

CIDADES EMPREENDEDORAS BRASILEIRAS: UM NOVO OLHAR A PARTIR DO RELATÓRIO ENDEAVOR BRASIL

Renan Moreira Pinto – renanmp91adm@gmail.com

Programa de Pós Graduação em Administração – PROPADM – Universidade Federal de Sergipe

Antônio Douglas Oliveira Cruz – antonioudouglas.si@gmail.com

Programa de Pós Graduação em Administração – PROPADM – Universidade Federal de Sergipe

Iracema Machado de Aragão – aragao.ufs@gmail.com

Programa de Pós Graduação em Administração – PROPADM e PPGPI – Universidade Federal de Sergipe

Maria Conceição Melo Silva Luft – ceicameloufs@gmail.com

Programa de Pós Graduação em Administração – PROPADM e PROFAP – Universidade Federal de Sergipe

Débora Eleonora Pereira da Silva – dsilva.ufs@hotmail.com

Programa de Pós Graduação em Administração – PROPADM – Universidade Federal de Sergipe

RESUMO

O empreendedorismo vem se constituindo como um impulsionador da sociedade e da qualidade de vida em virtude de sua influência no crescimento e desenvolvimento de uma região ou de um país. Por conta disso, a temática empreendedorismo tem sido estudada por diversos pesquisadores ao longo dos últimos anos e também emergiu como uma disciplina presente na grade curricular de diversas universidades em todo o mundo, inclusive no Brasil. Desta maneira, o presente estudo pretende conhecer o cenário do empreendedorismo brasileiro e também analisar as 32 cidades empreendedoras do país, estudadas pelo relatório produzido pela Endeavor Brasil em 2017, e as classificar de acordo com o gráfico proposto por Ryppestol (2017) em 4 proporcionando um novo olhar sobre o tema, por meio do cálculo da mediana, tendo identificado cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo, no quadrante de alto grau de inovação e mercado. Em outra situação as cidades de Recife, Florianópolis e Maringá, sobressaíram com relação à inovação, mas não se destacaram no pilar mercado, já cidades como Brasília, São Luís e Belém, não conseguiram atingir um bom índice de inovação, mas obtiveram um alto valor de mercado e a cidade de Aracaju, por exemplo, apresentou um baixo índice de inovação e mercado.

Palavras Chave: cidades empreendedoras brasileiras, empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, endeavor

ABSTRACT

Entrepreneurship has been constituted as a driver of society and quality of life due to its influence on the growth and development of a region or a country. Because of this, the entrepreneurship theme has been studied by several researchers over the last years and has also emerged as a discipline present in the curriculum of several universities around the world, including Brazil. Thus, this study aims to know the scenario of Brazilian entrepreneurship and also analyze the 32 entrepreneurial cities of the country, studied by the report produced by Endeavor Brasil in 2017, and classify them according to the graph proposed by Ryppestol (2017) in 4 providing a new look at the subject through the median calculation, having identified cities such as São Paulo and Rio de Janeiro, for example, in the high degree of innovation and market quadrant. In another situation, the cities of Recife, Florianópolis and Maringá, stood out with regard to innovation, but did not stand out in the market pillar, while cities such as Brasília, São Luís and Belém, failed to achieve a good rate of innovation, but obtained a high value. market and the city of Aracaju, for example, presented a low innovation and market index.

Keywords: Brazilian entrepreneurial cities, entrepreneurship, entrepreneurship in Brazil, endeavor

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem se constituindo como importante área de ensino e pesquisa em Administração, onde ele já figura como uma das disciplinas da grade curricular (GIL; SILVA, 2015). Ademais, não é somente na área de ensino que o empreendedorismo ganha notoriedade, pois também, fora da academia, existe a preocupação em desenvolver esse processo de maneira contínua, sendo, portanto, uma problemática que atinge diversos países.

Nesse sentido, o empreendedorismo pode ser útil a partir das suas características como um mecanismo impulsionador para a melhoria da sociedade e qualidade de vida, de acordo com Silva, Furtado e Zanini (2015). Para os autores, ele é muito importante numa sociedade, em virtude de sua influência com o crescimento e

desenvolvimento do país. Além disso, o crescimento alavanca outros diversos indicadores como, por exemplo, econômico, trabalho, renda, social etc.

