de estrutura — contribuem para desenvolver as características empreendedoras dos incubados. Adicionalmente, as incubadoras procuram, por meio de programas específicos, desenvolver características empreendedoras.      |
| Fernandes e Santos (2008)             | RAE       | Os efeitos da orientação empreendedora na performance são maiores do que aqueles da orientação para o mercado, os quais influenciam mais fortemente o sucesso das inovações.   |
| Barros e Pereira (2008)               | RAC       | Os resultados revelam forte associação entre empreendedorismo e desemprego: quanto maior a atividade empreendedora do município, menor a taxa de desemprego. Mas a influência do empreendedorismo sobre o crescimento econômico local é negativa: onde havia maior atividade empreendedora em 2000, o crescimento do PIB nos três anos seguintes foi menor. A interpretação destes resultados nos remete à discussão do empreendedorismo por necessidade que caracteriza boa parte da atividade empreendedora no Brasil. |

(continua)



Quadro 1 – Estudos relevantes sobre o tema “empreendedorismo” no Brasil (conclusão)

| Autores/<br>Ano                                     | Periódico | Principais Resultados  |
|---|-----------|--|
| Schmidt e Bohnenberger (2009)                       | RAC       | Os resultados sugerem que o perfil empreendedor é construído multidimensionalmente, composto por seis características, e somente uma delas se mostrou relacionada ao desempenho.   |
| Silva, Gomes e Correia (2009)                       | RAC       | A orientação empreendedora também se revelou mais elevada no Brasil do que em Portugal, destacando-se as dimensões de propensão para o risco e para a competitividade agressiva. Os empreendedores brasileiros, curiosamente, revelam maior rejeição a incertezas futuras; mas, concomitantemente, demonstram maior propensão para assumir riscos e se expor a incertezas, desde que remunerados como forma de compensação por essa exposição.   |
| Melo e Andreassi (2010)                             | RAC       | Os resultados evidenciam a concentração dos trabalhos nacionais no Enanpad; a predominância de trabalhos sobre Empreendedorismo e Estratégia, internacionalmente, com foco em teorias econômicas; a maioria dos autores oriundos de instituições do sul e sudeste do Brasil e dos EUA.   |
| Mizumoto, Artes, Lazzarini, Hashimoto e Bedê (2010) | RAUSP     | Algumas variáveis mostraram-se estatisticamente significativas para explicar a probabilidade de sobrevivência da empresa nascente – dentre elas, o grau de escolaridade do empreendedor e da sua preparação prévia antes de abrir o negócio (relacionados a seu capital humano), a existência de pessoas na família com negócios similares (relacionada a seu capital social) e, principalmente, a adoção de práticas gerenciais tais como a busca de antecipar acontecimentos e a procura por informações relevantes. |
| Vale, Serafim e Teodosio (2011)                     | RAC       | Conclui-se que existem diferenciações tanto na natureza da imersão como na maneira como as mulheres utilizam as redes na construção de seus empreendimentos. As mulheres recorrem, relativamente mais, a laços que lhe são mais próximos, para informações e suporte.  |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa, 2013.

Pelo Quadro 1 é possível verificar que a RAC apresenta 7 artigos, seguida da RAE com 5, e da RAUSP, com 2 artigos. Outro aspecto interessante é que no ano de 2007 não foi encontrado nenhum artigo referente ao tema, mesmo quando foram analisados os 21 artigos. Os temas mais abordados nos artigos referem-se ao indivíduo empreendedor e a como o empreendedorismo afeta o desenvolvimento regional.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este artigo constitui-se num estudo exploratório, que, de acordo com Gil (2002), tem por objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, deixando-o mais explícito ou construindo uma hipótese. Para tanto, os dados foram levantados por meio de pesquisa bibliográfica, analisados de forma qualitativa e organizados



através da estatística descritiva e documental. A coleta foi feita por meio de dados secundários obtidos de variáveis numéricas.

As categorias foram selecionadas utilizando-se como base os três passos de codificação de Strauss & Corbin (1990): 1º – a codificação aberta: os incidentes são codificados e comparados com outros dados e designados em categorias, tantas quanto possível; 2º – a codificação axial: é o reagrupamento das categorias existentes, com o objetivo de reunir os dados através de conexões entre as categorias e as subcategorias; 3º – a codificação seletiva: uma categoria central é selecionada e relacionada com outras categorias.

Assim, para a seleção dos indicadores foi utilizado o estudo de Vesper (1977), que estabeleceu dez áreas de conhecimento que abrangem o campo do empreendedorismo: (1) história, (2) psicologia, (3) sociologia, (4) desenvolvimento econômico, (5) educação, (6) metodologia de *start-up*, (7) capital de risco, (8) avanços da administração de pequenos negócios, (9) empreendedorismo corporativo e (10) inovação. A partir desta referência, buscou-se na revisão da literatura categorizar os estudos encontrados conforme as áreas estabelecidas pelo autor. Para tanto, foi realizada uma pesquisa nos principais periódicos nacionais – Revista de Administração de Empresas (RAE), Revista de Administração Contemporânea (RAC) e Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP). Pesquisou-se a palavra “empreendedorismo”, com busca livre, e foram encontrados 12 artigos na RAE, sendo 6 utilizados; 33 artigos na RAC, dos quais foram selecionados 11 para o estudo; e 7 artigos na RAUSP, sendo que 4 deles atendiam à proposta do presente artigo. O passo seguinte foi reagrupar as categorias encontradas e verificar as conexões entre elas e as subcategorias, selecionando as categorias centrais. Dessa forma foram levantadas 4 grandes categorias/grupos, denominados G1 – Educação, G2 – Desenvolvimento Econômico, G3 – Micro e Pequenas Empresas e G4 – Empreendedor.

