

O JOVEM E O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE?

THE YOUNG AND THE ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL: OPPORTUNITY OR NECESSITY?

Denilson Aparecida Leite Freire ¹

RESUMO

Este é um estudo de revisão bibliográfica sistemática que mostra a importância do jovem na composição do empreendedor brasileiro. Tem como objetivo analisar de que forma os jovens se inserem no contexto empreendedor. A busca foi realizada em vários documentos, tendo a pesquisa GEM 2008, publicada em 2009, como documento base. Foram, também, consultadas outras fontes relacionadas ao assunto, como as da organização internacional do trabalho - OIT, instituto brasileiro da qualidade e produtividade - IBQP, instituto brasileiro de geografia e estatística - IBGE, entre outras. Não houve critérios de exclusão, todo material foi avaliado. O artigo revelou a necessidade de se buscar o empreendedorismo de oportunidade e a importância das escolas brasileiras na formação desses jovens, atuando como impulsionadoras deste tipo de empreendedorismo.

Palavras-chave: Jovem Empreendedor. Empreendedorismo. Jovem e Relações de Trabalho.

ABSTRACT

This is a systematic literature review that shows the importance of the composition of the young Brazilian entrepreneur. Aims to examine how young people are part of the entrepreneur. The search was carried out in various documents, and the GEM 2008 research, published in 2009, as document base. He was also consulted other sources related to the subject, such as the international organization of work - OIT, Brazilian institute of quality and productivity - IBQP, Brazilian Institute of Geography and Statistics - IBGE, among others. There were no exclusion criteria, all material was evaluated. The article revealed the ne-expanding need to seek entrepreneurial opportunities and importance of Brazilian schools to training the young, acting as a driving this type of entrepreneurship.

Keywords: Young Entrepreneur. Entrepreneurship. Youth and Labor's Relations.

¹ Mestre em Administração pela Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo. Professor do curso de Administração do Centro Universitário Izabela Hendrix, Belo Horizonte/MG. E-mail: denilson.freire@metodistademinas.edu.br.

INTRODUÇÃO

Estudos sobre o empreendedorismo constituem-se em fértil campo de temas de pesquisas dentro das ciências humanas e sociais. O enfoque sobre a participação dos jovens na composição de empreendedores de um determinado país pode trazer novos olhares a estes estudos. Sabe-se que as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário gerencial e sindical, e de articular a vida no trabalho, historicamente são diferentes para jovens e adultos.

Segundo o relatório da O.I.T - Organização Internacional do Trabalho - “Tendências Mundiais de Emprego”, publicado em 2010 com os dados referentes a 2009, o número de desempregados no mundo atingiu cerca de 212 milhões de pessoas em 2009 na sequência de um aumento sem precedentes de 34 milhões de trabalhadores, quando comparado com 2007.

Tomando como base as estimativas econômicas do FMI, a OIT estima que o desemprego manter-se-á em um nível alto ao longo de 2010. Nos países desenvolvidos e na União Européia, espera-se que outras 3 milhões de pessoas fiquem sem trabalho neste ano.

O relatório também assinala que o número de jovens desempregados no mundo aumentou em 10,2 milhões em 2009, o maior aumento registrado desde 1991. Segundo a pesquisa mensal de emprego do IBGE (2010), a taxa de jovens é geralmente mais alta porque falta qualificação e experiência, dificultando a inserção no mercado de trabalho.

Com 45 milhões de mulheres e homens jovens ingressando anualmente no mercado de trabalho em nível mundial, as medidas de recuperação devem apontar para a criação de empregos, diz o relatório. Mas, na realidade, o que se percebe é que novos empregos não garantirão o acesso de todos os jovens, por este motivo muitos vêm no empreendedorismo uma forma de se inserirem no mercado de trabalho.

Contudo essa inserção se dá mais por oportunidade ou necessidade? Segundo a definição do GEM (2010), empreendedor por necessidade é aquele que é motivado pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda. Já o empreendedor por oportunidade é aquele que percebe um nicho de mercado em potencial e tenta ocupá-lo.

Como se pode observar, os estudos sobre o jovem no empreendedorismo se tornam um desafio, porque envolve tratar das relações culturais e sociais que atravessam o mundo do trabalho e de negócios.

Este artigo propõe analisar a inserção dos jovens no contexto empreendedor através de uma revisão sistemática de literatura, utilizando-se do método

denominado de Análise de Conteúdo. Este método, segundo Severino (2002), consiste em um conjunto de técnicas de análises que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores quantitativos ou qualitativos que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção dessas mensagens.