Nesse contexto de importância, levando em consideração o cenário brasileiro atual, empreender evoluiu a ponto de se tornar algo necessário, principalmente pelas sérias problemáticas pela qual o país passa, visto que, de acordo com o IBGE (2018), a taxa de desocupação do trimestre encerrado em março de 2018 chegou a 13,1%, com aumento de 1,3 ponto percentual em relação ao último trimestre do ano passado (11,8%). O total de pessoas desocupadas também cresceu no período, passando de 12,3 milhões para 13,7 milhões. Ou seja, houve um aumento de 11,2% nesse contingente, ou mais 1,4 milhões de desempregados no país, e o empreendedorismo vem atuando como um “colchão social” ampliando e mantendo postos de trabalho, mitigando os efeitos da economia sobre o mercado de trabalho.

Diante de tal cenário e segundo o Endeavor Brasil (2017), é imprescindível que tenhamos cidades onde as condições para empreender sejam melhores. Também, há um reconhecimento crescente na pesquisa sobre empreendedorismo em que o comportamento econômico pode ser melhor compreendido dentro do seu contexto histórico, temporal, institucional, espacial e contextos sociais, e como esses contextos fornecem aos indivíduos oportunidades e limites estabelecidos por suas ações (WELTER, 2011).

Dessa forma, saber em qual contexto está inserido o empreendedorismo no Brasil e em que nível de comprometimento, cultura e crescimento ele está, mais especificamente, o espacial, é fundamental para o seu desenvolvimento. Portanto, o contexto é importante para entender quando, como e por que o empreendedorismo acontece e quem se envolve em ações (WELTER, 2011).

Para corroborar, Canever *et al.*, (2010) realizou uma pesquisa no Rio Grande do Sul em que ele encontrou evidências de que variáveis institucionais, econômicas e demográficas determinam a taxa de empreendedorismo.

Na esteira desses fatos, o presente estudo tem como objetivo conhecer o cenário do empreendedorismo no Brasil, bem como analisar e oferecer uma classificação das 32 cidades empreendedoras apresentadas pelo Índice de Cidades Empreendedoras da Endeavor Brasil, tendo como base o gráfico proposto por Rypestol (2017), proporcionando assim, um novo olhar tanto para o empreendedor, quanto para o gestor público e o cidadão de como está o ambiente do empreendedorismo no território brasileiro.

Por fim, o presente artigo está estruturado da seguinte maneira: na seção 2, serão abordados os conceitos e características fundamentais acerca do empreendedorismo no contexto brasileiro, bem como falar sobre a organização *Endeavor* e as características dos seus relatórios, principal fonte de dados secundários para o trabalho. Sendo ainda introduzido o modelo matricial proposto por Rypestol (2017). Na sequência, na seção 3, são expostos os procedimentos metodológicos e, na seção 4, que consiste no cerne do presente trabalho, se encontra a parte referente a análise e classificação das cidades empreendedoras. Na última seção, são apresentadas as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são apresentados os principais tópicos que permeiam o desenvolvimento desta pesquisa.

2.1 EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO BRASILEIRO

O termo empreendedorismo já é conhecido por muita gente, porém, qual a sua definição? Como surgiu este termo? Ele foi utilizado pela primeira vez por volta do século XVIII, por Cantillon, que foi o pioneiro no uso deste termo e em seguida diversos outros autores começaram a utilizá-lo, como Jean Baptiste Say no século XIX e XX e Schumpeter no século XX (TAVARES; RODRIGUES, 2015). Os estudos nessa área já existem há muito tempo, só na América há mais de 50 anos, mas ganharam força nos anos 90, quando começou a ser estudado tanto em universidades quanto por cientistas, que desejavam compreender a figura do empreendedor, como suas motivações e seu comportamento, dando origem à uma análise de diversos aspectos sobre esta temática (COSTA; PACHECO; UCELLO, 2017).

Logo, é natural que existam múltiplas maneiras que os pesquisadores utilizem para conceituar o termo empreendedorismo, o que é possível notar analisando alguns estudos nesta área (DAILY et al, 2002). Segundo Sharma e Chrisman (1999), o empreendedorismo pode ser definido como um processo pelo qual um indivíduo ou grupo de indivíduos desassociados de qualquer organização, criam uma nova empresa. Gartner (1988)

sintetiza esta mesma definição afirmando ser apenas a criação de novas empresas. Nos anos de 1980, Peter Drucker (1985) conceitualizou o empreendedorismo como um ato de inovação que envolve o uso dos recursos existentes de um jeito inovador. Já Bygrave e Hofer (1991), colocaram o foco no processo empreendedor que engloba toda a cadeia, partindo da identificação de uma oportunidade até a criação de uma startup.