Delineadas as categorias, realizou-se uma pesquisa em *sites* de observatórios existentes para identificar os índices disponibilizados em suas bases. A busca auxiliou na identificação dos indicadores propostos para a medição de cada categoria, conforme apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 – Quadro teórico-analítico dos indicadores para o observatório de empreendedorismo

| Áreas de Vesper (1977),  | Grupos/ Categorias |                           | Descrição   | Indicadores de medição   |
|--|--------------------|---------------------------|---|--|
| Educação   | <b>G1</b>          | Educação                  | Foco direcionado às características do empreendedorismo, de <i>start-up</i> , e à criação de novos empreendimentos. Com estes modelos, os pesquisadores do campo buscam os motivos para ensinar o processo de empreender para a sociedade (BORBA, HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2011). | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ensino fundamental</li> <li>2. Graduação</li> <li>3. Pós-graduação</li> <li>4. Eventos</li> <li>5. Artigos</li> <li>6. Teses/dissertações</li> </ol> |
| Desenvolvimento econômico  | <b>G2</b>          | Desenvolvimento econômico | Estudo dos movimentos sociais e governamentais que operam como agentes fomentadores de pesquisa no campo de empreendedorismo e que envolve o desenvolvimento econômico (BORBA, HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2011).  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incubadoras</li> <li>2. Empreendedorismo social</li> <li>3. Capacitação e crédito</li> <li>4. Taxa de desocupação</li> </ol>                         |
| Metodologia de <i>start-up</i> / Avanços da administração de pequenos negócios/ Inovação/ Empreendedorismo corporativo | <b>G3</b>          | Micro e pequenas empresas | Trata de aspectos variados do empreendedorismo como: a administração do pequeno negócio, a finalização do pequeno negócio e a visão geral do pequeno empreendedor (BORBA, HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2011).   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Micro e pequenas empresas</li> </ol>   |
| História/ Psicologia/ Sociologia/ Capital de risco   | <b>G4</b>          | Empreendedores            | Este grupo tem como característica básica a busca dos fatores que distinguem o empreendedor do não empreendedor. Também busca estudar o ambiente em que o empreendedor atua, sua história e sua disposição para o risco (BORBA, HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2011).                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Indicadores GEM</li> </ol>   |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa, 2013.

Definidas as categorias, buscou-se compor os grupos com informações. Dessa forma, para a composição do primeiro grupo (G1 – Educação), buscaram-se informações nos *sites* do IBGE, MEC, universidades federais e estaduais, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), eventos acadêmicos, encontro

de estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ENANPAD) e Ministério da Ciência e Tecnologia, por meio da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Ressalta-se que, no caso das universidades, a pesquisa foi realizada *site a site*, na busca das informações sobre a disciplina Empreendedorismo nas matrizes curriculares. Quando não encontrada a matriz curricular, entrou-se em contato por telefone para a obtenção da informação.

Para formar o segundo grupo (G2 – Desenvolvimento Econômico), as informações foram coletadas em organizações não governamentais (ONGs), como a Fundação Schwab e a Ashoka, em entidades fomentadoras do empreendedorismo, como o Serviço Social da Indústria (SESI) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, que identifica, categoriza e apoia os diversos *clusters* existentes no Brasil, e a pesquisa realizada no Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC), no SEBRAE e no IBGE.

O terceiro grupo (G3 – Micro e Pequenas Empresas) constituiu-se pelos dados disponibilizados no relatório do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Finalmente, o grupo quatro (G4 – Empreendedor) formou-se por alguns dos indicadores disponibilizados no relatório do Global Entrepreneurship Monitor.

O primeiro levantamento de dados foi feito entre 10 de março de 2010 e 24 de julho de 2010. Com a finalidade de atualizar as informações coletadas em 2010, foi realizada uma pesquisa no período de 19 de abril de 2011 a 09 de junho de 2011.

#### 4 DESCRIÇÃO DOS INDICADORES PARA O OBSERVATÓRIO DE EMPREENDEDORISMO

A seguir, segue uma explanação de cada um dos indicadores propostos neste estudo.

##### **G1 – Educação ► indicador: 1 – pessoas com ensino fundamental**

Verifica-se, por meio da Tabela 1, que em 2010 o Brasil possuía 35,37 milhões de alunos inscritos no ensino fundamental – um aumento de 11% em relação

a 1994. Destes, 2,647 milhões concluíram os estudos – um aumento de 67% referente aos concluintes no ano de 1994 que foram de 1,585 milhões.

Tabela 1 – Inscritos e concluintes no ensino fundamental (em milhares)

| 1994      |             | 2010      |             |
|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Inscritos | Concluintes | Inscritos | Concluintes |
| 31.836    | 1.585       | 35.370    | 2.647       |

Fonte: IBGE (2010).

Algumas ações de cunho empreendedor aplicadas no ensino fundamental, como o Junior *Achievement*, têm como objetivo despertar o espírito empreendedor nos jovens, proporcionando uma visão clara do mundo dos negócios e facilitando seu acesso ao mercado de trabalho. Este programa de empreendedorismo é feito simultaneamente nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, com a participação de mais de 2 milhões de jovens (JUNIOR *ACHIEVEMENT*, 2010).

Apesar de a Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional não propor a inclusão da disciplina Empreendedorismo nas matrizes curriculares de escolas do ensino fundamental, algumas instituições particulares adotaram-na considerando a relevância do tema.

### **G1 – Educação ► indicador 2 – cursos de graduação em universidades federais e estaduais com a disciplina empreendedorismo em sua matriz curricular**

Conforme fonte do *site* do IBGE (2010), constatou-se que 5.585.835 alunos concluíram o ensino superior até o ano de 2000.

Tabela 2 – Universidades estaduais e federais com curso de Administração

| Número de universidades estaduais/federais | Número de disciplinas de Empreendedorismo |
|--|---|
| 56   | 30  |

Fonte: *Sites* das universidades (2010).

A Tabela 2 ilustra que foram levantadas 30 disciplinas de Empreendedorismo (ou temas correlatos), disponíveis em 56 universidades estaduais e

federais do curso de Administração que possuíam a matriz curricular disponível nos *sites* das instituições.

O número de disciplinas revela a importância que a academia atribui para o empreendedorismo em sua matriz curricular, visto que algumas universidades disponibilizam-na em mais de um semestre. A Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI – oferta a disciplina Empreendedorismo do primeiro ao sexto semestre, no nono e no décimo semestres. Para Aaltio (2008), a educação universitária é uma maneira de formar e reformar identidades individuais, tanto pessoais como organizacionais. O processo de educação por si só cria identidades relevantes para a sociedade. Erdmann *et al.* (2009) consideram que a prática de ensino deverá desenvolver metodologias participativas, criando espaços para estimular metodologias ativas (criatividade, iniciativa e autossuficiência) com o intuito de desenvolver atividades empreendedoras, bem como novas oportunidades empresariais.

**G1 – Educação ► indicador 3 – cursos de pós-graduação *stricto sensu* em administração com a disciplina empreendedorismo em sua matriz curricular**

A Tabela 3 traz o total de programas de pós-graduação em Administração existentes e o número de programas que possuem a disciplina Empreendedorismo em sua matriz curricular.

Tabela 3 – Mestrados e Doutorados de Administração

| Número de programas de mestrados e doutorados | Número de programas de mestrado e doutorado com a disciplina de empreendedorismo |
|---|--|
| 2010  | 2010   |
| 61  | 26   |

Fonte: CAPES/IBGE (2010).

