

ANÁLISE EXPLORATÓRIA DAS DIMENSÕES DO PERFIL EMPREENDEDOR E DAS VARIÁVEIS DO *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)*

EXPLORATORY ANALYSIS OF SIZE AND ENTREPRENEUR PROFILE VARIABLE the
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Bartholomeo Oliveira Barcelos¹, Janis Elisa Ruppenthal², Adriano Mendonça Souza³

¹²³Universidade Federal de Santa Maria, UFSM, Brasil, RS

Resumo: O objetivo do estudo é explorar e identificar quais as variáveis mais representativas, dentre as três dimensões do perfil empreendedor do projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. A investigação é de natureza qualitativa de abordagens exploratória, descritiva e inferencial; como procedimento realizou-se um comparativo entre os índices de empreendedorismo dos países da base de dados do GEM com o Brasil e utilizou-se da técnica multivariada de Análise de *Clusters* para a verificação da movimentação das variáveis tratadas. Como resultados identificou-se que as variáveis mais representativas do GEM Global são: *Suboanyy*, *Busangyy*, *Teayyido*, *Teayynwp*, *Teayyint* e *Knontyy*. Na análise dos índices de empreendedorismo no Brasil, as variáveis que se destacaram foram: *Teanec_p*, *Teayyfem*, *Teayynwp*, *Teayyint*, *Teayyjg5* e *Knontyy*. A técnica de análise de *clusters*, aplicada nos dados do GEM Global, colaborou para a confirmação do modelo das três dimensões do perfil empreendedor do GEM. As análises realizadas e os critérios de determinação dos agrupamentos e de corte estabelecidos reuniram a maioria das variáveis nas respectivas dimensões do perfil empreendedor, corroborando com as afirmações teóricas de que as atitudes empreendedoras influenciam a atividade empreendedora, e que as aspirações empreendedoras explicam qualitativamente a atividade empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo, *global entrepreneurship monitor (GEM)*, análise de *clusters*

1. Introdução

O fenômeno do empreendedorismo é abordado de uma perspectiva econômica, onde se analisam a partir de dados numéricos a criação de novos empreendimentos, e

¹ barthob@bol.com.br

² janis.rs.br@gmail.com

³ amsouza.sm@gmail.com

também por uma perspectiva comportamental, que busca conhecer e entender o que determina, influencia e motiva os indivíduos a abrirem novos negócios. O projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, em seu modelo de estudos, associa essas duas perspectivas, aplicando anualmente uma pesquisa sobre empreendedorismo em nível global, buscando mensurar a taxa de atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) dos países e conhecer o perfil desses empreendedores.

O interesse contínuo dos pesquisadores e instituições, para entender a dinâmica empresarial, o desenvolvimento econômico em nível nacional, e a falta de informações para comparações internacionais, até a década de 90, impulsionaram a criação do GEM (BOSMA et al., 2012). Outras necessidades como: compreender os papéis do empreendedorismo na economia e na sociedade; os obstáculos e o grau de envolvimento dos indivíduos na atividade empresarial, considerando percepções e atitudes, também colaboraram para o surgimento do estudo.

O GEM possui três objetivos bem estabelecidos, balizados nos primeiros resultados da pesquisa, conforme Bosma et al., (2012): a) medir as diferenças no nível de atividade empreendedora entre os países participantes da pesquisa; b) descobrir fatores que determinem os níveis adequados de empreendedorismo; e c) indicar políticas que estimulem o aumento do nível nacional da atividade empreendedora.

Com a evolução do GEM incorporou-se novos elementos, em seu modelo de estudo, para ampliar e dinamizar a pesquisa e o alcance dos objetivos estabelecidos. Nas primeiras edições o GEM analisava a dinâmica do empreendedorismo com ênfase na mensuração da atividade empreendedora associada a fatores ligados, a capacidade empreendedora e a percepção de oportunidades (REYNOLDS; HAY; CAMP, 1999; LEVIE; AUTIO, 2008; BOSMA et al., 2012). A partir do ano de 2005, com o aumento do número de países participantes do estudo, o modelo foi aperfeiçoado, aumentando as possibilidades de comparações internacionais, permitindo assim evidenciar como o empreendedorismo contruibui para o desenvolvimento econômico. No ano de 2008, foram incorporados três componentes que formam o perfil do empreendedorismo, e que exploram a natureza multifacetada desse fenômeno em nível individual e empresarial, correspondendo às dimensões: da atividade, das atitudes e das aspirações empreendedoras (BOSMA et al., 2012; BOSMA, 2012).

Nesse sentido, o objetivo do estudo é explorar e identificar quais as variáveis mais representativas, dentre as três dimensões do perfil do empreendedor do projeto GEM, empregando procedimentos multivariados e realizando comparações entre índices de empreendedorismo Global e do Brasil.

2. Empreendedorismo e as dimensões do perfil empreendedor

No empreendedorismo não há consenso de uma definição pontual, Johnson (2001); Shane (2003); Baron e Shane (2007) concordam que esse fenômeno envolve o reconhecimento de oportunidades para se criar algo novo, abrangendo criatividade e boas ideias, que são convertidos em bens e serviços, levados ao mercado competitivo por meio de um negócio.

