

# **EMPREENDER POR OPORTUNIDADE X EMPREENDER POR NECESSIDADE**

**Maria Cristina Queiroz Maia, M. Sc.**

Estudante, UFF, Rio de Janeiro

[mcqmaia@oi.com.br](mailto:mcqmaia@oi.com.br)

(21) 8758-2364

**Emmanuel Paiva de Andrade, D. Sc.**

Orientador, UFF, Rio de Janeiro

[emanuel@vm.uff.br](mailto:emanuel@vm.uff.br)

(21) 2629-5367

## **EMPREENDER POR OPORTUNIDADE X EMPREENDER POR NECESSIDADE**

### **RESUMO**

Os resultados apresentados no relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para 2007 legitimam a inclinação empreendedora do brasileiro. O GEM é um relatório internacional bastante abrangente sobre a atividade empreendedora em um grande número de países do mundo, que é preparado em conjunto pela London Business School, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership e, no Brasil, pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), SEBRAE e IEL. No entanto, dos 7,5 milhões de brasileiros que empreendem, 41,6% não o fazem voluntariamente, mas por necessidade. Ao contrário do empreendedor que explora novas oportunidades, utiliza tecnologias de ponta e busca mercados internacionais, o empreendedorismo por necessidade não cria as condições necessárias ao crescimento sustentável e à geração da efetiva riqueza nacional.

Palavras-chave: empreendedorismo; inovação; criação de riqueza.

## **EMPREENDER POR OPORTUNIDADE X EMPREENDER POR NECESSIDADE**

### **RESUMEN**

Los resultados presentados en el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para el año 2007 legitiman empresarial inclinación de Brasil. El GEM es un muy completo informe internacional sobre la actividad empresarial en un gran número de países en el mundo, que es preparado conjuntamente por la London Business School, Babson College, Kauffman Centro de Liderazgo Empresarial y en Brasil, el Instituto Brasileño de Calidad y Productividad (IBQP), IEL y SEBRAE. Sin embargo, los 7,5 millones de brasileños que se comprometen, el 41,6% no lo hacen voluntariamente, sino por necesidad. Por el contrario, el empresario que explora nuevas oportunidades, utiliza alta tecnología y busca los mercados internacionales, el emprendedorismo por necesidad no crea las condiciones necesarias para un crecimiento sostenible y la generación efectiva de la riqueza nacional.

Palabras clave: iniciativa empresarial, la innovación, la creación de riqueza.

## **UNDERTAKEN BY TIMELINESS X UNDERTAKEN BY NEED**

### **ABSTRACT**

The results presented in the report of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) for 2007 legitimize entrepreneurial inclination of Brazilians. The GEM is a very comprehensive international report on the enterprise activity in a large number of countries in the world, which is prepared jointly by London Business School, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and the Brazilian Institute of Quality and Productivity (IBQP), SEBRAE and IEL in Brazil. However, the 7.5 million Brazilians that they undertake, 41.6% do not do it voluntarily, but because of necessity. Unlike the entrepreneur who explores new opportunities, high-tech search and international markets, the need for entrepreneurship does not create the necessary conditions to the sustainable growth and the generation of effective national wealth.

Key words: entrepreneurship, innovation, creation of wealth.

## **1. INTRODUÇÃO**

As várias concepções hoje existentes sobre o empreendedor demonstram o caráter rico e multifacetado desse ator: pessoa que assume riscos em condições de incerteza, fornecedor de capital financeiro, decisor, líder industrial, gestor ou executivo, dono de empresa, contratante, árbitro no mercado, entre outros. Estas distintas acepções geraram, muitas vezes, diferentes desdobramentos teóricos e abordagens empíricas (NAIR, PANDEY, 2006).

Duas visões, em particular, são de interesse no presente trabalho: compreender a motivação para a ação empreendedora. O empreendedor que empreende porque vislumbra uma oportunidade no mercado e o empreendedor que o faz pela necessidade de sobrevivência e os conseqüentes impactos dessas motivações diferenciadas.