Conforme relatório da CAPES/IBGE (2010), até o ano de 2000 304.795 estudantes concluíram o curso de mestrado e/ou doutorado na área de Administração. Como apontado na Tabela 3, dos 61 programas de pós-graduação em Administração



no Brasil - públicos e privados - 26 ofertam a disciplina Empreendedorismo em sua matriz curricular no Brasil.

Grande parte dos pesquisadores dos programas de mestrado e doutorado agrupa-se em núcleos de pesquisa cadastrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Essa agência faz parte do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e é destinada ao fomento da pesquisa científica e tecnológica e à formação de recursos humanos para a pesquisa no país. Existem 40 grupos de pesquisa com a palavra “empreendedorismo” em seu título, de um total de 180, representando 22,22% desse total.

Estudos na área de empreendedorismo são importantes para o desenvolvimento de novos empreendedores, sendo o estudo do tema um diferencial competitivo para o indivíduo frente ao mercado, pois, ainda que a educação formal não seja necessária para iniciar um negócio, ela qualifica um empreendedor e o auxilia a lidar com os problemas que irá enfrentar (HISRICH; PETERS, 2004).

#### **G1 – Educação ► indicador 4 – eventos em empreendedorismo**

Foram encontrados 3.260 eventos sobre empreendedorismo no Brasil no ano de 2011, por meio da aplicação da ferramenta de busca Google com a frase “evento empreendedorismo 2011”, entre os quais diversas palestras, seminários, cursos, encontros e congressos, entre outros (GOOGLE, 2011).

Dentre esses eventos, selecionou-se o Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), que oferece um espaço de debate para as ações direcionadas ao fomento de pesquisas e estudos relacionados à temática do empreendedorismo. O evento é realizado desde 2000, contribuindo para o intercâmbio entre os atores envolvidos no desenvolvimento dessa área (EGEPE, 2010).

Verifica-se, na Tabela 4, que o evento aumenta sua representatividade a cada ano com um número crescente de publicações.

Tabela 4 – Artigos publicados com tema empreendedorismo – EGEPE

| 2001 | 2003 | 2005 | 2008 | 2010 |
|------|------|------|------|------|
| 32   | 24   | 50   | 100  | 115  |

Fonte: EGEPE (2010).

Outro evento de destaque no Brasil é o Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ENANPAD). A Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) desenvolve um trabalho na promoção do ensino, pesquisa e produção de conhecimento dentro do campo das Ciências Administrativas, Contábeis e afins no Brasil.

Em pesquisa realizada nos anais da ENANPAD, com a finalidade de levantar o número de artigos publicados entre os anos de 2001 e 2011, observou-se que até 2003 não existia no evento a área “empreendedorismo” e os artigos submetidos eram alocados em outras áreas. A partir de 2003, com o aumento do número de artigos publicados sobre o tema, criou-se uma área temática para o empreendedorismo e o comportamento do empreendedor. Em 2005, com a diversidade de estudos na área de empreendedorismo, ela foi dividida em empreendedorismo/comportamento empreendedor e empreendedorismo/negócios inovação. Em 2009, o tema passou a fazer parte de “Estratégia, Empreendedorismo e Desenvolvimento” e “Inovação, Empreendedorismo e Redes”. Em 2010 e 2011, a separação engloba “Inovação e Empreendedorismo” e “Estratégia, Empreendedorismo e Desenvolvimento”. A Tabela 5 apresenta o número de publicações por ano do ENANPAD.

Tabela 5 – Artigos publicados com tema empreendedorismo – ENANPAD

| 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2    | 3    | 25   | 32   | 35   | 35   | 34   | 37   | 25   | 20   |

Fonte: ANPAD (2010).

Conforme apresentado na Tabela 5, verifica-se que o tema “empreendedorismo” apresentou um aumento no número de publicações, fato que contribuiu para a disseminação do tema.

Além dos eventos citados, destaca-se também a Feira do Empreendedor, promovida pelo SEBRAE. Esta feira é realizada desde 1995 em diferentes estados do país, oferecendo oportunidades de diversos negócios para o desenvolvimento de novos empreendimentos com o intuito de estimular a cultura empreendedora. Andrade (2002, p. 152) explica que o evento pode desempenhar funções importantíssimas, como disseminar o conhecimento, oferecer lazer e entretenimento, estimular negócios e conscientizar comunidades.

### **G1 – Educação ► indicador 5 – artigos publicados com o tema “empreendedorismo”**

Os artigos publicados sobre o tema foram selecionados pela principal base de dados do Brasil, o portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Esse portal é um instrumento de pesquisa que possibilita a professores, pesquisadores, alunos e funcionários de 311 instituições de ensino superior e de pesquisa em todo o país ter acesso à produção científica mundial, por meio do acesso aos textos completos de artigos selecionados de mais de 26.272 revistas nacionais e internacionais, e 130 bases de dados com resumos de documentos em todas as áreas do conhecimento. O uso do portal é livre e gratuito para os usuários das instituições participantes. O acesso é realizado a partir de qualquer terminal ligado à internet localizado nas instituições ou por elas autorizado (CAPES, 2010).

A CAPES, por meio do programa Qualis, é responsável pela classificação dos veículos utilizados pelos programas de pós-graduação para a divulgação da produção intelectual de seus docentes e alunos. Esses programas reúnem anualmente suas publicações e as encaminham para a CAPES, que as classifica em categorias indicativas da qualidade do veículo utilizado e, por inferência, do próprio trabalho divulgado. Essa

classificação é composta de oito estratos, desde o A1 (o mais elevado), passando pelo A2, B1, B2, B3, B4 e B5, até o C (com peso zero).

Foram encontrados 46 artigos publicados com a palavra-chave “empreendedorismo” nos periódicos da CAPES em “multidisciplinares” e 31 em “Sociais Aplicadas”, conforme evidenciado na Tabela 6.

Tabela 6 – Artigos publicados com tema empreendedorismo – CAPES

|                          | <<br>2004 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------------------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Multidisciplinar</b>  | 5         | 2    | 6    | 11   | 11   | 3    | 2    | 6    | 2    |
| <b>Sociais aplicadas</b> | n/d       | 2    | n/d  | 1    | 4    | 2    | 4    | 15   | 3    |

Fonte: Capes (2010).

Para Bonatto e Samczuk (2005, p. 1), o “artigo científico é didático e possibilita rápida apreensão de conteúdo, além de oferecer a seus leitores um valioso portal de acesso para a elaboração de projetos de pesquisa; artigos, teses, entre outros gêneros”. Quanto maior o número de publicações, maior a disseminação e consolidação do tema. Daí a importância do artigo científico.