O empreendedorismo é abordado por perspectivas econômicas e comportamentais, e, além disso, é analisado nos níveis do indivíduo, da empresa, de regiões e países. Pesquisadores como: Parker e Gartner (2004) e Johnson; Parker e Wijbenga (2006) abordam o tema de uma perspectiva mais prática e objetiva, focando no processo de criação de novos empreendimentos. No entanto, a perspectiva econômica é atribuída por Schumpeter (1985), que associa o empreendedorismo à inovação, buscando explicar a importância do empreendedor no crescimento e desenvolvimento econômico, por meio da criação de novos empreendimentos, produtos, processos e mercados.

A associação do empreendedorismo e da inovação colaborou para que McClelland (1961), abordasse o perfil empreendedor de uma perspectiva comportamental, buscando investigar as características psicológicas e comportamentais dos empreendedores envolvidos na criação de novos negócios.

A metodologia utilizada por pesquisas como, a *Panel Study of Entrepreneurial Dynamics* (PSED) coordenada pela *University of Michigan* em 1998, serviram como base para extensas comparações entre pesquisas nacionais de empreendedorismo. Essas pesquisas ampliaram a compreensão do processo de criação de novos negócios, ponderando as condições ambientais, motivações, atitudes e aspirações que estimulam os indivíduos a despender esforços para o desenvolvimento de novos empreendimentos.

Nos estudos envolvendo o empreendedorismo nascente, existem elementos que podem ser considerados determinantes na criação e consolidação de novos negócios. Sternberg; Wennekers (2005) e Herranz et al., (2010) enfatizam como determinantes a percepção de oportunidade, propensão para correr riscos, a confiança nas capacidades e competências, a rede de contatos do empresário, o reconhecimento do empreendedorismo pela sociedade e o nível de desenvolvimento econômico do país. Justo; Castro; Maydeu-Olivares (2008) destacam o comportamento empreendedor, o contexto e as relações sociais do empresário.

Referente ao perfil do empreendedor, o GEM ressalta que não basta apenas mensurar o número de empresários e compará-los entre economias, pois as características dos indivíduos que participam dessa atividade diferem consideravelmente entre os países (KELLY; SINGER; HERRINGTON, 2011).

Dentro de cada uma das três dimensões, que o GEM avalia, podem surgir uma série de indicadores, fatores e variáveis à serem analisadas, para um melhor entendimento do perfil do empreendedorismo, como observa-se nos estudos de Hessels; Stel (2011), Pinillos; Reyes (2011), Aidis; Estrin; Mickiewicz (2012), Stel; Story; Thurik (2007) e Bergmann; Stephan (2012).

Cada dimensão possui uma particularidade e analisa uma série de variáveis (Anexo A), que são influenciadas por determinantes econômicos e comportamentais que impactam no desempenho da atividade empreendedora e no desenvolvimento econômico dos países.

Na dimensão da atividade empreendedora são mensurados o número de indivíduos envolvidos na criação de novos negócios, os gêneros dos empreendedores, os tipos de empreendedorismo e as etapas dos negócios no processo empreendedor. Essa etapa é apresentada como um processo, conforme figura 1: partindo da intenção de criar um novo negócio, seguindo pelo processo de efetivamente iniciá-lo, o qual têm até três meses de vida, esses indivíduos são rotulados de empreendedores nascentes; chegando ao estágio de gerenciamento desse negócio, neste os envolvidos são denominados de empreendedores de novos empreendimentos, que tem até 42 meses de operação; e os acima de 42 meses de operação são chamados de empreendedores de negócios já estabelecidos. E ainda, Kelly; Bosma; Amarós, (2010), enfatizam que o GEM avalia a taxa de descontinuidade, a natureza dos negócios,

confrontando também a atividade empreendedora por oportunidade com a por necessidade.

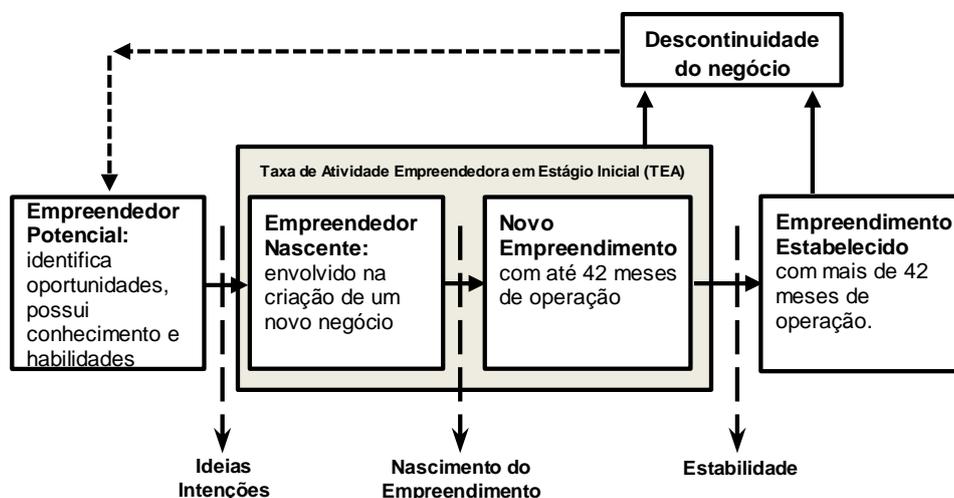


Figura 1 – Empreendedorismo como processo (Fonte: BOSMA et. al., 2012)