Os resultados constantes do relatório brasileiro do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para 2007 apresentam uma taxa de atividade empreendedora de 12,7% ou seja, praticamente 13 em cada cem brasileiros adultos estão envolvidos com alguma atividade empreendedora. No entanto, os dados revelam o lado controverso do alto índice de empreendedorismo, que coloca o país entre os dez mais empreendedores. Dos 7,5 milhões de brasileiros que empreendem, 41,6% não o fazem voluntariamente, mas por necessidade. Mesmo considerando-se a função social que esse contingente exerce, o fato de contarmos com um esforço produtivo tão elevado entre os indivíduos que se aventuram pela via da sobrevivência pode ser uma das causas do baixo crescimento qualitativo da economia nacional, na qual não acontecem as transformações no sentido da inovação e da ruptura com o existente (SCHUMPETER, 1949). Não se criam - como acontece com o empreendedor que explora novas oportunidades, utiliza tecnologias de ponta e busca mercados internacionais - as condições necessárias ao crescimento sustentável e à geração da efetiva riqueza nacional.

## **2. O QUE É EMPREENDEDORISMO?**

O aumento da investigação sobre empreendedorismo acaba por ser um reconhecimento da importância que o fenômeno assume no desenvolvimento das economias, situação já sublinhada por Schumpeter (1949) a mais de cinquenta anos. A importância atribuída pela literatura a este fenômeno abrange três aspectos principais: a criação de emprego, a inovação e a criação de riqueza.

Palavra de origem francesa, “entreprende” ou “entrepreneur” literalmente significa “o intermediário”, aquele que está no centro ou no meio. Originalmente, estava relacionado com a atividade de um intermediário, aquele que fica “entre” o fornecedor e o mercado e que facilita o processo de troca (HINDLE, YECKEN, 2004). Neste sentido, o empreendedor é a pessoa que “faz acontecer”. A figura do empreendedor pode ser vista como a criadora: aquele que transforma uma troca em potencial em uma troca real, aquele sem o qual a transação poderia nunca ocorrer. No caso onde a demanda por um produto existe, mas o fornecimento não, o empreendedor pode criar o fornecimento e efetuar a troca. Em se tratando de tecnologias novas, o empreendedor pode mesmo ter que criar um mercado que ainda não existe.

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 materiais (SCHUMPETER, 1949).

Esse conceito engloba cinco casos:

- Introdução de um novo bem;
- Introdução de um novo método de produção;
- Abertura de um novo mercado;
- Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semi-manufaturados;
- Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria.

Schumpeter (1949), explicou os processos de expansão econômica no início da primeira metade do século XX, introduzindo o elemento empreendedor aos modelos econômicos vigentes que defendiam essencialmente o equilíbrio perfeito de mercado. Propôs que o empreendedor tem papel preponderante na criação e implementação de inovações tecnológicas e gerenciais, sendo dotado de características que proporcionam atitudes inovadoras que vem a quebrar o equilíbrio e a inércia do mercado, quando a partir da descontinuidade dos processos, geram períodos de prosperidade econômica. Apresenta-se um modelo de economia estática, no qual a atividade econômica se realiza essencialmente de maneira cíclica e idêntica, ou seja, com todos os agentes econômicos atuando de forma previsível na produção e consumo de bens.

Assim, Schumpeter caracterizou o empreendedor como elemento essencial, sem o qual não há prosperidade e riqueza no contexto econômico, principalmente pelo fato do empreendedorismo se destacar como uma das bases fundamentais para que se compreenda o processo da

criação de riquezas e ciclos de crescimento econômico. Analisando o fato de não considerar essencial o empreendedor possuir capital para ser investido na inovação a ser implementada, surge fortemente a figura do investidor de risco na pessoa dos capitalistas, ou do governo como agente fomentador de desenvolvimento, apostando no poder de inovação e superação de dificuldades, que são características do empreendedor. Na visão de Schumpeter uma resposta criativa pode mudar situações econômicas e sociais para melhor, ou seja, como diz a cultura japonesa que vê na crise uma fonte inesgotável de oportunidades (GUIMARÃES, 2002).