### **G1 – Educação ► indicador 6 – teses/dissertações divulgadas com o tema “empreendedorismo”**

O Ministério da Ciência e Tecnologia, por meio da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), disponibiliza um acervo gratuito dos trabalhos defendidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* recomendados pela CAPES (BDTD, 2011). No banco de dados da instituição foram encontrados 308 documentos, entre teses e dissertações, com a palavra “empreendedorismo” em seu título. Dissertações e teses são investigações produzidas no âmbito dos cursos de pós-graduação que representam um importante elo entre pesquisadores mais experientes e alunos, constituindo-se num *locus* imprescindível e insubstituível de formação de

pesquisadores que vão atuar nas mais diversas instituições de todo o país (TEIXEIRA; MEGID NETO, 2006).

No caso dos trabalhos de conclusão de curso (TCCs), exigidos para a graduação, e das monografias, exigidas para cursos *lato sensu*, não foram encontrados bancos de dados para acesso (MEC, 2010).

## G2 – Desenvolvimento econômico ► indicador 7 – incubadoras instaladas

As incubadoras ganharam espaço a partir de 1990, com unidades criadas por governos locais com a finalidade de estimular o crescimento econômico e gerar empregos. Na Tabela 7, evidencia-se o número aproximado de incubadoras e a geração de empregos correspondente.

Tabela 7 – Incubadoras

| Número aproximado de incubadoras | Número de empregos gerados |
|----------------------------------|----------------------------|
| 400                              | 33.000                     |

Fonte: ANPROTEC (2010).

Conforme descrito na Tabela 7, existem cerca de 400 incubadoras no Brasil, sendo que 88% delas priorizam o desenvolvimento econômico regional e 97% delas o incentivo ao empreendedorismo, gerando cerca de 33 mil postos de trabalho direto.

Incubadoras de empresas são empreendimentos que visam a abrigar empresas, oferecendo a elas espaço físico, infraestrutura, recursos humanos e serviços especializados (AIUB; ALLEGRETTI, 1998). Durante o processo de incubação, são oferecidos subsídios aos empreendedores para que eles possam potencializar suas características empreendedoras, uma vez que muitos imaginam não possuí-las e deixam de desenvolvê-las, pondo em risco o sucesso do negócio iniciado (RAUPP; BEUREN, 2006).

## G2 – Desenvolvimento econômico ▶ indicador 8 – empreendedorismo social

No Brasil existem diversas entidades que promovem o empreendedorismo social, tais como a Folha de S. Paulo e a Fundação Schwab. Elas têm como objetivo identificar líderes de cooperativas, empresas sociais, organizações não governamentais (ONGs) e pessoas físicas que desenvolveram iniciativas inovadoras e sustentáveis para o benefício da coletividade (FOLHA DE S. PAULO, 2010).

A Ashoka, uma organização mundial sem fins lucrativos composta por mais de 2.700 empreendedores sociais localizados em diversos países, promove no Brasil cerca de 310 empreendedores sociais (ASHOKA, 2010). O Serviço Social da Indústria (SESI) do Paraná dissemina a cultura do empreendedorismo social naquele estado capacitando empreendedores sociais e contribuindo para o desenvolvimento territorial local (SESI, 2010).

Além das instituições acima citadas, o Brasil possui outras entidades cooperativas e até mesmo pessoas físicas que promovem o empreendedorismo social. É possível reconhecer ações empreendedoras nos diversos níveis da cadeia, de empreendedores individuais a micro e pequenas empresas (MPEs), passando por distritos industriais, e chegando à formação de *clusters*.

Conforme levantamento do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, no ano de 2010, identificaram-se 957 *clusters* no país, com diversos ramos de atividade, como turismo ecológico, calçados, móveis, têxtil, confecções etc.

Os *clusters* são agrupamentos de empresas em uma região com sucesso extraordinário em determinado setor de atividade; são entidades complexas que fazem parte de uma cadeia produtiva e comercial (PORTER, 1999). O autor explica que os *clusters* fomentam economicamente bem mais que uma região; eles criam uma cadeia de valores que ultrapassa seus limites geográficos, beneficiando e contribuindo na geração de novos negócios.

## **G2 – Desenvolvimento econômico ▶ indicador 9 – capacitação e crédito para empreendedores pelo governo federal**

O Programa Brasil Empreendedor foi lançado pela Presidência da República no dia 5 de outubro de 1999, desenvolvido em parceria pelo Governo Federal, SEBRAE, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), Banco da Amazônia e Banco do Nordeste, com o objetivo de fortalecer as empresas de micro, pequeno e médio porte por meio de capacitação para o crédito e assessoria empresarial em abrangência nacional. O programa pretende capacitar em todo o Brasil cerca de 2,3 milhões de empreendedores e viabilizar a realização de 1,15 milhão de operações de financiamento nas instituições financeiras oficiais, envolvendo recursos da ordem de R\$ 8 bilhões, num período de um ano a partir de seu lançamento, visando à manutenção ou geração de 3 milhões de postos de trabalho (MDIC, 2010).

Para os empreendedores populares, os encargos financeiros para a capitação de crédito giram em torno de 2,4% ao ano + TJLP. Para as microempresas, os encargos financeiros podem girar de 2,08% a 2,34% ao mês. As taxas podem diferenciar-se conforme a instituição financeira, e também há um limite de crédito em torno de R\$10.000,00 a R\$20.0000,00. Para a obtenção do financiamento, é necessário elaborar um plano de negócios viável, técnica e financeiramente (MDIC, 2010; SEBRAE, 2010).

Apesar de o plano de negócios ser exigido somente por algumas instituições financeiras e não ser registrado em nenhuma base de dados, ele seria um indicador de relevância para avaliar se os negócios abertos estão sendo estruturados levando em consideração todas as áreas envolvidas. Hisrich e Peters (2004) defendem que o plano de negócios é valioso para o empreendedor, para os investidores e até para os novos funcionários, pois ajuda a determinar a viabilidade do empreendimento em um mercado específico, fornece orientação ao empreendedor na organização de suas atividades de planejamento e auxilia na obtenção de financiamento.

## G2 – Desenvolvimento econômico ► indicador 10 – taxa de desocupação

A taxa de desocupação do mês de maio de 2010, conforme descrito na Tabela 8, foi de 7,5%, contra 6,4% do mesmo mês de 2011 (IBGE, 2011).

Tabela 8 – Taxa de desocupação

| 05/10 | 06   | 07   | 08   | 09   | 10   | 11   | 12   | 01/11 | 02   | 03   | 04   | 05   |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|
| 7,5%  | 7,0% | 6,9% | 6,7% | 6,2% | 6,1% | 5,7% | 5,3% | 6,1%  | 6,4% | 6,5% | 6,4% | 6,4% |

Fonte: IBGE (2011).