Para tanto, procedeu-se um minucioso levantamento bibliográfico das publicações científicas nacionais e internacionais sobre o tema, por meio de buscas nos bancos de dados do G.E.M (2009), da Organização Internacional do Trabalho - O.I.T (2009), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), entre outras. A busca resultou em referências que abordaram, com especificidade, os quesitos em estudo, sendo encontradas através das palavras *jovem empreendedor*, *empreendedorismo juvenil*, *jovens e relações de trabalho* como utilizadas como descritores nas buscas. Utilizou-se da pesquisa do G.E.M (*Global Entrepreneurship Monitor*) do ano de 2008 como documento de referência.

A pesquisa GEM foi estruturada como um instrumento de avaliação do papel do empreendedorismo como elemento propulsor do crescimento econômico. Utilizando-se de coletas anuais, o levantamento por dados relevantes para o empreendedorismo constitui o principal objetivo do GEM. A pesquisa traz informações de modo a possibilitar a comparação entre os países a respeito da atividade empreendedora nacional, determinar qual o papel da atividade empreendedora no crescimento econômico, além de facilitar políticas que possam ser eficazes no incremento dos negócios.

Para a fundamentação teórica deste trabalho são apresentados os construtos sobre o empreendedorismo e sua evolução até os dias atuais. Em seguida, aprofundam-se as reflexões sobre a teoria visionária proposta por Filion (1999), buscando uma relação desta para com o empreendedorismo de necessidade e, posteriormente, apresenta-se a metodologia utilizada, seguida da apresentação e discussão dos resultados e, finalmente, das considerações finais.

1 REVISÃO DE LITERATURA

A fim de fundamentar as questões propostas neste trabalho, faz-se necessário visitar os conceitos sobre empreendedorismo, aprofundados na teoria empreendedora proposta por Filion (1999) e, por fim, correlacionar essa teoria ao construto de oportunidade.

1.1 EMPREENDEDORISMO

Para Baron e Shane (2007), definições são sempre traiçoeiras e para uma área nova como o

empreendedorismo a tarefa se torna ainda mais complexa.

Por ser um campo novo de saber, conforme afirma Dolabela (1999), de apenas duas décadas, considera-se que ainda está em fase pré-paradigmática e que demorará muitos anos para atingir uma base científica, apesar de ser, hoje, um campo fértil de pesquisas e publicações.

Segundo Dolabela (1999), o empreendedorismo é um neologismo originado da tradução da palavra *entrepreneurship*, palavra francesa utilizada no início do século XII e que designava aquele que incentivava brigas. Já no século XVIII passou a indicar o indivíduo que criava e conduzia projetos e empreendimentos. Hoje é utilizado para caracterizar os estudos referentes ao empreendedor, ao seu perfil, os seus sistemas de atividades e seu universo de atuação.

Historicamente, duas correntes de pensamento acerca do empreendedorismo se firmaram dentre as diversas teorias: os economistas e os comportamentalistas, segundo Dolabela (1999).

Na vertente economista, dois expoentes, Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803) dedicaram as suas pesquisas à criação de novos negócios e ao seu gerenciamento. Para Cantillon, o termo referia-se a pessoas que compravam matérias-primas e as vendiam a terceiros, identificando-se, assim, uma oportunidade de negócios e assumindo riscos.

Já para Say (1803) o empreendedor era alguém que inovava e era agente de mudanças, ainda hoje condizente com as concepções atuais sobre o tema. Contudo, não foram esses autores a consagrar esse estudo. Foi com Schumpeter (1934) que o tema passou a ganhar projeção, apontando o empreendedor como alguém que, além de inovar, é capaz de disparar e explicar o desenvolvimento econômico.

Na visão comportamentalista, os autores estavam mais preocupados com o que leva alguns indivíduos a empreender. Alguns autores podem ser citados, tais como Max Weber (1930) que recorreu aos sistemas de valores para explicar o comportamento empreendedor, David McClelland (1955) que percebeu na história o motivo para a existência das grandes civilizações, que se dá pelos heróis nacionais que se tornam modelos (empreendedores) para as futuras gerações, e outros pesquisadores que tentaram utilizar os traços comportamentais e de personalidade para explicar o empreendedorismo.

Para Dolabela (1999), o empreendedorismo está avançando para além das tendências econômicas e comportamentalistas, pois muitos pesquisadores estão

fazendo suas pesquisas de acordo com a sua cultura, sua metodologia e lógica do seu campo de estudo original.