Schumpeter, por sua vez, define que o empreendedor por meio da exploração de novos recursos e materiais, pela criação de novas formas de organização, ou pelo desenvolvimento de novos produtos ou serviços, é a figura que acaba com ordem econômica existente (SCHUMPETER, 1949).

Dentre diversas definições, algo que as conecta é o fato do empreendedorismo estar ligado à inovação. Ou seja, todas elas trazem nas suas entrelinhas, um aspecto inovador que é preciso ser colocado em prática pelo empreendedor. Além disso, as pesquisas sobre empreendedorismo também englobam outros fatores, como criatividade, liderança, visão de futuro, riscos, dentre outros (GIL; SILVA, 2015). O que se faz curioso, é que o campo do empreendedorismo tem despertado o interesse de especialistas das mais variadas áreas de estudo, sendo um ponto positivo pois os debates fomentam o desenvolvimento neste campo de estudo. E uma pergunta que despertou o interesse de pesquisadores, foi: “O que leva uma pessoa a empreender?”

Segundo Bessant e Tidd (2009), diversos fatores podem afetar a criação de novos negócios, como a personalidade, o contexto familiar, histórico (como os pais autônomos), ambiente de trabalho, suporte de algumas instituições, entre outros, e ainda destacam que por mais empreendedor que seja uma pessoa, um contexto que ofereça acesso aos recursos necessários será essencial.

Além disso, como destaca o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo de 2 formas: a) por oportunidade ou; b) por necessidade. A primeira forma representa a pessoa envolvida com o empreendedorismo “por terem identificado uma oportunidade no ambiente” (GEM, 2017, p. 9). Já a segunda, reúne “(...) aquele (empreendedor) que afirma ter iniciado o negócio pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda.” (GEM, 2017, p. 9). O mesmo relatório identificou que 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade. Ou seja, no contexto brasileiro, muitos são os empreendedores que acabam seguindo este caminho por necessidade, principalmente em virtude da crise econômica que elevou o desemprego no país e fez com que o empreendedorismo surgisse como uma alternativa para o desemprego. Isso ocorre pelo fato de que, nos Estados Unidos, por exemplo, o empreendedorismo está relacionado ao desenvolvimento econômico (SILVA, FURTADO; ZANINI, 2015) ou seja, à geração de riqueza. Em virtude disso, se faz necessário o suporte ao empreendedorismo, principalmente através da máquina pública.

De acordo com Dornelas (2016), com a abertura da economia na década de 1990, que acabou levando à criação de algumas entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), o empreendedorismo começou a ganhar força no território brasileiro. Segundo dados do GEM, em 2017 a taxa de empreendedorismo no Brasil era de 36,4%, ou seja, 50 milhões de brasileiros que já possuíam ou desenvolveram alguma ação almejando um empreendimento no futuro (GEM, 2017).

O Sebrae, por exemplo, é hoje uma dessas empresas que mais incentivam e oferecem suporte para o empreendedor no Brasil, por meio de cursos, consultorias e outras atividades, focadas principalmente no micro e pequeno empresário (SEBRAE, 2018). Porém, por mais que existam esforços para oferecer esse suporte para os empreendedores brasileiros, o cenário ainda é complicado. Isso ocorre justamente por esse contexto exigir uma integração do setor público, bem como o apoio da iniciativa privada, das universidades, ou seja, é essencial uma verdadeira atuação conjunta de diversas esferas para solucionar os problemas que limitam o desenvolvimento do empreendedorismo no país. Alguns desses fatores foram identificados no GEM (2017, p. 17), como: a) as políticas governamentais e programas que necessitam de mais iniciativas para a melhoria do ambiente para abrir e manter novos negócios no Brasil, principalmente com relação às questões tributárias e burocráticas; b) apoio financeiro, pois existem dificuldades relacionadas à disponibilização e acesso à recursos; c) contexto político e econômico, devido a crise que afetou o país em 2016 e 2017, impactando o “animus” empreendedor do brasileiro.