Em notícia, o IBGE (2011) destaca que para maio/2011 a taxa de desocupação foi a menor para esse mês desde o início da série (março de 2002) e igual ao resultado apurado em abril. Em comparação a maio de 2010 (7,5%), recuou 1,1 ponto percentual. Sendo assim, a população desocupada (que corresponde a 1,5 milhão de pessoas) não apresentou variação em relação ao mês anterior.

## G3 – Micro e pequenas empresas ► indicador 11 – sebrae

O SEBRAE (2011) é uma entidade que fornece indicadores importantes para aqueles que pretendem iniciar suas atividades como proprietários de seus negócios. O Quadro 3 apresenta indicadores que poderão compor a base do observatório de empreendedorismo.

Quadro 3 – Indicadores do Anuário de Trabalho para Micro e Pequenas Empresas

|  |   |
|--|---|
| Taxa de empregos gerados pelas MPEs                            | Em 2001, o Brasil gerou 7.290.670 empregos nas micro e pequenas empresas contra 4.704.600 gerados pelas empresas de médio porte (IBGE, 2010).   |
| Exportação das MPEs  | O valor médio exportado pelas MPEs vem crescendo firmemente nos últimos anos, atingindo US\$ 163,9 mil em 2007, com alta de 12,5% em relação ao ano anterior e de 10,5% a.a. nos últimos cinco anos. O valor exportado pelas MPEs atingiu o recorde histórico em 2007 (SEBRAE, 2011). |
| Taxa de sobrevivência das MPEs                                 | A taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas até 4 (quatro) anos foi de aproximadamente 70% (SEBRAE, 2011). O resultado positivo pode ser atribuído pela maior qualificação dos empresários e pela melhoria do ambiente econômico.   |
| Taxa de mortalidade das MPEs                                   | A taxa de mortalidade das MPEs ficou em torno de 25% demonstrando uma queda de quase 50% quando comparada ao relatório do SEBRAE de 2000.   |
| Principais atividades antes de empreender, nas empresas ativas | 51% dos empresários iniciam suas atividades com experiência anterior em empresa privada, isto favorece o empresário que vem com uma bagagem de informação que poderá ser utilizada no seu empreendimento.   |

|   |  |
|---|--|
| Origens dos recursos para abertura de um novo negócio | 93% dos recursos para a abertura de um novo negócio no Brasil advêm de recursos próprios.  |
| Principais motivos para constituição da empresa       | 60% destacam o desejo de ter o próprio negócio; 43% identificaram uma oportunidade de negócio; 37% para aumentar renda/melhorar de vida; 30% tinham experiência anterior; 13% por influência de outras pessoas; 12% tinham capital disponível; 10% tinham tempo disponível; 06% estavam desempregados; 05% estavam insatisfeitos no seu emprego; 02% foram demitidos ou receberam FGTS/indenização; 01% aproveitou algum programa de demissão voluntária; 01% aproveitou incentivos governamentais; 01% outros motivos; 01% não respondente. |
| Principal dificuldade no acesso ao mercado            | 29% propaganda inadequada; 21% formação inadequada dos preços dos produtos/serviços; 18% dificuldade de acesso à informação de mercado; 15% logística deficiente; 13% desconhecimento do mercado; 11% inadequação de produtos/serviços às necessidades do mercado; 12% nenhum; 19% não responderam.  |

Fonte: SEBRAE (2011).

#### G4 – Empreendedor ▶ indicador 12 – GEM

O GEM (2009) é um consórcio que pesquisa sobre empreendedorismo em todo o mundo e considera empreendedor todo aquele que possui um negócio, independentemente de sua formalização. O Quadro 4 ilustra alguns indicadores relevantes para o observatório de empreendedorismo.

Quadro 4 – Indicadores de empreendedorismo no Brasil

|  |  |
|--|--|
| Taxa de empreendedores nascentes                                     | No ano de 2005, a taxa representou índice de 3,15%, em 2006 de 3,50%, em 2007 de 4,29%, em 2008 2,93% e em 2009 de 5,78%.  |
| Taxa de empreendedores novos   | No ano de 2005 a taxa representou índice de 8,20%, em 2006 de 8,62%, em 2007 de 8,72%, em 2008 9,29% e em 2009 de 9,75%.   |
| Taxa de pessoas que encerraram algum negócio e os principais motivos | 5,9% de pessoas encerraram seus negócios. Entre os principais motivos encontram-se: o negócio não era lucrativo (33,6%); razões pessoais (26,9%); dificuldade na obtenção de recursos financeiros (19,2%); outros (20,3%). |
| Setores de atividades no empreendedorismo brasileiro                 | 70,9% dos empreendedores preferiram serviços orientados aos consumidores, 22% setor de transformação, 5,2% serviços orientados às empresas e 1,9% setor extrativista.  |
| Empreendedorismo por gênero  | 46,6% dos empreendedores eram do gênero masculino e 53,4% feminino.  |
| Empreendedorismo e faixa etária                                      | A faixa etária do empreendedor brasileiro concentrou-se entre 18 e 45 anos.  |
| Empreendedorismo segundo expectativa de criação de emprego           | 50,6% dos empreendedores não possuíam expectativas quanto à criação de empregos, enquanto o restante esperavam prospectar de 1 a 5 empregos (34,2%), de 6 a 19 empregos (11,4%) e mais de 20 empregos (3,8%).              |
| Empreendedorismo segundo conhecimento do produto                     | 83,5% não consideravam novos os produtos que comercializam, enquanto 11,6% os consideravam novos.  |

| (Inovação)  |  |
|---|--|
| Empreendedorismo segundo a quantidade de concorrentes | O índice de empreendedores que consideravam muito a quantidade de concorrentes era de 67,6%, de poucos concorrentes era de 24,4% e de nenhum concorrente era 6%. |
| Empreendedores por necessidade e por oportunidade     | A taxa de empreendedores por necessidade apresentou índice de 39%, enquanto a taxa de empreendedores por oportunidade 61%.                                       |

Fonte: GEM (2009).

## 5 DISCUSSÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O ESTUDO

No levantamento dos 10 indicadores, observou-se que as informações necessárias para a formação dos itens selecionados estavam disponibilizadas em diversos *sites* de forma fragmentada. Enquanto os portais disponibilizam informações de forma desestruturadas e as bases de dados direcionam e quantificam a informação, o observatório tem como finalidade ser um ambiente que apresenta as informações estruturadas a partir das variáveis ali relacionadas (SOUZA, 2009), com a finalidade de facilitar o entendimento das pessoas (BARON; SHANE, 2007).