Existem, hoje, estudos sobre o tema em diversas áreas e campos de saber, tais como:

- características comportamentais dos empreendedores;
- características econômicas e demográficas de pequenos negócios;
- processo empreendedor;
- empresas de alta tecnologia e incubadoras e parques tecnológicos;
- políticas governamentais para a área;
- educação empreendedora;
- estudos culturais comparativos, dentre outros.

Contudo, segundo Dolabela (1999), apesar dos diferentes usos pode-se observar que as definições feitas pelos especialistas de uma mesma área apresentam grande consenso. Desta forma, os economistas viam os empreendedores associados à inovação e ao seu papel no desenvolvimento econômico; os comportamentalistas deram aos empreendedores características tais como criatividade e persistência. Hoje, engenheiros de produção veem nos empreendedores bons distribuidores e gerentes, financista definem o empreendedor como alguém capaz de calcular riscos, e assim por diante.

Diante da diversidade de conceitos, torna-se necessária a construção de um construto norteador para uma determinada pesquisa. Atentando-se aos estudos de Filion (1999) que estabeleceu uma teoria visionária, o empreendedor pode ser mais facilmente compreendido.

Para Filion (1999, p.16), o empreendedor “é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza suas visões”. Essa definição, segundo Dolabela (1999), torna-se mais simples, pois, além de conceituar com simplicidade o que é empreendedor, se preocupa com seu sistema de atividades, estudando como o empreendedor realiza o seu empreendimento.

Com Filion, a definição do empreendedor ganha foro próprio e distancia-se do lugar-comum dos perfis traçados por outros pesquisadores, que não chegam a distinguir claramente o empreendedor de personagens de sucesso em outras áreas, como política, religião, atividades públicas, etc (DOLABELA, 1999, p. 75).

Desta forma, a definição de Filion (1999) é a que norteará os estudos analisados neste artigo.

1.2 TEORIA VISIONÁRIA DE FILION

Filion (1999) identifica a visão como ponto inicial para entender sua teoria. Para ele, “a visão é uma imagem, projetada no futuro, do lugar que se quer ver ocupado pelos seus produtos no mercado, assim como a imagem projetada do tipo de organização necessária para consegui-lo” (DOLABELA, 1999, p. 76).

Segundo Dolabela (1999), Filion identifica três categorias de visão: emergente, central e complementar conforme podem ser visualizadas na Figura 1 - Três Categorias de Visão.

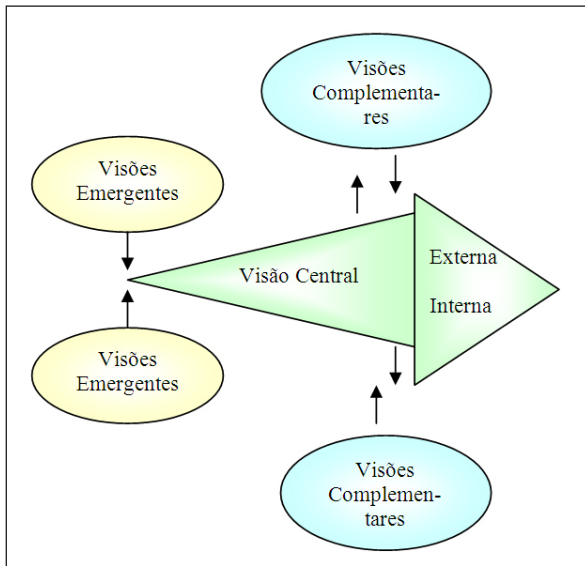


Figura 1 - Três Categorias de Visão
Fonte: Dolabela (1999, p. 76)

A visão emergente é o conjunto de ideias de produtos ou de serviços que o empreendedor pretende lançar; a visão central se constitui como resultado de uma ou mais visões emergentes. A visão central se subdivide em externa, ou seja, o lugar que se quer ver ocupado pelo produto e/ou serviço no mercado e a interna que se traduz no tipo de organização que irá se constituir. As visões complementares compreendem as atividades de gestão definidas para sustentar a realização da visão central, segundo Filion (1991).