O mesmo relatório, também consultou especialistas que foram convidados à identificar melhorias que poderiam ser feitas para melhorar a atividade empreendedora no país, principalmente no âmbito das Políticas Governamentais. Dentre essas recomendações, pode-se citar como exemplo uma reforma do sistema tributário

nacional, tornando-o mais simples; uma desburocratização, facilitando para quem deseja empreender; uma melhor política de desenvolvimento para os pequenos negócios, para tornar mais simples e desonerar a vida dos empreendedores, dentre outras medidas (GEM, 2017). Ou seja, percebe-se que o governo precisa desenvolver diversas ações para que o empreendedorismo possa se desenvolver sem os entraves burocráticos, que acabam freando a sua expansão.

Além disso, também são necessárias medidas no âmbito da educação e capacitação, onde é possível destacar os investimentos em capacitação e mentorias; apoio as instituições que incentivam o empreendedorismo (como o Sebrae, Senac, etc); incentivar o empreendedorismo em mídias que atinjam muitas pessoas; o ensino da educação empreendedora nas escolas e; uma maior aproximação da atividade empreendedora com a academia (GEM, 2017)

Por último, outro tópico que merece atenção diz respeito ao apoio financeiro, sendo essencial para as melhorias das condições de empreender no Brasil. O relatório recomenda a oferta de novas fontes de financiamento para empresas que estão iniciando suas atividades e pequenas empresas; além de oferecer melhores condições de financiamento para os empreendedores, o que os possibilitaria expandir os negócios (GEM, 2017).

Sendo assim, fica evidente que o Brasil ainda precisa melhorar em diversos pontos para conseguir se desenvolver ainda mais e oferecer melhores condições para o empreendedorismo no país.

O próximo tópico irá abordar o relatório Endeavor Brasil, que é parte importante do presente estudo, explicando de uma maneira geral o que ele analisa e como ele faz o seu estudo sobre as cidades empreendedoras no Brasil.

2.2 ENDEAVOR BRASIL

Abrir um negócio, manter e ainda desenvolver de forma contínua não é uma atividade simples, pelo contrário, exige diversas habilidades, atitudes, conhecimentos e entre outros aspectos. Nesse sentido, um ponto crucial, presente nos diversos aspectos exigidos, é o local de abertura de qualquer negócio, tanto em uma perspectiva micro, quanto macro, pois uma localidade que ofereça mais oportunidades e menos ameaças pode se tornar promissor para essa empresa nascente. Diante disso, estudos que ofereçam informações seguras e precisas a respeito de diversos locais, mais especificamente das cidades Brasileiras e suas variadas características, tornam-se ferramentas imprescindíveis, principalmente para investidores.

A partir desse contexto emerge a Endeavor Brasil, organização global sem fins lucrativos que atua no Brasil desde 2000, com operações ativas em 8 estados, onde já apoiaram centenas de empreendedores de alto impacto, fomentando o ecossistema empreendedor brasileiro (ENDEAVOR BRASIL, 2018).

Uma métrica auxiliadora que a Endeavor propõe para fomentar o empreendedorismo Brasileiro é o índice de cidades empreendedoras. Conforme a Endeavor Brasil (2017), o Índice de Cidades Empreendedoras é um esforço da organização em ajudar governos e sociedade civil a definir prioridades e acompanhar resultados na melhoria do ambiente de negócios.

Os seus resultados podem impactar em três atores: no gestor público, que pode utilizar o índice para embasar uma análise abrangente da sua cidade e identificar pontos de melhoria relevantes para a atividade empreendedora; na própria figura do empreendedor, que pode refletir sobre a localização das melhores oportunidades para desenvolver suas atividades e; no cidadão, que consegue tanto acompanhar o trabalho que vem sendo desenvolvido pelos gestores quanto cobrar por mudanças que ele julga ser necessária (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

Para a construção do Índice, a Endeavor Brasil criou um *framework* adequado à realidade do país e em sintonia com as ferramentas utilizadas por organizações internacionais, como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e consultorias especializadas (ENDEAVOR BRASIL, 2017). Este é estruturado a partir de sete pilares ou determinantes, sendo eles: ambiente regulatório; infraestrutura; mercado; acesso a capital; inovação; capital humano e cultura empreendedora. No Quadro 01, destacamos dois deles, o de inovação e o de mercado, que serão os pilares analisados nesta pesquisa.