Filion (1999) lista como características dos empreendedores as seguintes: inovação, necessidade de realização, liderança, autoconsciência, riscos moderados, autoconfiança, independência, envolvimento a longo prazo, criatividade, tolerância a ambigüidade e incerteza, energia, iniciativa, tenacidade, capacidade de aprendizagem, originalidade, habilidade na utilização de recursos, otimismo, sensibilidade a outros, orientação para resultados, agressividade, flexibilidade, tendência a confiar nas pessoas, habilidade para conduzir situações e dinheiro como medida de desempenho.

A capacidade de inovação é um instinto que distingue os seres humanos dos outros animais. Este instinto pode ser observado através da história, desde a construção das pirâmides até as expedições ao planeta Marte. Enquanto as ferramentas mudaram em função da inovação tecnológica, a capacidade de inovar esteve sempre presente em todas as civilizações, proporcionando invenções como a roda e a luz elétrica, sendo portanto, uma conjunção de características pessoais, administrativas e econômicas (NAKASHIMA, 2002).

Para ser empreendedor, é preciso ser perseverante, ter postura otimista, correr riscos calculados, não desistir facilmente. Empreender tem muitos significados, mas um deles certamente é reconhecer que há problemas e obstáculos e assumir a tarefa de superá-los. Esse é o retrato do brasileiro, que de novo confirma seu perfil empreendedor em mais uma pesquisa GEM 2007 que apresenta o Brasil em nono lugar num ranking de 42 países, mas com alguns destaques, conforme ressalta o levantamento: desde o início da pesquisa, há seis anos, a taxa de empreendedorismo do brasileiro tem sido sempre superior a 10, com uma média de 12,83, uma das mais dinâmicas do mundo. Outro dado relevante é o de que, entre os integrantes do BRIC (Brasil, Rússia, China e Índia), ficamos atrás somente da China, o que é facilmente explicável pela explosão da economia chinesa.

O panorama extremamente positivo do empreendedorismo no país reforça a necessidade de se estabelecer uma política pública abrangente e eficaz para os pequenos negócios, grandes geradores de renda e ocupação. Em vigor a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, cria um ambiente favorável aos empreendimentos de menor tamanho. Tão importante, porém, quanto os inovadores dispositivos da legislação em si, é que o espírito da lei - de tratamento favorecido, diferenciado e simplificado aos pequenos contage as pessoas e as instituições, públicas e privadas.

O Brasil, como em anos anteriores, demonstrou a grande capacidade empreendedora de sua população ao atingir uma taxa de empreendedores em estágio inicial de 12,72. Esse valor o posiciona na 9ª colocação entre os 42 países que participaram da pesquisa do GEM de 2007. O valor da taxa de empreendedores em estágio inicial para 2007 é muito semelhante à média dos últimos sete anos de participação do Brasil, que é de 12,83. Ao se comparar esse valor à média da taxa para os países que participaram de 2001 a 2007, pode-se observar que a taxa média brasileira permanece sistematicamente acima da média mundial. Ou seja, a população brasileira é em média 87,61% mais empreendedora do que o grupo de países que participaram de todas as edições da Pesquisa GEM de 2001 a 2007.

**TABELA 1 – Painel de evolução dos empreendedores iniciais entre 2001 e 2007 por grupos de países**

Grupo de Países / Países	Ano						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Brasil	14,20	13,53	12,90	13,55	11,32	11,65	12,72
<b>Membros do G7</b>							
Reino Unido	7,80	5,37	6,36	6,19	6,22	5,77	5,53
Estados Unidos	11,61	10,51	11,94	11,33	12,44	10,03	9,61
Itália	10,16	5,90	3,19	4,32	4,94	3,47	5,01
Japão	5,19	1,81	2,76	1,48	2,20	2,90	4,34
França	7,37	3,20	1,63	6,03	5,35	4,39	3,17
<b>BRIC</b>							
Rússia	6,93	2,52	--	--	--	4,86	2,67
China	--	12,34	11,59	--	13,72	16,19	16,43
Hong Kong	--	3,44	3,23	2,97	--	--	9,95
Índia	11,55	17,88	--	--	--	10,42	8,53
<b>Sul-Americanos</b>							
Uruguai	--	--	--	--	--	12,56	12,21