Esse autor ainda identificou alguns elementos que funcionam como suporte à formação da visão, que são:

- Conceito de si: consiste na autoimagem, isto é, a forma segundo a qual a pessoa se vê, pois, segundo o autor, as pessoas só realizam algo quando se julgam capazes de realizá-lo;
- Energia: diz respeito à qualidade e quantidade de tempo dedicado ao trabalho. Essa energia é influenciada pelos valores e pelo conceito de si;

- Liderança: que dá ao empreendedor maior capacidade de estabelecer e de tornar concreta sua visão;
- Compreensão do setor: significa saber como são estruturadas e como funcionam as empresas em um determinado ambiente;
- Relações: para o autor, a primeira motivação para empreender decorre das relações primárias ou familiares, e em seguida são influenciadas pelas relações secundárias (amizades e conhecidos) e terciárias que ocorrem nos contatos com grupos de interesses, através de cursos, viagens, exposições etc;
- Espaço de si: que consiste no espaço psicológico de cada um. Um espaço de si amplo favorece a originalidade, a flexibilidade e a tolerância ao erro, já o espaço restrito favorece o pensamento linear, à imposição de maneiras de ser e agir e à punição ao erro.

Na percepção de Filion (1991), são esses os elementos que possibilitam a formação das visões emergentes e complementares que orientam a formação da visão central.

1.3 A TEORIA DA VISÃO E OPORTUNIDADE

Segundo Filion (1999), a identificação de oportunidades tem um papel fundamental na atividade empreendedora. Dolabela (1999), revisando a teoria de Filion (1991), esclarece que dentre os atributos fundamentais de um empreendedor está “a capacidade de identificar, agarrar e buscar os recursos para aproveitar uma oportunidade” (DOLABELA, 1999, p. 87).

Para este autor, a oportunidade pode ser definida como uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação. Contudo, essa identificação torna-se uma armadilha, principalmente para o jovem empreendedor, pois “a ideia pode constituir uma armadilha para o jovem empreendedor. Toda boa ideia é gerada em estado de paixão, mas, por isso mesmo, muitas vezes faz com que seu criador não tenha o distanciamento para avaliá-la” (DOLABELA, 1999, p. 88).

Desta forma, deve-se advertir ao jovem empreendedor, segundo o autor, e orientá-lo que somente deva abrir uma empresa se for capaz de provar a si mesmo que sua visão tem alto potencial de sucesso.

Tanto Filion (1999) quanto Dolabela (1999) defendem, assim, a ideia do empreendedorismo de oportunidade em detrimento ao empreendedorismo

de necessidade, no qual o empreendedor se lança no mercado não por que vislumbrou uma boa idéia, mas por que tem que buscar formas de sobreviver e vê, na abertura de negócios, uma forma de conseguir dinheiro para suprir suas necessidades.

Se há riscos no empreendedorismo de oportunidade, no de necessidade constatam-se as mais altas taxas de fracasso, muito devido à falta de identificação do empreendedor com o negócio, da falta de experiência e da falta de conhecimentos gerenciais necessários, de acordo com Dolabela (1999).

2 METODOLOGIA

O estudo partiu de uma pesquisa bibliográfica, através da revisão sistemática de literatura realizada nas fontes documentais existentes. Essa metodologia é um recurso importante da prática baseada em evidências, que consiste em uma forma de síntese dos resultados de pesquisas relacionados com um problema específico, segundo Sampaio e Mancini (2007).

Utilizou-se uma das técnicas do método de Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (2000), a Análise Temática, que consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação, cuja presença ou frequência signifiquem algo para o objeto analítico estudado. Para este autor, a técnica consiste na classificação, através da categorização de expressões-chave ou palavras significativas em função das quais o conteúdo pode ser organizado.

Trata-se, portanto, segundo Sampaio e Mancini (2007), de um estudo retrospectivo secundário que identifica, seleciona e avalia criticamente estudos primários, transformando a informação em conhecimento, onde se ponderam erros e acertos destes estudos já realizados, fazendo-se um novo material a ser pesquisado.

A pesquisa foi realizada com base documental no relatório do GEM (2009) e em sites como: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP, Organização Internacional do Trabalho - OIT, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, entre outros. Nas buscas, os seguintes descritores, em língua portuguesa, foram considerados: “jovem”, “empreendedorismo”, “relações de trabalho”, “empreendedorismo de oportunidade”, “empreendedorismo de necessidade”.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Os dados fornecidos pela pesquisa recriam o contexto no qual se inserem os jovens empreendedores. Primeiramente, faz-se necessário uma análise de como

esse contexto se configura em relação ao mercado de trabalho e, em seguida, em relação à inserção na atividade empreendedora.