A dimensão das aspirações empreendedoras direciona a atenção para os anseios dos empreendedores, Bosma et al., (2008) afirmam, que essa reflete a natureza qualitativa da atividade empresarial. Para capturá-las o GEM, utiliza variáveis que avaliam as perspectivas de crescimento, a introdução de produtos ou serviços que apresentem um nível de novidade, o envolvimento dos produtos e serviços com os mercados estrangeiros (BOSMA et al., 2008; KELLY; BOSMA; AMARÓS, 2010).

A dimensão das atitudes empreendedoras pode influenciar a atividade empreendedora, mas também pode ser influenciada por ela (BOSMA et al., 2008). Essa dimensão analisa atitudes, capacidades e percepções dos indivíduos envolvidos na criação de novos negócios, e também busca expressar os sentimentos da sociedade frente ao empreendedorismo. As variáveis descritas por Kelly; Bosma; Amarós (2010), mensuram as oportunidades para iniciar um negócio e as capacidades para o fazer, o nível de risco assumido para iniciar um negócio, as percepções sobre o estatuto dos empresários, os meios de comunicação e imagem, e a atividade empresarial como opção de carreira.

Para que seja possível mensurar as variáveis das três dimensões do perfil empreendedor, o GEM coleta os dados a partir da *Adult Population Survey (APS)*, que mensura a atividade empresarial, as aspirações e atitudes dos indivíduos. Os dados são

levantados, junto à população com idades entre 18 e 64 anos, tendo um mínimo de dois mil adultos pesquisados por país (GEM, 2012).

3. Material e métodos

A investigação é de natureza qualitativa de abordagens exploratória, descritiva e inferencial, utilizando procedimentos quantitativos para o tratamento dos dados. Os dados explorados são secundários, contemplando a faixa temporal, entre os anos de 2002 e 2011, e adotou-se a mesma nomenclatura utilizada pelo GEM para a identificação das variáveis em estudo. Os dados foram coletados no *site* oficial do GEM, onde foram selecionadas as vinte variáveis chave utilizadas para o estudo do empreendedorismo nos mais de oitenta países participantes da pesquisa.

Para poder visualizar o comportamento das variáveis e das dimensões do perfil empreendedor, foi necessário fazer uma comparação, entre a média global dos países da base de dados do GEM, com a média de outro país participante da pesquisa. Optou-se pelo Brasil, pois o país se destaca pelas altas taxas da atividade empreendedora em estágio inicial, dentro do estágio de economia impulsionada pela eficiência (WEF, 2012).

Para os dados do Brasil, que contem vinte variáveis e dez observações foi criado para esse estudo um índice de desempenho do país, rotulado como “GEM Brasil”. Nos dados dos oitenta e oito países da base GEM, foi criado um índice de desempenho global para cada variável, identificado no como “GEM Global”. A partir disso, fazendo uso de planilhas eletrônicas, realizou-se o comparativo das médias aritméticas dos índices do GEM Brasil com GEM Global, para se verificar o desempenho das variáveis e das dimensões do perfil empreendedor que mais destacam.

A segunda etapa do estudo explorou o posicionamento e movimentação das variáveis do GEM, analisando o empreendedorismo no GEM Global e GEM Brasil, fazendo uso da técnica multivariada de Análise de *Clusters*. A finalidade dessa técnica, conforme Hair et al., (2005) e Malhotra (2006) é classificar objetos ou casos de forma que esses formem grupos similares entre si, mas que sejam diferentes dos demais objetos de outros agrupamentos. A partir disso, buscou-se identificar a existência de aglomerados naturais dessas variáveis, para se gerar inferências das características e semelhanças encontradas nos dados tratados.

Para a realização da análise de *clusters* utilizou-se de *softwares* estatísticos, no qual os dados originais foram padronizados e convertidos em *scores*, com média zero e desvio padrão igual a um, evitando-se assim, possíveis vieses introduzidos pelas diferenças de escalas das variáveis analisadas, utilizou-se a distância euclidiana como métrica e o método de aglomeração de Ward, que segundo Malhotra (2006), busca minimizar a variância dentro dos agrupamentos, corroborado por Hair et al., (2005).

4. Discussão dos resultados

No comparativo dos índices do GEM Brasil com o GEM Global, apresentado na figura 2, o Brasil tem o desempenho acima da média, em seis dessas variáveis. Merecendo destaque as que avaliam o empreendedorismo por necessidade (*Teanec_p*), 41,5% do GEM Brasil, perante a 25% do GEM Global e a atividade empreendedora para população feminina (*Teayyfem*), que vem aumentando gradualmente no período analisado.