Os indicadores desta pesquisa foram selecionados com base nos estudos de Vesper (1977) e nos índices encontrados em outros observatórios existentes. Assim, este estudo foi subdividido em quatro grupos.

No G1 – Educação, levantaram-se seis indicadores: (1) pessoas com ensino fundamental, (2) cursos de graduação em universidades federais e estaduais com a disciplina de empreendedorismo em sua matriz curricular, (3) cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Administração com a disciplina Empreendedorismo em sua matriz curricular, (4) eventos em empreendedorismo, (5) artigos publicados com tema “empreendedorismo” e (6) teses/dissertações divulgadas com o tema “empreendedorismo”.

Por meio da análise dos indicadores do G1, pode-se verificar que a educação no Brasil apresentou índices positivos nos últimos anos. Castro (1994) argumenta que os países que cuidam bem da sua educação são justamente aqueles que estão obtendo sucesso econômico. Apesar de não ser comum encontrar a disciplina Empreendedorismo nas matrizes curriculares do ensino fundamental,

existem programas da iniciativa privada que acreditam e promovem essa área nas escolas, como, por exemplo, o programa *Junior Achievement*.

Nos cursos de Administração pesquisados em universidades públicas, observou-se que a grande maioria oferece a disciplina Empreendedorismo, podendo esta ser optativa ou obrigatória. A Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI) destaca-se na oferta dessa disciplina, visto que a disponibiliza em quase todos os semestres letivos (AALTIO, 2008; ERDMANN *et al.*, 2009).

Além disso, aproximadamente 50% dos programas de mestrado e doutorado públicos possuem linhas específicas de estudo sobre o assunto, com mais de 240 documentos defendidos, entre teses e dissertações, com a palavra “empreendedorismo” em seu título. Atualmente, são 40 grupos de pesquisa que tratam do tema “empreendedorismo” em alguma dimensão. Vale destacar que a produção de pesquisa relacionada ao tema nos últimos anos conquistou sua própria área temática em eventos de destaque, como o ENANPAD, bem como encontros de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, como o EGEPE. Existem diversos eventos pelo país que promovem, divulgam e informam sobre o tema “empreendedorismo” (HISRICH; PETERS, 2004; TEIXEIRA; MEGID NETO, 2006; CAPES, 2010; ANPAD, 2010; EGEP, 2010; MEC, 2010).

No G2 – Desenvolvimento Econômico, foram relacionados os seguintes indicadores: (7) incubadoras instaladas, (8) empreendedorismo social, (9) capacitação e crédito para empreendedores pelo governo federal e (10) taxa de desocupação.

Esses indicadores foram reunidos por suas características econômicas. As incubadoras instaladas promovem o desenvolvimento local com a geração de postos de trabalho, estimulando o desenvolvimento econômico. O governo as subsidia com a finalidade de potencializar as características empreendedoras daqueles que desejam ter seu próprio negócio (AIUB; ALLEGRETTI, 1998; RAUPP; BEUREN, 2006).

No caso do empreendedorismo social, esse pode ocorrer de forma estruturada, por instituições conhecidas nacionalmente, como o SESI Paraná e a Folha de S. Paulo, ou internacionalmente, como a Fundação Schwab e a Ashoka, ou ainda acontecer de forma não estruturada, como é o caso de pequenas iniciativas,

promovidas por associações de bairro, cooperativas solidárias e pessoas físicas, entre outros (FOLHA DE S. PAULO, 2010; ASHOKA, 2010; SESI, 2010).

O empreendedorismo pode ser desenvolvido nos diversos níveis da cadeia, de empreendedores individuais a micro e pequenas empresas, passando por distritos industriais e chegando à formação de *clusters*. Este último nível é fomentado pelo Estado, seja por motivos de eficiência econômica, seja por razões de equidade social e territorial entre as empresas (PORTER, 1999; ERBER, 2008).

O governo possui um papel importante na promoção do empreendedorismo. O programa de capacitação e crédito para empreendedores do governo federal é relevante no sentido de fomentar a cadeia de empreendedores, os quais muitas vezes possuem o seu negócio ou ideias para novos projetos, mas não têm à sua disposição recursos físicos e financeiros (HISRICH; PETERS, 2004; MDIC, 2010; SEBRAE, 2011).

No G3 – Micro e Pequenas Empresas, foram selecionados indicadores constantes no relatório do SEBRAE (2011), reunidos no indicador 11. A taxa de empregos gerados pelas MPEs diminuiu nos últimos 10 anos, conforme o IBGE (2010). As exportações e a taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas têm se mostrado positivas nos últimos anos, o que pode ser atribuído à maior qualidade empresarial e à melhoria do ambiente econômico (SEBRAE, 2011).

Com relação aos empresários, mais de 50% iniciaram suas atividades com experiência anterior em empresa privada, têm idade média de 38 anos, a maioria é do sexo masculino e em grande parte possui o ensino superior incompleto ou completo. O relatório também evidenciou que é o desejo de possuir um negócio próprio que os motiva a abrir uma empresa e que 93% deles utilizam recursos próprios para iniciar um negócio (SEBRAE, 2011). Corroborando com a pesquisa do SEBRAE, Machado *et al.* (2003) concluíram em seu estudo que a razão predominante para criar a empresa foi a realização pessoal, seguida da visão de oportunidade de mercado e da insatisfação no emprego. Além disso, que o tempo prévio médio de experiência profissional foi de 9 anos, que os pais serviram como modelos de empreendedores em 41% dos casos e que a sociedade foi a forma predominante de constituição jurídica.

As MPEs contribuem para o desenvolvimento econômico do país e, desse modo, diversas ações, como incentivos fiscais, crédito e capacitação, entre outras, estão sendo realizadas pelo governo federal juntamente com seus parceiros a fim de fortalecê-las.

O G4 – Empreendedor mostra indicadores do GEM que reforçam que o Brasil é um país empreendedor. Os dados apresentados pelo relatório do GEM (2009) são importantes, visto que refletem como o empreendedorismo pode fazer a diferença em momentos cruciais para a economia de um país. Sua base de dados fornece indicadores que podem auxiliar na criação de novos projetos ligados à educação, qualificação e orientação sobre o empreendedorismo no país, disseminando e fomentando ainda mais essa prática.