3.1 O JOVEM E O MERCADO DE TRABALHO

Segundo a Organização Internacional de Trabalho - OIT, em seu relatório anual “Tendências Mundiais de Emprego”, em 2009, a taxa de desemprego juvenil em nível mundial aumentou em 1,6 ponto percentual e chegou a 13,4 por cento em comparação com 2007. O número de jovens desempregados no mundo aumentou em 10,2 milhões, o maior aumento registrado desde 1991, quando começou-se a computar este tipo de estatística em nível global.

Outro relatório organizado pela OIT em parceria com o Conselho Nacional de Juventude intitulado de “Trabalho Decente e Juventude no Brasil” em 2009, mostra que a taxa de desemprego entre jovens no Brasil é 3,2 vezes superior à registrada entre adultos. Por meio da análise de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2006 e atualizados em 2008, o levantamento constatou que o índice de desemprego entre brasileiros de 15 a 24 anos é de 17,8% em relação aos 22,2 milhões de jovens economicamente ativos, ou seja, ocupados ou que procuram por uma oportunidade profissional.

O relatório demonstra que a taxa de desemprego entre os jovens é agravada por variáveis como sexo e raça. Entre as mulheres, a desocupação chega a 23%, porcentagem superior aos 13,8% observados entre os homens. Já entre os homens que se reconhecem como brancos, a taxa é de 18,7%, inferior à observada entre os que se dizem negros (23%).

Outro dado relevante do relatório demonstra que as maiores taxas de desocupação entre jovens estão nas Regiões Sudeste (20,3%), Centro-Oeste (17,7%) e Nordeste (16,7%). Quando levadas em conta as unidades da Federação, o desemprego juvenil é mais elevado no Rio de Janeiro (26%) e no Distrito Federal (25,6%). As menores taxas foram registradas no Piauí (8,6%) e em Santa Catarina (11,3%).

Além da maior incidência de desemprego entre os jovens, o relatório da OIT constatou que quase um terço dos profissionais da faixa etária entre 15 e 24 anos não tem carteira de trabalho assinada (31,4%). Enquanto a taxa de desemprego das pessoas com 25 anos ou mais subiu de 4,3% para 5,6% (alta de 32%), a dos jovens cresceu de 11,7% para 17,9% (alta de 53%). (CEPAL/PNUD/OIT, 2008), conforme pode ser visto no Quadro 1.

	1992	2006
Na população de 16 anos ou mais	26,3	23,1
Na população economicamente ativa de 16 anos ou mais	26,5	22,4
No total de ocupados de 16 anos ou mais	25,0	20,1
Taxa de participação dos jovens (PEA/PIA) de 16 a 24 anos	69,7	67,9
Jovens estudantes em % do total de jovens de 16 a 24 anos	30,7	42,3

Quadro 1 - Participação dos jovens de 16 a 24 anos no mercado de trabalho e no estudo - Brasil, 1992 e 2006 (em %)
Fonte: IBGE/PNAD (2008)

Segundo Dolabela (1999), muitos destes jovens vêm no empreendedorismo uma chance de se inserirem no mercado de trabalho, agora como empregadores indo contra o modelo social que os preparou apenas para conquistar grandes empregos.

Em uma economia movida pelas grandes empresas e pelo Estado, nada mais natural do que formar desempregados. Esse modelo, dirigido à criação de empregos para as grandes empresas, cumpriu sua missão. Esgotou-se, porém, diante das profundas alterações nas relações de trabalho e na produção (DOLABELA, 1999, p. 33).

Segundo esse autor, a sociedade passou a perceber que as grandes empresas e o Estado não mais absorveriam toda a mão-de-obra gerada e que teria que alterar o seu eixo econômico para os pequenos negócios. Assim, as sociedades se viram induzidas agora a formar empregadores.

3.2 O JOVEM E O EMPREENDEDORISMO

Segundo o relatório do GEM (2009), o Brasil ocupa a terceira posição no ranking mundial em termos de participação de jovens empreendedores (25%), sendo superado somente pelo Irã (29%) e pela Jamaica (28%).

O relatório indica que, dentre os países selecionados, tanto os da América Latina como os do BRICS² também se destacam pela forte participação do jovem no empreendedorismo, mas com participações inferiores à do Brasil (Figura 2).