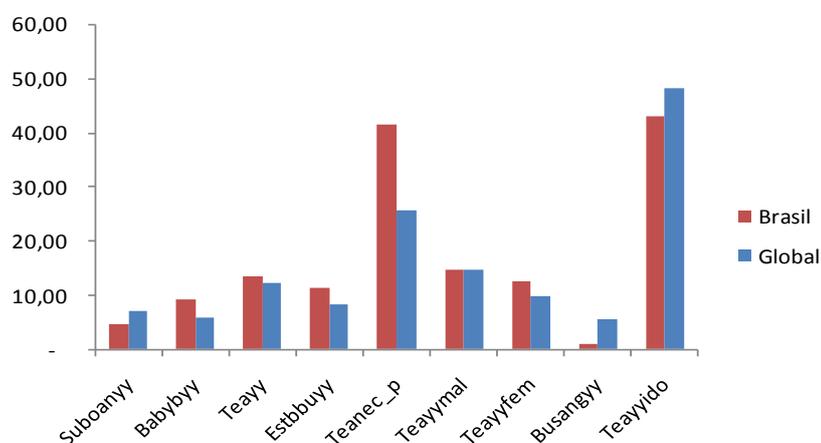


Figura 2 –
Dimensão da

Atividade Empreendedora - GEM Brasil versus GEM Global

O GEM Global (Figura 2) se sobressai nas variáveis: empreendedorismo nascente (*Suboanyy*), investidores informais (*Busangyy*) e o empreendedorismo por oportunidade (*Teayyido*). Dentre as variáveis do GEM Global, a taxa de investidores informais merece destaque, apresentando um índice de 5%, comparado ao percentual inferior a 1% do GEM Brasil.

Os pesquisadores do GEM, desde o início da pesquisa preocuparam-se em compreender o comportamento dos indivíduos envolvidos na criação e consolidação de novos negócios. Na dimensão das aspirações empreendedoras, o desempenho do GEM Global é muito superior ao GEM Brasil, e as variáveis que mensuram as taxas de novos produtos para o mercado (*Teayynwp*) e orientação internacional dos empreendimentos (*Teayyint*) têm o desempenho de 42% e 16% para 18% e 4% do GEM Brasil, respectivamente. (Figura 3).

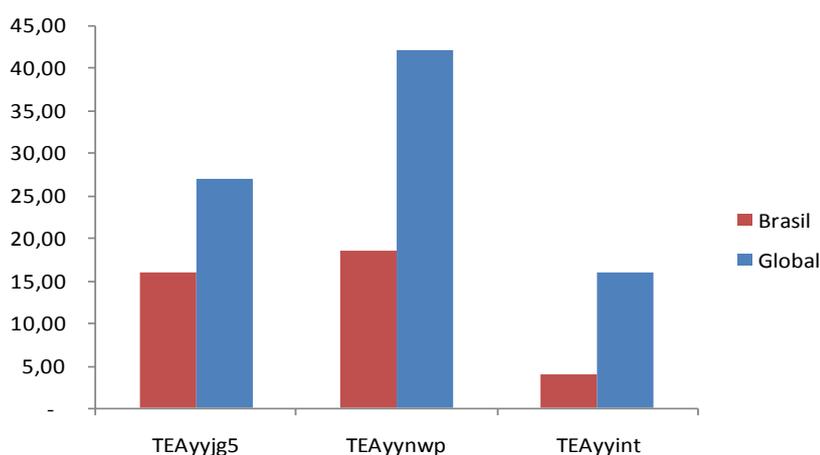


Figura 3 – Dimensão das Aspirações Empreendedoras – GEM Brasil versus GEM Global

A dimensão das atitudes empreendedoras completa o estudo do comportamento do empreendedor. A figura 4 mostra o desempenho do GEM Brasil em relação às atitudes empreendedoras do GEM Global, analisando-se oito variáveis, visando compreender a motivação que impulsiona os indivíduos a criarem novos empreendimentos. Quanto aos resultados do GEM Brasil, a população brasileira apresenta uma atitude positiva em relação ao empreendedorismo, pois as variáveis do Brasil têm média superior às variáveis do GEM Global, exceto na taxa de conhecimento de empreendedores (*Knontyy*).