Venezuela	--	--	27,3 1	--	25,0 0	--	20,1 6
Argentina	11,11	14,15	19,7 0	12,8 4	9,49	10,2 4	14,4 0
Chile	--	15,68	16,8 7	--	11,1 5	9,19	13,4 3
Colômbia	--	--	--	--	--	22,4 8	22,7 2
Peru	--	--	--	40,3 4	--	40,1 5	25,8 9

Fonte: Relatório brasileiro do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* 2007

## 2.1 Sociedade Empreendedora

Toda geração precisa de uma nova revolução. Foi a conclusão de Thomas Jefferson perto do fim de sua longa vida. Seu contemporâneo, Goethe, o grande poeta alemão, apesar de ser um arqui-conservador, exprimiu o mesmo sentimento através de versos em sua velhice. (DRUCKER, 1987).

Transformar o panorama atual através de uma revolução consciente e madura através de ações concretas é o desejo de todos nós. Precisamos de uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendedorismo sejam estimulados em todos os vetores sociais. Em uma economia movida pelas grandes empresas e pelo Estado, nada mais natural do que formar empregados. No entanto, este modelo, dirigido à criação de empregados para grandes empresas, cumpriu sua missão. Esgotou-se, diante das profundas alterações nas relações de trabalho e na produção. Ao ter seu eixo deslocado para os pequenos negócios e o auto-emprego, as sociedadesse vêm induzidas agora a formar empregadores, pessoas com uma nova atitude diante do trabalho e com uma nova visão de mundo (DOLABELA,1999). A inovação e o espírito empreendedor são, portanto, necessários na sociedade tanto quanto na economia; na instituição de serviço público tanto quanto em empresas privadas. E precisamente porque a inovação e o empreendimento não constituem algo radical, mas um passo de cada vez, um produto aqui, uma diretriz lá, um serviço público acolá; são enfocados nesta oportunidade e naquela necessidade; o empreendimento é pragmático e não dogmático, e se propõe manter qualquer sociedade, economia, indústria, serviços públicos, ou empresas, flexíveis e auto-renovadoras. O espírito empreendedor e a inovação realizam o que Jefferson esperava realizar por meio de uma revolução em cada geração, e eles fazem isso sem derramamento de sangue, guerra civil, ou campos de concentração, sem



catástrofe econômica, deliberadamente, com direcionamento, e sob controle (DRUCKER, 1987).

## **2.2 A importância do empreendedorismo para a sociedade**

A importância das micro, pequenas e médias empresas na economia de qualquer país é inegável. Estas empresas são responsáveis pela geração de grande parte dos empregos formais e informais, de uma fração importante das exportações e do PIB de um país.

exportações brasileiras (SEBRAE, 1998-2006) tiveram, em 2006, mais um ano de ótimo desempenho, tendo crescido 16,3% em relação ao ano anterior, alcançando o montante de US\$ 137,6 bilhões. Foi o quarto ano seguido de forte crescimento, acumulando no período uma alta de 22,9% a.a. Entretanto, pelo segundo ano consecutivo, registrou-se uma queda do número total de empresas exportadoras, que se reduziu para 19.956 firmas, com queda de 2,6% em relação a 2005. Naquele ano, já se havia registrado uma queda da mesma magnitude em relação a 2004, ano em que o número de empresas exportadoras do país atingiu seu pico histórico: 21.031 firmas. A redução do número de empresas exportadoras atingiu de forma especial as micro e pequenas empresas (MPE). Em 2006, foram identificadas 12.998 firmas exportadoras desse porte, o que representou queda de 4% comparativamente a 2005 – considerando-se que, naqueles anos, já se havia registrado uma redução de 4,4% em relação a 2004. Na verdade, o último bienio testemunhou uma inversão da tendência observada desde 1999. Desde aquele ano, vinha-se registrando um aumento firme e sustentado do número de MPE exportadoras, que passaram de 8.854 em 1998 para recorde de 14.154 em 2004, com crescimento mais de duas vezes superior ao do número de firmas médias e grandes. Mesmo assim, o valor total exportado por essas empresas cresceu em 2006: +2,4% nas microempresas, atingindo o montante de US\$ 148,5 milhões, e 6,1% nas pequenas, com US\$ 1,76 bilhões. O desempenho dessas firmas, contudo, foi bastante modesto em comparação com o das empresas de maior porte. As exportações das grandes firmas, por exemplo, cresceram 12,7%, com um montante superior a US\$ 100 bilhões. Nos anos anteriores o crescimento das exportações das MPE também havia sido inferior ao das demais, mas a diferença de desempenho acentuou-se claramente em 2006. Em consequência, a participação das MPE no total das exportações brasileiras vem caindo continuamente nos últimos anos.