Os resultados da pesquisa demonstram que as taxas de empreendedores nascentes e novos cresceu no Brasil. Mesmo na crise que atingiu o mundo em 2008, o país manteve seu índice de empreendedorismo por oportunidade em crescimento, com uma taxa superior a 60%. Também se observou que, pela primeira vez desde 2002, as mulheres ultrapassaram os homens no empreendedorismo por oportunidade, corroborando estudos realizados sobre o tema por autores como Cassol, Silveira e Hoeltgebaum (2007) e Jonathan (2005).

Ainda, mais de 70% dos empreendedores preferem serviços orientados aos consumidores. A maioria dos empreendedores confirma que seus produtos não são considerados novos, e possui grande número de concorrentes.

Por meio da análise desses resultados, percebe-se que o empreendedor brasileiro está disposto a empreender, mas faltam-lhe conhecimentos referentes à inovação, planejamento, orientação financeira ou *marketing*, e essa dificuldade poderia ser minimizada se eles tivessem acesso ao plano de negócios e recebessem a devida orientação.

Como qualquer pesquisa, esta possui como limitações a falta de estudos prévios sobre o assunto e a utilização de dados de fontes secundárias. Por isso ocorreu uma diferença temporal entre os indicadores.

## 6 PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES

O objetivo deste estudo foi levantar indicadores que auxiliassem na criação e desenvolvimento de um “Observatório de Empreendedorismo no Brasil”. A importância do Grupo 1 – Educação é sustentada por Fillion (2000), que relata que a educação empreendedora deveria estar voltada para a aprendizagem do autoconhecimento e do *know-how*, que permite ao futuro empreendedor uma estrutura de trabalho mental empreendedora.

No Grupo 2 – Desenvolvimento Econômico, Barros e Pereira (2008) revelaram uma forte associação entre empreendedorismo e desemprego, afirmando que quanto maior a atividade empreendedora do município, menor a taxa de desemprego.

As Micro e Pequenas Empresas representam o Grupo 3. Elas são responsáveis por grande parte do PIB brasileiro, mas enfrentam altas taxas de mortalidade. Mizumoto et al. (2010) identificaram características que auxiliam na sobrevivência de empresas nascentes, dentre as quais destacam-se o grau de escolaridade do empreendedor e da sua preparação prévia antes de abrir o negócio (relacionados a seu capital humano), a existência de pessoas na família com negócios similares (relacionada a seu capital social) e, principalmente, a adoção de práticas gerenciais, tais como a tentativa de antecipar acontecimentos e a procura por informações relevantes.

E, finalmente, no G4 – Empreendedor, foram classificados e agrupados indicadores do relatório GEM (2009). Fillion (1999) indica que, para os empreendedores, atributos tais como visão, projeto, animação, monitoração e aprendizagem são fundamentais para o seu sucesso. Estudos de Silva, Gomes e Correia (2009) mostraram que os empreendedores brasileiros curiosamente revelam maior rejeição a incertezas futuras, mas, concomitantemente, demonstram maior propensão a assumir riscos e se expor a incertezas, desde que remunerados como forma de compensação por essa exposição.

Esses indicadores foram escolhidos com base nos estudos de Vesper (1977) e nos índices utilizados em outros observatórios existentes. A finalidade do

observatório de empreendedorismo será a de criar um ambiente onde são contempladas as diversas informações disponíveis na internet (e não gerar informações redundantes), aproveitando os grandes disseminadores de conhecimento existentes em nosso país, tais como universidades, entidades e órgãos privados e públicos etc. Com a criação de um observatório de empreendedorismo, essas informações estariam estruturadas e compactadas em um único lugar, auxiliando aqueles que necessitam delas para gerenciar ou abrir seu negócio.

As atividades empreendedoras provocam impacto na economia de qualquer país e, por isso, devem ser estudadas, disseminadas e fomentadas. No Brasil ainda há muito a fazer, porém algumas iniciativas já começaram a surtir efeito, como a inclusão da disciplina Empreendedorismo nas universidades, os programas do governo federal, as iniciativas privadas e públicas, os diversos cursos e as palestras e seminários realizados por todo o território nacional, entre outras ações praticadas em favor do empreendedorismo.

Como indicação para futuras pesquisas, sugere-se que se faça um estudo sobre a viabilidade técnica desses indicadores no desenvolvimento de um sistema computacional.

## PROPOSAL FOR INDICATORS FOR AN ENTREPRENEURSHIP OBSERVATORY IN BRAZIL

### ABSTRACT

This study aims to build indicators helping the creation and development of a "Brazilian Entrepreneurship Observatory". This research is considered theoretical with a qualitative approach to document analysis, aiming the proposing of a observatory. Based on studies Vesper (1977) there was 10 indicators proposed for this study grouped into four broad areas. In group **G1** education: 1. people with primary education; 2. undergraduate courses in federal and state universities with entrepreneurship discipline in the curriculum; 3. business post-graduate courses with entrepreneurship discipline in the curriculum; 4. entrepreneurship events; 5. publications in the entrepreneurship field; 6. thesis and dissertations published in the



entrepreneurship field. In group **G2** economic development: 7. installed business incubators; 8. social entrepreneurship; 9. training and credit to the entrepreneur by the federal government; 10. unemployment rate. In group **G3** micro and small enterprises: 11. SEBRAE indicators and **G4** entrepreneurship: 12. GEM data. With this it was outlined the necessary reference for the "Brazilian Entrepreneurship Observatory" as presented in this paper.

**Keywords:** Entrepreneurship. Observatory. Indicators.

## REFERÊNCIAS

AALTIO, I. Management education as an identity construction: the case of Estonia and its transition economy background. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, v. 5, n. 1, p. 96, 2008.

AIUB, G. W.; ALLEGRETTI, R. D. F. **Planejamento**: orientação estratégica para análise de viabilidade e estruturação de incubadoras de empresas. Porto Alegre: SEBRAE, 1998.

ANDRADE, R. B. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ASHOKA. **Empreendedores Sociais**. Disponível em: <<http://www.ashoka.org.br/rede-ashoka/fellows/>>. Acesso em: 22 maio 2010.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES - ANPROTEC. **Incubadoras**. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/publicacaoconheca.php?idpublicacao=1>>. Acesso em: 09 maio 2010.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – ANPAD. **Eventos**. Disponível em: < <http://www.anpad.org.br/eventos.php>>. Acesso em: 26 maio 2010.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. *Revista de Administração Contemporânea*. Curitiba, Pr., v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008.



BERTERO, C. O.; IWAI, T. Uma visita ao Barão. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, Pr., v. 9, n. spe2, p. 1-17, 2005.

BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES - BDTD. **Teses e Dissertações**. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/>>. Acesso em: 06 jul. 2011.

BONATTO, M. T. R. L.; SAMCZUK, I. B. Artigo Científico: do desafio à conquista. **Revista de Atualização Científica**. Barueri, SP, v. 17, n. 2, mai./ago. 2005.