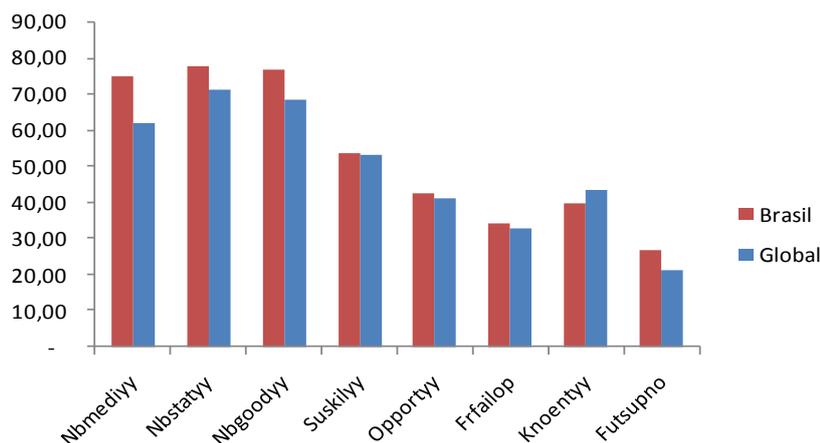
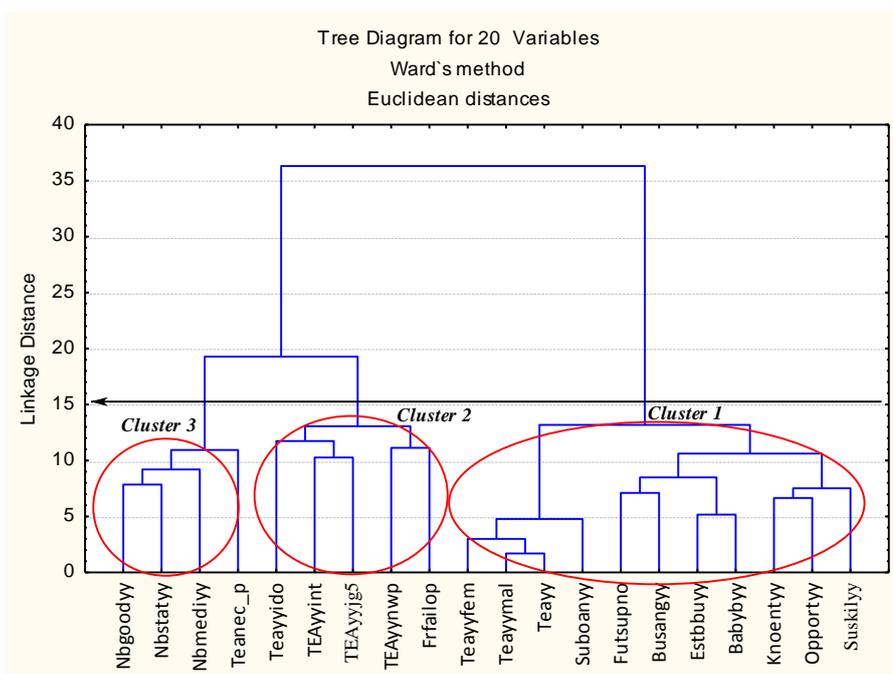


Figura 4 – Dimensão das Atitudes Empreendedora – GEM Brasil versus GEM Global

As figuras 5 e 6 apresentam os resultados da análise de *clusters* para os dados do GEM Global e GEM Brasil. Utilizou-se os aspectos teóricos do estudo para a determinação do número de agrupamentos. O GEM divide o perfil do empreendedorismo em: atividade empreendedora, aspirações e atitudes empreendedoras, havendo assim, um sentido teórico que sugere para esta análise a formação de três *clusters*.

Na figura 5, que representa o dendograma dos dados do GEM Global, foi realizado um corte na altura 15, para a obtenção de três *clusters*. O *cluster 1*, reuniu onze variáveis por semelhança: *Teayyfem*; *Teayymal*; *Teayy*; *Suboanyy*; *Futsupno*; *Busangyy*; *Estbbuyy*; *Babybuyy*; *Knoentyy*; *Opportyy* e *Suskilyy*. Nesse prevalecem as variáveis da dimensão da atividade empreendedora que estuda o processo empreendedor. Destaca-se que a técnica multivariada utilizada, corrobora com as afirmações de Bosma et al., (2008), de que as atitudes empreendedoras são influenciadas e podem influenciar a atividade empresarial, pois no *cluster 1*, as variáveis da dimensão da atividade empreendedora tem forte relação com as variáveis das atitudes empreendedoras.



Legenda

Estbbuuy – Taxa de Empreendimentos Estabelecidos	TEAYYnwp – Novos Produtos dos Empreendimentos
Teayyido – Atividade Empreendedora por Oportunidade	TEAYYint – Orientação Internacional das Empresas
Busangyy – Taxa de Investidores Informais	Futsupno – Intenções de Empreender
Suboanyy – Taxa de Empreendimentos Nascentes	Nbgoodyy – Empreendedorismo como carreira
Teanec_p – Atividade Empreendedora por Necessidade	Frfailop – Taxa de Medo do Fracasso
Babybuuy – Taxa de Empreendimentos Novos	Nbstatyy – Empreendedorismo como elevação do status
Teayy – Ativ. Empreendedora em Estágio Inicial (TEA)	Knoentyy – Taxa de Conhecimento de Empreendedores
Teayymal – Ativ. Empeen. da População Masculina	Nbmediyy – Atenção da mídia ao Empreendedorismo
Teayyfem – Ativ. Empeen. da População Feminina	Suskilyy – Percepção de Capacidades
TEAYYjg5 – Expectativa de Crescimento das Empresas	Opportyy – Percepção de Oportunidades