Após atingir um pico de 2,3% em 1999, elas passaram a representar apenas 1,4% em 2006.

No número total de empresas exportadoras, as MPE representaram 65%, também inferior ao registrado em anos anteriores. Como fato mais positivo destaca-se o crescimento do valor médio exportado por essas firmas nos anos recentes. Entre 2005 e 2006, o crescimento foi de 5,8% entre as microempresas, alcançando US\$ 24,9 mil, e de 11,3% entre as pequenas, chegando a US\$ 250 mil. Esse movimento representa a continuidade do que se verificou entre 2002 e 2005, quando o valor médio exportado pelas MPE cresceu a taxas anuais semelhantes às registradas em 2006 – e contrastando com as quedas verificadas nos anos entre 1998 e 2002.

### **2.3 Transformações das Relações de Trabalho**

A transição do modelo fordista para o modelo flexível, sustentada pela descentralização e horizontalização das relações de produção, resulta no processo de reestruturação produtiva em busca do aumento da produtividade com conseqüentes efeitos sobre o mercado de trabalho. A reestruturação produtiva iniciada nos anos 80, acompanhada por intensa integração dos mercados, crise fiscal dos estados nacionais e movimento de descentralização e horizontalização, impacta sobre o mercado de trabalho, gerando um contingente de trabalhadores que buscam formas alternativas de geração e manutenção do emprego e da renda familiar. Esse é o caso de uma parcela importante dos empreendedores encontrados na pesquisa GEM que são caracterizados como empreendedores por necessidade, caso relevante principalmente para os países em desenvolvimento.

Dos trabalhadores em postos formais de emprego, exige-se um novo perfil, agregando-se às funções dos empregados assalariados tradicionais novas qualificações para o trabalho e esse perfil se assemelha ao perfil do empregador, ou seja, ele se torna um empreendedor dentro da organização em que atua (intra-empendedor). Destacam-se como atributos do intra-empendedor a capacidade de criar, intervir e inovar, refletida em próatividade orientada para resultados, capacidade de escolher alternativas, responsabilidade em tomar decisões e controle e gestão de informações. Esse trabalhador agora também assume o risco do negócio ao ter parte do seu salário vinculada a metas e resultados da empresa (LAZZARATO; NEGRI, 2001).

Para os trabalhadores que não encontram postos suficientes no mercado formal de trabalho, duas alternativas se apresentam. Primeiramente a horizontalização e a descentralização proporciona, ao grupo de trabalhadores mais qualificados, oportunidades para o trabalho autônomo e para microempresários. Esses empreendedores buscam oportunidades de investimento em novas atividades no mercado ou vinculam-se às grandes empresas estabelecidas por meio da terceirização e da prestação de serviços, ou ainda buscam lacunas de mercado em atividades inovadoras com maior valor agregado. Esses indivíduos possuem maior nível de escolaridade, são empreendedores formalizados em empresas e com acesso aos benefícios sociais, representantes da classe média e profissionais com experiência anterior de trabalho, mas também abrangem jovens com elevado nível de formação que não encontram emprego no setor formal.

Outra face é a formação de um exército de trabalhadores em busca de alternativas precárias de trabalho tanto nas condições de sem registro como de assalariados informais. Esse tipo de empreendedorismo é movido pela necessidade, ou seja, esses trabalhadores excluídos do mercado formal buscam alternativas de geração de renda não por vocação ou por serem empreendedores do tipo schumpeteriano, mas porque buscam saídas para as adversidades da pobreza e da exclusão. Os empreendedores informais são proprietários de microempresas e/ou dedicam-se a atividades de prestação de serviços que atendem a pessoas físicas, como, vendedores ambulantes, *motoboy*s, trabalhadores da construção civil, cabeleireiros, manicuras, donas de casa que buscam complementar a renda familiar com habilidades domésticas etc.