BRUSH, C. G; GREENE, P. G.; HART, M. M. Empreendedorismo e Construção da Base de Recursos. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, SP, v. 42, n. 1, jan./mar., 2002.

BORBA, M. L.; HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA A. A produção científica em empreendedorismo: análise *do academy of management meeting: 1954-2005*. **Revista de Administração Mackenzie**. São Paulo, SP, v. 12, n. 2, p. 169-206, mar./abr., 2011.

CASSOL, N. K.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for scientific information (ISI), 1997-2006. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração – ENANPAD, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2007.  
CASTRO, C. M. **Educação Brasileira: consertos e remendos**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

CIELO, I. D. **Perfil do pequeno empreendedor**: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. 2001. 118 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina UFSC, Florianópolis, SC, 2001.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR – CAPES. **Dados Estatísticos**. Disponível em: <<http://geocapes.capes.gov.br/geocapesds/#>>. Acesso em: 21 maio 2010 / 06 jul. 2011.

DEGEN, R. J.; MELLO, A. A. A. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Makron, 1989.

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

ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS – EGEPE. **Trabalhos publicados**. Disponível em: <<http://www.egepe.com.br/edicoesAnteriores.php>>. Acesso em: 22 maio 2010.

ERBER, F. S. Eficiência coletiva em arranjos produtivos locais industriais: comentando o conceito. **Nova economia**, Belo Horizonte, MG, v. 18, n. 1, 2008.



ERDMANN, A. L.; STEIN BACKES, D.; ALVES, A.; ALBINO, A. T.; FARIAS, F.; GUERINI, I.C.; ABE, K. L.; CORDEIRO, P. K. S.; PUDELL, R. T. A. Formación de emprendedores en enfermería: promover capacidades y aptitudes sociopolíticas. **Enfermería Global**, Murcia, ES, n.16, jun. 2009.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ – FIEP. **Indicadores do observatório Industrial**. Disponível em: <<http://www.fiepr.org.br/observatorios/FreeComponent2272content11361.shtml>>. Acesso em: 26 abril 2010.

FERREIRA, L. F. F.; SANTOS, S. A.; OLIVA, F. L.; GRISI, C. C. H. Fatores associados à mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. In: XXXII ENCONTRO DA ANPAD, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2008.

FOLHA S. PAULO. **Prêmio Empreendedor Social**. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/folha/empreendedorsocial/o\\_que\\_e.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/empreendedorsocial/o_que_e.shtml)>. Acesso em: 22 maio 2010.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos Distintos, Porém Complementares. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, SP, v. 40, n. 3, jul./set., 2000.

FILION, L. Diferenças Entre Sistemas Gerenciais de Empreendedores e Operadores de Pequenos Negócios. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, SP, v. 39, n. 4, out./dez., 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **GEM 2009 Global Report**. Disponível em: <[http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub\\_gem\\_global\\_reports](http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub_gem_global_reports)>. Acesso em: 21 maio 2010.

GOOGLE. **Pesquisa eventos de empreendedorismo**. Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?q=evento+empreendedorismo+2011>>. Acesso em: 06 jul. 2011.

GUIMARAES, L. O.; CARDOZA, G. Cosméticos Contém 1g: um caso de empreendedorismo e inovação. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, Pr., v. 9, n. 4, pp. 181-199, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Demográfico**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 06 jul. 2011.



JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, PR, v. 10, n. 3, set./out. 2005.

JUNIOR ACHIEVEMENT. **Educação Prática em Negócios**. Disponível em: <[http://www.jabrasil.org.br/ja/index.php?option=com\\_sobre&Itemid=73](http://www.jabrasil.org.br/ja/index.php?option=com_sobre&Itemid=73)>. Acesso em: 23 maio 2010.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, SP, v. 2, n. 2, jun./dez. 2003.

MELO, P.; ANDREASSI, T. Publicação científica nacional e internacional sobre franchising: levantamento e análise do período 1998 - 2007. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, Pr., SP, v. 14, n. 2, p. 268-288, 2010.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Histórico institucional do observatório**. Disponível em: <<http://www.on.br/institucional/portuguese/historico.html>>. Acesso em: 26 abr. 2010.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – MEC. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/ldb.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA A COMÉRCIO EXTERIOR – MDIC. **Comércio e Serviços**. Disponível em: <<http://www2.desenvolvimento.gov.br/sitio/sdp/proAcao/proBraEmpreendedor/resultados.php>>. Acesso em: 23 maio 2010.

MIZUMOTO, F. M.; ARTES, R.; LAZZARINI, S. G.; HASHIMOTO, M.; BEDÊ, M. A. A sobrevivência de empresas nascentes no estado de São Paulo: um estudo sobre capital humano, capital social e práticas gerenciais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. São Paulo, SP, v. 45, n. 4, nov./dez., 2010.

PORTER, M. Clusters e Competitividade. **HSM Management**. Ed. 15, p. 100-110, jul/ago. 1999.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. O suporte das incubadoras brasileiras para potencializar as características empreendedoras nas empresas incubadas. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. São Paulo, SP, v. 41, n. 4, out./dez. 2006.

SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. D. H. Orientação Empreendedora: um Estudo Sobre as Consequências do Empreendedorismo nas Organizações. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, SP, v. 7, n. 1, jan./jun., 2008.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, Pr., v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Estudos e pesquisas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 06 jul. 2011.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI. **Empreendedorismo Social**. Disponível em: <<http://www.sesipr.org.br/ProductService9447content69058.shtml>>. Acesso em: 06 jul. 2011.

SILVA, M. A. O. M.; GOMES, L. F. A. M.; CORREIA, M. F. Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, Pr., v. 13, n. 1, p. 57-71.

SOUZA, A. **Uma proposta de observatório virtual utilizando sistemas multiagentes**. São José, SC. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado em computação aplicada. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, 2009.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Basics of qualitative research**. Thousand Lage Daks: Lage Publications, 1990. 267 p.

TEIXEIRA, P. M. M.; MEGID NETO, J. Investigando a pesquisa educacional: um estudo enfocando dissertações e teses sobre o ensino de biologia no Brasil. **Investigações em Ensino de Ciências**, v. 11, n. 2, p. 1-26, ago. 2006.

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODOSIO, A. S. S. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, Pr., v. 15, n. 4, pp. 631-649, 2011.

VESPER, K. .H. Sub-fields of entrepreneurship. In: ANNUAL MEETINGS OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 37., 1977, Orlando. **Proceedings...**Florida: AOM, 1977. p. 440-444.