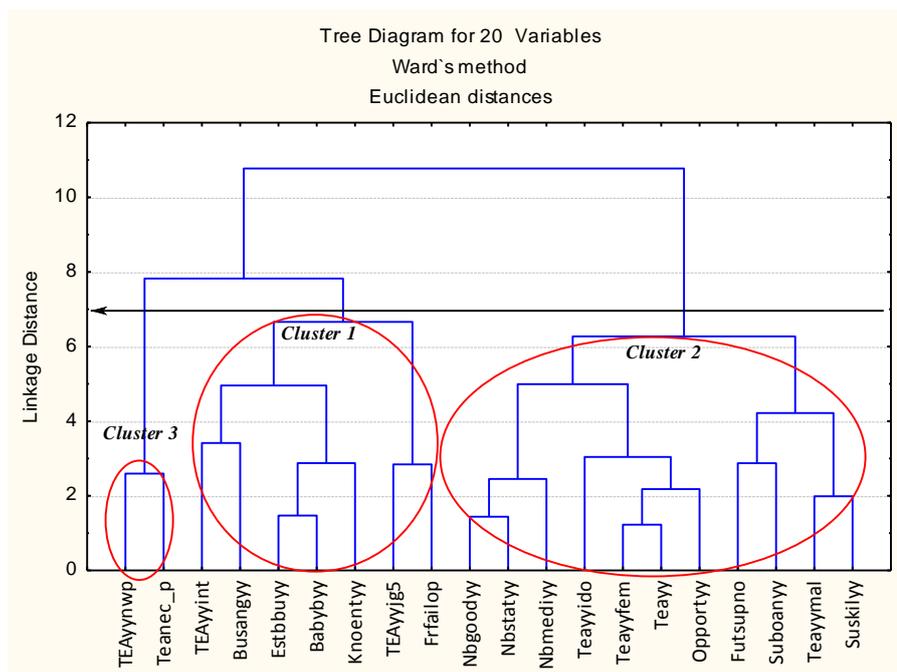
Figura 5 – Dendrograma dos dados do GEM Global

No *cluster 2* (Figura 5), as variáveis: *Teayyint*; *Teayyjg5* e *Teayynwp* representam as aspirações empreendedoras relacionando-se com as variáveis: *Frfailop* e *Teayyido*. Nesse aglomerado, o empreendedorismo por oportunidade, tem afinidade com as variáveis das aspirações empreendedoras, pois a habilidade de identificar oportunidades potencializa a visão para criar novos produtos, explorar novos mercados e de expansão econômica do negócio. O medo da falha e do fracasso pode afetar negativamente as aspirações dos empreendedores, pois podem influenciar a criação de novos empreendimentos e as perspectivas de crescimento dos empreendedores.

O *cluster 3* (Figura 5) reuniu as variáveis: *Nbgoodyy*; *Nbstatyy* e *Nbmediyy* da dimensão das atitudes empreendedoras que estão relacionados com a variável *Teanec_p*, que pertence a dimensão da atividade empreendedora. A variável *Teanec_p* destacou-se na primeira etapa do estudo, pois a taxa desse tipo de

empreendedorismo, já é elevada nos países da base GEM, no entanto, o Brasil ainda apresenta níveis superiores nesse índice.

Na figura 6 foi realizado um corte na altura 7, para obtenção de três agrupamentos, conforme o critério de corte estabelecido. No *cluster 1*, prevalecem as variáveis: *Busangyy*; *Estbbuuy* e *Babybuuy* da dimensão da atividade empreendedora, que contrastam com as variáveis: *Knoentyy* e *Frfailop* da dimensão das atitudes empreendedoras, e *Teayyjg5* e *Teayyint* da dimensão das aspirações empreendedoras.



Legenda

Figura 6 – Dendrograma dos dados do GEM Brasil

Estbbuuy – Taxa de Empreendimentos Estabelecidos	TEAyyynwp – Novos Produtos dos Empreendimentos
Teayyido – Atividade Empreendedora por Oportunidade	TEAyyint – Orientação Internacional das Empresas
Busangyy – Taxa de Investidores Informais	Futsupno – Intenções de Empreender
Suboanyy – Taxa de Empreendimentos Nascentes	Nbgoodyy – Empreendedorismo como carreira
Teanec_p – Atividade Empreendedora por Necessidade	Frfailop – Taxa de Medo do Fracasso
Babybuuy – Taxa de Empreendimentos Novos	Nbstatyy – Empreendedorismo como elevação do status
Teayy – Ativ. Empreendedora em Estágio Inicial (TEA)	Knoentyy – Taxa de Conhecimento de Empreendedores
Teayymal – Ativ. Empreem. da População Masculina	Nbmediyy – Atenção da mídia ao Empreendedorismo
Teayyfem – Ativ. Empreem. da População Feminina	Suskilyy – Percepção de Capacidades
TEAyyjg5 – Expectativa de Crescimento das Empresas	Opportyy – Percepção de Oportunidades

O *cluster 2* (Figura 6), reuniu as seguintes variáveis: *Nbgoodyy*; *Nbstatyy*; *Nbmediyy*; *Teayyido*; *Teayyfem*; *Teayy*; *Opportyy*; *Suboanyy*; *Teayymal* e *Suskilyy*. Nesse agrupamento prevalecem as variáveis da dimensão das atitudes

empreendedoras, que buscam fornecer um entendimento das ações dos empreendedores e suas influências sobre a perspectiva econômica do empreendedorismo no Brasil.