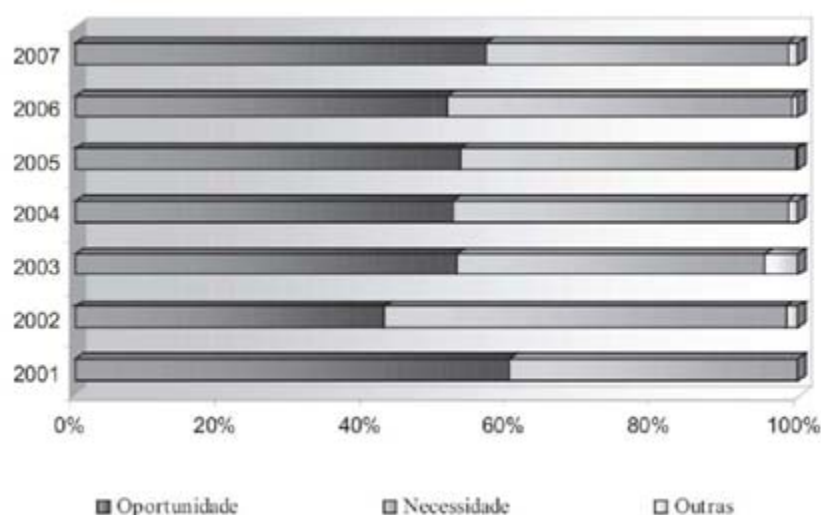
Segundo Relatório do Banco Mundial (2007), as características mais intimamente relacionadas a esse tipo de empreendedor são de proprietários de microempresas com menos de dez empregados, nível de escolaridade abaixo do nível médio, que se vinculam às atividades de construção civil, agricultura, comércio varejista e transporte. Os jovens nessa categoria são predominantemente trabalhadores informais, e os trabalhadores mais experientes são em grande parte autônomos e mulheres casadas com filhos.

## **2.4 Empreender por necessidade x oportunidade**

O Brasil é notório por sua desigualdade social, que, embora tenha apresentado melhora nos tempos recentes, ainda é uma das mais acentuadas do mundo. Essencialmente, a maior participação de empreendedores por oportunidade sinaliza que o ambiente econômico está favorável. A figura 1 evidencia primeiramente que, após o choque abrupto em 2001 sobre economia mundial, inclusive a brasileira, cresceu acentuadamente a atividade empreendedora por necessidade em proporção à atividade empreendedora total. A partir dessa ruptura, as oportunidades de negócio se restabeleceram paulatinamente no Brasil. A quebra se mostra pela queda da atividade empreendedora por oportunidade de 59,97% em 2001 para 42,75% em 2002.

A partir de 2003, a atividade retoma o crescimento ano a ano, até atingir em 2007 o valor de 56,84% da população total empreendedora no Brasil. Quando são analisadas as razões principais que levam o empreendedor a buscar uma oportunidade, pode-se admitir que o empreendedor genuinamente motivado por oportunidade é aquele que a persegue com o intuito de obter independência ou aumento de renda pessoal. A partir desse filtro analítico, seria de 39% a proporção de empreendedores por oportunidade no Brasil em 2007. A diferença em relação aos 56,8% de empreendedores por oportunidade mencionada antes refere-se ao contingente de empreendedores que indicam razões de busca pela oportunidade diferentes das citadas.

**FIGURA 1 – Evolução das proporções de empreendedores por motivação – Brasil 2001 a 2007**



FONTE: Pesquisa GEM 2007

### 3. SUGESTÕES DE LEITURA

A área de ensino de empreendedorismo já conta com inúmeras publicações no Brasil e, embora de forma não exaustiva, algumas publicações são sugeridas no quadro 1. Os livros de Fernando Dolabela merecem destaque especial pelo entusiasmo com que escreve e pelos caminhos que aponta.