Interessante perceber que países como a Coreia, Japão, Itália e Dinamarca apresentam uma baixa proporção de participação do jovem no empreendedorismo. São países que, pelo seu elevado nível de renda e escolaridade, estrutura de produção

² BRIC é uma sigla que se refere ao conjunto de países formado pelo Brasil, Rússia, Índia e China pelo destaque no cenário mundial pelo rápido crescimento das suas economias em desenvolvimento.

estável e tecnologia avançada, estão aumentando o tempo de formação e retardando a entrada no mercado de trabalho.

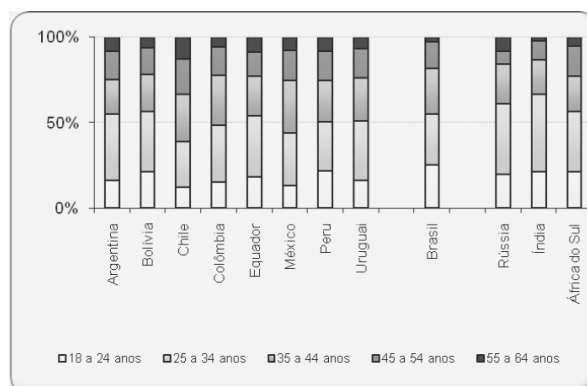


Figura 2 - Empreendedores iniciais nos países da América Latina e BRIC's por faixa etária em 2008
Fonte: GEM (2008)

Em contraposição, segundo o GEM 2008, países como Irã, Jamaica, Brasil e Egito apresentam baixo nível de distribuição de renda, e o jovem é obrigado a entrar cedo no mercado de trabalho para aumentar a renda familiar. Nesses países, encontra-se o jovem empreendedor por necessidade em atividades de baixa produtividade, alocados em atividades de serviços voltados para consumidores.

No Brasil, segundo o GEM 2008, em relação ao jovem, a taxa de empreendedorismo em 2008 foi de 15%, superior à média 2001-2008 (11,9%), representando pouco menos de um terço dos empreendedores brasileiros. A taxa de empreendedorismo na faixa etária de 55 a 64 anos em 2008 é de 3%, inferior à média do período 2001-2008 (5,5%) conforme pode ser verificado na Figura 3. O adulto de meia-idade, quem 2001 representava 10,5% dos empreendedores brasileiros, hoje representa somente 3,4%.

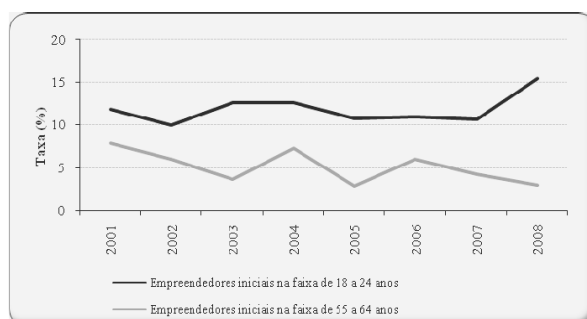


Figura 3 - Evolução comparativa da taxa de empreendedores iniciais por faixa etária de 18 a 24 anos e 55 a 64 anos de 2001 a 2008
Fonte: GEM (2009)

Em relação ao tipo de empreendedorismo, observa-se que o jovem empreendedor por necessidade, em 2008, representou 28% dos empreendedores brasileiros (taxa superior à média no período, que foi de 20,6%). A taxa de adultos que abrem os seus negócios por necessidade é de 6% dos brasileiros. Os jovens empreendedores possuem uma renda concentrada na faixa de 1 a 3 salários mínimos (média no período de 60%) e um nível de escolaridade de 5 a 11 anos (média de 60% no período), com atividades de serviços orientados ao consumidor (70%), seguidas pelo setor de transformação (33%).

Essa tendência por esse tipo de empreendedorismo se dá, segundo Dolabela (1999), principalmente, pelo aumento da necessidade do autoemprego e pelo surgimento de empreendedores involuntários, formados, segundo ele, por recém-formados e por trabalhadores demitidos de grandes empresas e pelo Estado. Tais empreendedores não podem ser assim chamados no sentido schumpeteriano do termo, uma vez que “muitos desses empreendedores involuntários não são movidos pela inovação” (DOLABELA, 1999, p. 39).

Para Baron e Shane (2007), é o empreendedorismo de oportunidade o motor do desenvolvimento econômico de um país. Para eles o processo empreendedor somente se inicia quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade. Essa percepção do empreendedorismo já era defendida por Filion (1999) ao afirmar que o empreendedor é aquele capaz de ter e realizar uma visão, na sua concepção,

advinda da percepção de uma oportunidade.