O *cluster 3* (Figura 6), reuniu a variável *Teayynwp*, que faz parte da dimensão das aspirações empreendedoras, e a *Teanec_p*, que representa a dimensão da atividade empreendedora. Na primeira etapa das análises da pesquisa, percebe-se que a *Teanec_p* do Brasil tem um índice bastante elevado, levando a conclusão de que muitos indivíduos estão criando novos negócios para subsistência econômica. Assim percebe-se também, que o empreendedorismo por necessidade pode limitar as aspirações de crescimento dos empreendedores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo explorou a base de dados do projeto GEM, para identificar quais as variáveis mais representativas dentre as três dimensões do perfil empreendedor, analisando o empreendedorismo Global e do Brasil.

No comparativo realizado na primeira etapa do estudo no GEM Global destacaram-se as variáveis: *Suboanyy*, *Busangyy*, *Teayyido*, *Teayynwp*, *Teayyint* e *Knontyy*. Nos índices do Brasil, destacaram-se as variáveis: *Teanec_p*, *Teayyfem*, *Teayynwp*, *Teayyint*, *Teayyig5* e *Knontyy*. A dimensão das aspirações empreendedoras e suas variáveis merecem atenção especial, pois a diferença entre o desempenho das variáveis do GEM Brasil para o GEM Global chegou a ultrapassar 50%. Sinalizando que algum aspecto socioeconômico comum pode estar afetando as ambições dos empreendedores e a criação de novos negócios, e por fim, pode estar influenciando positivamente o desempenho dos demais países da base GEM, e negativamente o do Brasil.

No *cluster* do GEM Global (Figura 5) foram criados três agrupamentos naturais das variáveis, reunidos por algum nível de semelhança. Na formação do *cluster 1*, prevaleceu a forte influência das variáveis relacionadas a criação de novos empreendimentos, constituindo assim a dimensão das atividades empreendedora; no *cluster 2*, as variáveis que predominaram foram as direcionadas para as perspectivas de crescimento e ambições dos empreendedoras, caracterizando a dimensão das aspirações empreendedoras; e no *grupo cluster 3*, se sobressaíram as variáveis que

buscam analisar as capacidades, anseios e percepções do indivíduos, ligadas a dimensão das atitudes empreendedoras.

A técnica de análise de *clusters*, aplicada nos dados do GEM Global, colaborou para a confirmação do modelo das dimensões do perfil empreendedor do GEM. As análises realizadas e os critérios determinação dos agrupamentos e de corte estabelecidos, agruparam a maioria das variáveis nas respectivas dimensões do perfil empreendedor, corroborando assim com as afirmações teóricas de que as atitudes empreendedoras influenciam a atividade empreendedora, e de que as aspirações empreendedoras explicam qualitativamente a atividade empresarial.

Na análise de *clusters* do GEM Brasil (Figura 6), no *cluster 1* prevaleceram as variáveis da dimensão das atividades empreendedoras; no *cluster 2* as variáveis da dimensão das atitudes empreendedoras predominaram, confirmando sua forte influência e relação com a criação e consolidação de novos negócios, por meio da TEA; já o *cluster 3*, mais específico, reuniu a *Teayynwp*, da dimensão das aspirações empreendedoras, e a *Teanec_p* que faz parte da dimensão da atividade empreendedora. O agrupamento das variáveis no *cluster 3* é um caso particular do empreendedorismo brasileiro, permitindo inferir que as variáveis do perfil empreendedor do GEM, se movimentam e se comportam de acordo com o desempenho econômico do país analisado.

O estudo buscou colaborar com um dos principais objetivos do projeto GEM: que é o de descobrir fatores que determinem as taxas reais de empreendedorismo, a partir da base de dados do GEM. Fazendo uso de técnicas de análise multivariada, o estudo apontou as variáveis e a dimensão mais representativas no modelo de estudo do GEM, que servirão como análises preliminares da base de dados, e como subsídio para estudos posteriores.

Como sugestões para futuros estudos, recomenda-se a aplicação de outras técnicas de análise multivariada buscando explorar o comportamento das variáveis e das dimensões do perfil empreendedor destacadas nessa pesquisa, juntamente com comparações entre os países.

6 REFERÊNCIAS

AIDIS, R.; ESTRIN, S.; MICKIEWICZ, T. *Size matters: entrepreneurial entry and government*. Small Business Economics, n. 39, p. 119–139, 2012.