### **Quadro 1 – Sugestões de leitura na área de empreendedorismo**

“Oficina do Empreendedor” de Dolabela, apresenta uma metodologia para o ensino do empreendedorismo com uma série de exercícios, sugestões e programas de cursos.

“Pedagogia Empreendedora” que trata do ensino de empreendedorismo na educação básica voltado para o desenvolvimento social sustentável.

“O Segredo de Luísa” de Dolabela, é um romance que narra a estória de Luísa que quer montar uma empresa,mas não sabe por onde começar. Um amigo então passa a lhe ensinar muitas coisas sobre administração, até que ela consegue montar uma fábrica de goiabada. Através deste romance Dolabela ensina ao leitor muitas lições de empreendedorismo. “Boa Idéia! E agora? Plano de Negócio, o caminho mais seguro para criar e gerenciar sua empresa” de Dolabela e Filion (Ed. Cultura, São Paulo, 2000), coletânea coordenada por Louis Jacques Filion e Fernando Dolabela.

“Tchau Patrão” (Ed. SENAC-MG, 2003), de Eder Luiz Bolson, é dirigido para aqueles que querem iniciar seu próprio negócio.

SEBRAE oferece um curso gratuito pela Internet chamado “Iniciando um Pequeno Grande Negócio” onde se aborda o perfil do empreendedor, identificação de oportunidades, análise de mercado, concorrentes, fornecedores, análise financeira, entre outros.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX (TIMMONS; SPINELLI, 2004).

A proposição do estudo GEM Brasil 2003 foi que a educação deve ter um destaque especial, merecendo diversas menções, que vão desde a melhoria geral no sistema de ensino, até a introdução de disciplinas e conteúdos específicos de empreendedorismo, principalmente na educação secundária e superior, capazes de formar uma cultura empreendedora na busca sistemática e estratégica de oportunidades

no mercado, capaz de alavancar criação de emprego, inovação e criação de riqueza, nomeadamente para o desenvolvimento regional.

## REFERÊNCIAS

DOLABELA, Fernando. A Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, (1999).

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios; tradução de Carlos Malferrari. 2a ed. São Paulo: Pioneira, 1987.  
Empreendedorismo no Brasil: 2007 / Carlos Artur Krüger. Passos *et al.* Curitiba: IBQP, 2008.167p.

FILION, L.J. Revista de Administração de Empresas FGV 2000, 7,2.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo v.34 n.2 p 05 – 28. abril – junho 1999.  
GUIMARÃES, Liliane de Oliveira. A Experiência Norte-Americana na Formação de Empreendedores – Contribuições das Universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College. São Paulo: EAESP/FGV, 2002.

<http://www.sebrae.br>, acessada em julho de 2008.

[http://www.gemconsortium.org/download/1217177381891/GEM\\_2007\\_Executive\\_Report.pdf](http://www.gemconsortium.org/download/1217177381891/GEM_2007_Executive_Report.pdf)

[http://www2.rn.sebrae.com.br/uploads/pesquisa\\_gem\\_2003.pdf](http://www2.rn.sebrae.com.br/uploads/pesquisa_gem_2003.pdf)

<http://siteresources.worldbank.org/INTLACBRAZILINPOR/Resources/InformalidadeResumo.pdf>

HINDLE, K.; YECKEN, J. Technovation 2004, 24, 793.

LAZZARATO, M., NEGRI, A. *Trabalho imaterial*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

NAIR, K. R.G.; PANDEY, A. Characteristics of entrepreneurs : an empirical analysis. Journal of Entrepreneurship, v. 15, n. 1, p. 47-61, 2006.

AKASHIMA, Norio. Gestão do Empreendedorismo como Fonte de Vantagem Competitiva. São Paulo: EAESP/FGV, 2002.

SCHUMPETER, Joseph A. “The theory of economic development”, trad. de Redvers Opie, Harvard University Press, Cambridge, 1949.

TIMMONS, Jeffrey & SPINELLI, Stephen. New venture creation: entrepreneurship for the 21<sup>st</sup> century. Boston: Irwin McGraw Hill, 6a edição, 2004