Na pesquisa do GEM 2008, o jovem empreendedor por oportunidade corresponde a 29% dos empreendedores brasileiros contra 2% de adultos empreendedores. Esse jovem diferencia-se por possuir uma renda maior (36% até 3 salários mínimos; 34% de 3 a 6 salários) e uma escolaridade maior, sendo que 25% estão cursando ou já terminaram o nível superior. Ambos têm uma alta concentração em atividades de serviços orientados aos consumidores e atividades de transformação, entretanto, os empreendedores por oportunidade iniciam seus negócios com atividades mais especializadas, em função de seu maior nível de qualificação e renda. Os empreendedores por oportunidade têm uma participação maior em serviços orientados à empresa (19%), uma vez que esse tipo de serviço exige maior nível de qualificação e formação.

O jovem universitário, por exemplo, frente à escassez do trabalho formal, abre seu negócio em serviços especializados, tais como contabilidade, apoio jurídico, apoio de informática etc.

Contudo, a participação da educação na formação empreendedora dos jovens é ainda muito baixa. Segundo o GEM 2008, apesar de o empreendedorismo ser tema de interesse nos âmbitos empresarial, político e acadêmico, em função de sua importância para o desenvolvimento econômico de um país, constata-se que grande parte dos empreendedores nacionais, o equivalente a 90%, não participou de atividades relacionadas à abertura de negócios. A participação da educação pode ser verificada na Tabela 1.

Tabela 1 - Participação em atividades relacionadas à abertura de negócios promovidas por instituições de ensino

Atividades Relacionadas à Abertura de Negócios	Participação (em %)	Motivação em Participação (em %)		
		Opcional	Obrigatório	Ambos
Durante o Ensino Fundamental ou Médio	5,4	4,5	0,9	0,1
Durante o Ensino Superior	22,7	14,4	8,3	-
Promovido por uma Instituição de Ensino Superior (IES), mas que não faça parte da educação formal	29,8	22,7	6,8	-
Durante a Educação Formal	7,0	-	-	-

Fonte: GEM (2009)

A Tabela 1 demonstra que a maioria dos empreendedores que participaram de atividades relacionadas à abertura de negócios, ao longo de sua formação educacional, o fez por opção. Esse cenário, segundo o relatório do GEM 2008, mostra a predominância do ensino tradicional nas instituições educacionais brasileiras, cujas principais características se centram em: orientação para o emprego em grandes empresas; pouca percepção da importância das micro e pequenas empresas (MPEs) na economia como geradoras de empregos e alternativa profissional; distanciamento entre o sistema educacional e os sistemas de suporte, como empresas, associações de classe, órgãos governamentais e de fomento.

Dolabela (1999, p. 19) afirma que nas escolas predomina o que ele chama de “síndrome do empregado, marco deste século, que contagia a nossa sociedade e as nossas escolas.” Para ele, essa síndrome pode ser chamada, também, de “síndrome da dependência”, uma vez que o portador (aluno) depende de alguém para criar um trabalho para ele, tornando-se um profissional que mesmo que possua o conhecimento de uma tecnologia, não tem a percepção clara de sua aplicação.

Percebe-se, ainda, na Tabela 1, uma maior participação das instituições de Ensino Superior, mas que não faz parte da educação formal do empreendedor. Em relação aos cursos de graduação e sequenciais, existem no país 39.555 cursos de ensino superior, sendo 97,7% de graduação e os restantes 2,3% sequenciais (INEP/MEC, 2009). Do total dos cursos de ensino superior, 3.465 são de administração e suas habilitações (incluindo os de graduação e sequenciais) e 988 são de Engenharia da Computação, Informática e Sistemas de Informação (incluindo os de graduação e sequenciais), que constituem os cursos precursores da educação empreendedora.

Quanto aos cursos específicos à gestão de pequenos negócios e empreendedorismo, totalizam 25 cursos, sendo a maioria presencial (88%). Por outro lado, em função das mudanças ocorridas na política educacional do ensino superior, não poderão mais ser criados cursos de graduação de administração com habilitação em quaisquer áreas, à exceção da habilitação em gestão pública e em gestão hospitalar, desde 2005. Neste caso, a alternativa é inserir atividades empreendedoras na estrutura curricular do curso, a fim de especificar o perfil de egresso.