BARON, R; SHANE, S. *Entrepreneurship: a process perspective*. – 2. Ed – Thomsom, 2007.

BERGMANN, H; STEPHAN, U. *Moving on from nascent entrepreneurship: measuring cross-national differences in the transition to new business ownership*. Small Business Economics, n. 42, p. 1-15, 2012.

BOSMA, N. et. al. *GEM Manual: A report on the design, data and quality control of the Global Entrepreneurship Monitor*. may. 2012.

BOSMA, Neils et al. *Global Entrepreneurship Monitor: 2008 Executive Report*. Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA), 2008.

BOSMA, N. *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurship Research*. Working Paper Series, ago. 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). *Adult Population Survey (APS) Sample Sizes 2001-2010*. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/413>>. Acessado em: 16 ago. 2012.

HAIR, Jr, J. et. al. *Análise multivariada de dados*. – 5. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2005.

HERRANZ, A. et. al. *Factors determining the entrepreneurial consolidation in Latin America*. African Journal of Business Management, v. 4, n. 9, p. 1717-1722, 2010.

HESSELS, J; STEL, A. *Entrepreneurship, export orientation, and economic growth*. Small Business Economics, n. 37, p. 255–268, 2011.

JOHNSON, D. *What is innovation and entrepreneurship? Lessons for large organizations*. Industrial and Commercial Training, v. 33, n. 4, p. 35-40, 2001.

JOHNSON, P.; PARKER, S.; WIJBENGA, F. *Nascent Entrepreneurship Research Achievements and Opportunities*. Small Business Economics, v. 27, n. 1, p. 1-4, 2006.

JUSTO, R.; CASTRO, J.; MAYDEU-OLIVARES, A. *Indicators of entrepreneurship activity: some methodological contributions*. International Journal Entrepreneurship and Small Business, v. 6, n. 4, 2008.

KELLY, D.; BOSMA, N.; AMARÓS, J. *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA), 2010.

KELLY, D.; SINGER, S.; HERRINGTON, M. *Global Entrepreneurship Monitor: 2011 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA), 2011.

LEVIE, J.; AUTIO, E. *A theoretical grounding and test of the GEM model*. *Small Business Economics*, v. 3, n. 31, p. 235-263, 2008.

MALHOTRA, N. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. – 4. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2006.

McCLELLAND, D. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1961.

PARKER, S.; GARTNER, W. *Introduction to the special issue on entrepreneurship and new venture creation*. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 28, n. 5, p.413-418, 2004.

PINILLOS, M.; REYES, L. *Relationship between individualist–collectivist culture and entrepreneurial activity: evidence from Global Entrepreneurship Monitor data*. *Small Business Economics*, n. 37, p. 23-37, 2011.

REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, S. *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*. Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA), 1999.

SCHUMPETER, J. *Teoria do desenvolvimento econômico : uma investigação sobre lucros, capital, credito, juro e o ciclo econômico*. – 2. Ed – São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SHANE, S. *A general theory of entrepreneurship: the individual – opportunity nexus*. *New horizons in entrepreneurship series*, 2003.

STEL, A.; STORY, D.; THURIK, A. *The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship*. *Small Business Economics*, n. 28, p. 171–186, 2007.

STERNBERG, R.; WENNEKERS, S. *Determinants and Effects of New Business Creation Using Global Entrepreneurship Monitor Data*. *Small Business Economics*, n. 24, p. 193-203, 2005.

WORLD ECONOMIC FORUM (WEF). *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. Genebra, 2011. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf>. Acessado em: 15 ago. 2012.

Anexos

Dimensão da atividade empreendedora
Estbbuyy – Taxa de Empreendimentos Estabelecidos
Teayyido – Taxa de Atividade Empreendedora por Oportunidade
Busangyy – Taxa de Investidores Informais
Suboanny – Taxa de Empreendimentos Nascentes
Teanec_p – Taxa de Atividade Empreendedora por Necessidade
Babybuyy – Taxa de Empreendimentos Novos
Teayy – Taxa de Atividade Empreendedora em Estágio Inicial (TEA)
Teayymal – Total da Atividade Empreendedora para a População Masculina
Teayyfem – Total da Atividade Empreendedora para a População Feminina
Dimensão das aspirações empreendedoras
TEAyyjg5 – Expectativa de Crescimento dos Empreendimentos em Estágio Inicial
TEAyynwp – Novos Produtos dos Empreendimentos em Estágio Inicial
TEAyyint – Orientação Internacional dos Empreendimentos em Estágio Inicial
Dimensão das atitudes empreendedoras
Futsupno – Intenções de Empreender
Nbgoodyy – Empreendedorismo como escolha de carreira
Frfailop – Taxa de Medo do Fracasso
Nbstatyy – Empreendedorismo como elevação do status
Knoentyy – Taxa de Conhecimento de Empreendedores
Nbmediyy – Atenção da mídia para o Empreendedorismo
Suskilyy – Percepção de Capacidades
Opportyy – Percepção de Oportunidades

Anexo A: Dimensões do Perfil Empreendedor e suas variáveis