Os cursos específicos de ensino do empreendedorismo estão concentrados nas regiões Sul e Sudeste do país, locais de maior industrialização e

desenvolvimento, que demandam, com mais pressão, um profissional mais empreendedor. Igualmente, grande parte dos empreendedores que se envolveram com algum tipo de atividade empreendedora no curso superior ou em algum momento de sua formação educacional está concentrada nas regiões Sul e Sudeste. No entanto, quando se trata do ensino do empreendedorismo no nível fundamental ou médio, a região Sul se destaca juntamente com o Nordeste.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme os dados já apresentados e discutidos, o estudo mostrou que o Brasil é o terceiro país do mundo em jovens empreendedores. Além, disso, eles representam, nacionalmente, um contingente muito maior do que de adultos empreendedores.

Percebeu-se, também que, entre o empreendedorismo de necessidade e de oportunidade a diferença é de apenas 1 ponto percentual a favor da oportunidade, demonstrando que quase a metade dos jovens empreendedores brasileiros abre os seus negócios para tentar minimizar as contradições sociais e econômicas às quais estão submetidos. Sem acesso aos empregos formais, a opção é tentar aventurar-se pelo empreendedorismo.

Contudo, segundo Dolabela (1999), por serem jovens e poucos experientes, e por ainda focarem os seus negócios apenas nas necessidades, eles podem cair em várias armadilhas empresariais para as quais não se preparam ou não foram preparados.

Este artigo chama a atenção para a importância da educação para a formação empreendedora. Observou-se que mais de 90% dos empreendedores brasileiros o fazem sem nenhum apoio educacional, e dentre aqueles que buscam a educação o fazem não enquanto estão estudando, mas quando já estão formados ou quando buscam a inserção no mercado (para aqueles que não estudaram).

Outro fato relevante demonstrado na pesquisa é que entre aqueles que buscaram apoio acadêmico o fizeram por opção, isto é, não foram incentivados pelas suas instituições.

Esse estudo pode contribuir para uma nova visão da educação acerca do seu processo educacional, levando a escola a refletir sobre os seus tradicionais paradigmas pautados na formação de profissionais apenas para alcançarem grandes empregos. Conforme demonstrando, o mercado não mais absorve toda a mão-de-obra gerada e uma das saídas é buscar a formação do empreendedor de oportunidade através da inclusão deste tema nos currículos educacionais.

Desta forma, a educação empreendedora deve

iniciar ainda no ensino fundamental, preparando os jovens não apenas para o mercado de trabalho, mas também para atuarem como empreendedores, sabendo vislumbrar novas oportunidades e a minimizar os seus riscos, elevando o nosso país uma nova realidade social e econômica.

O estudo tem como limite o foco apenas nas análises bibliográficas das pesquisas científicas, a nível nacional, há de se considerar as diferenças regionais e locais, bem como analisar, através de pesquisas diretas, como se dá, na prática, a inserção do jovem empreendedor nestes mercados.

Ficam abertas, entretanto, novas veredas a outros profissionais que pretendam aprofundar no estudo do tema, buscando novos olhares para a formação e inserção do jovem empreendedor no mercado de trabalho e o papel da sociedade e, principalmente, da educação nesta formação.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

BARON, A. Robert; SHANE, A. Scott. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thinson, 2007.

Cantillon, Richard. **Essai sur la nature du commerce en général**. Paris: INED, 1755.

CEPAL/PNUD/OIT. **Emprego, desenvolvimento humano e trabalho decente: a experiência brasileira recente**. Brasília: CEPAL/PNUD/OIT, 2008.

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

FILION, Louis Jacques. Vision and Relations: Elements for an Entrepreneurial Metamodel. **International Small Business Journal**, vol. 9, no. 2, jan. 1991.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, no 2, p. 05-28, abr./jun., 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2008**. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-pesquisas/empreendedorismo-no-brasil-pesquisa-gem/livro_gem_2008.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Mensal de Empregos**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

MCCLELLAND, David Clarence. **Studies in Motivation**. New York: Appleton-Century Crofts, 1955.

MEC/INEP/Deaes. **Censo da educação superior**. 2009.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Trabalho Decente e Juventude no Brasil**. Genebra, OIT, 2009.

_____. **Tendências Mundiais de Emprego**. Genebra, OIT, 2010.

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007.

SAY, Jean-Baptiste (1803). **Tratado de Economia Política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez & Moraes, 2002.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Harvard University Press: Cambridge, 1934.

WEBER, Max. **Economy and Society**. Edited by Guenther Roth and Clauss Wiltichi. Berkeley: University of California Press, 1930.