Quadro 01: Detalhes do *Framework*

Mercado	
Desenvolvimento econômico	<ul style="list-style-type: none"> • PIB total; • Crescimento real médio do PIB; • Proporção de empresas exportadoras com sede na cidade;
Clientes potenciais	<ul style="list-style-type: none"> • PIB per capita; • Médias das proporções entre grandes e médias empresas e médias e pequenas; • Média das compras públicas por empresas;
Inovação	
Inputs	<ul style="list-style-type: none"> • Proporção de mestres e doutores em ciência e tecnologia; • Proporção de funcionários nas áreas de ciência e tecnologia; • Média de investimentos do BNDES e FINEP; • Índice de infraestrutura tecnológica; • Contratos de concessões;
Outputs	<ul style="list-style-type: none"> • Proporção de empresas com patentes; • Tamanho da economia criativa; • Tamanho da indústria inovadora; • Tamanho das empresas TIC;

Fonte: Adaptado de Endeavor Brasil (2017)

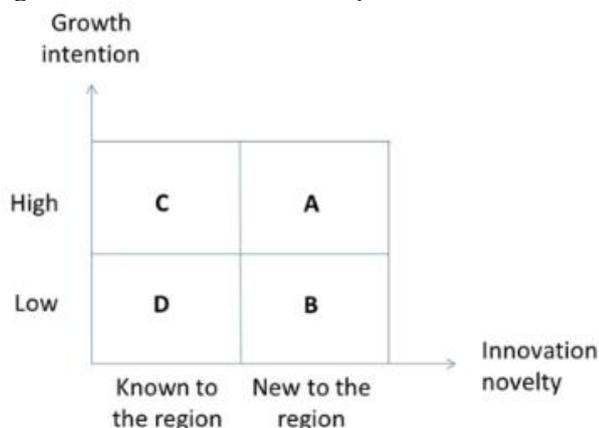
Através deste framework, é possível compreender efetivamente o que é medido em cada um dos dois pilares analisados, que serão norteadores para a presente pesquisa e serão inseridos na matriz proposta por Rypestol (2017), sendo este o próximo tópico do referencial. Vale ressaltar a seleção do pilar Mercado pelo fato de proporcionar impacto positivo em concorrência e inovação, aumentando o desempenho das empresas e reestruturando o mercado, além disso, quando o mercado vai bem em determinada área, é comum atrair empreendedores interessados em ultrapassar as fronteiras locais, ou seja, um mercado aquecido atrai a atividade empreendedora (ENDEAVOR BRASIL, 2017). Já o pilar inovação, alimenta a competitividade e, conseqüentemente, gera mais lucro para aqueles que mais se destacam (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

Portanto, são duas perspectivas fundamentais para serem analisadas, principalmente pela capacidade de gerar valor e desenvolvimento para a região que fomenta o crescimento focado nessas duas visões.

2.3 MODELO PROPOSTO POR RYPESTOL

No trabalho intitulado “*Regional industrial path development: The role of new entrepreneurial firms*” desenvolvido por Rypestol (2017) o autor identifica uma lacuna existente na classificação e tipologia que expliquem quais os efeitos produzidos por novas firmas empreendedoras podem ter nas indústrias regionais e o seu desenvolvimento futuro. Para tanto, o autor desenvolve a seguinte matriz, exibida na Figura 01.

Figura 01: Matriz de Combinação



Fonte: Rypestol (2017, p.12)

A matriz elaborada pelo autor, combina dois elementos, grau de novidade da inovação e intenção de crescimento, argumentando que ambas são “importantes para identificar a possível contribuição do futuro caminho industrial de novas empresas empreendedoras” (RYPESTOL, 2017, p. 11). Para elaborar o gráfico, o autor introduziu esses dois elementos na matriz 2x2, o que gera 4 combinações diferentes das duas categorias.

Portanto, a empresa localizada no quadrante A, possui um alto grau de intenção de crescimento combinado com uma inovação “nova” para aquela região. Uma empresa localizada no quadrante B, também apresenta o mesmo grau de novidade da inovação naquela região que uma localizada no quadrante A, porém com uma baixa intenção de crescimento. Já uma organização localizada no quadrante C teria uma alta intenção de crescimento e teria um grau de novidade da “inovação” classificado como conhecido na região. E uma empresa localizada no quadrante D, teria uma baixa intenção de crescimento e manteria o mesmo grau de novidade da inovação, como conhecida na região.

Na seção seguinte, os procedimentos metodológicos adotados neste trabalho serão descritos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho tem como abordagem uma pesquisa qualitativa, com o objetivo descritivo. Adicionalmente, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica em periódicos para a coleta de artigos científicos e a documental em instituições como a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), Endeavor Brasil e o Sebrae com o propósito de realizar a captura de dados para uma posterior análise.

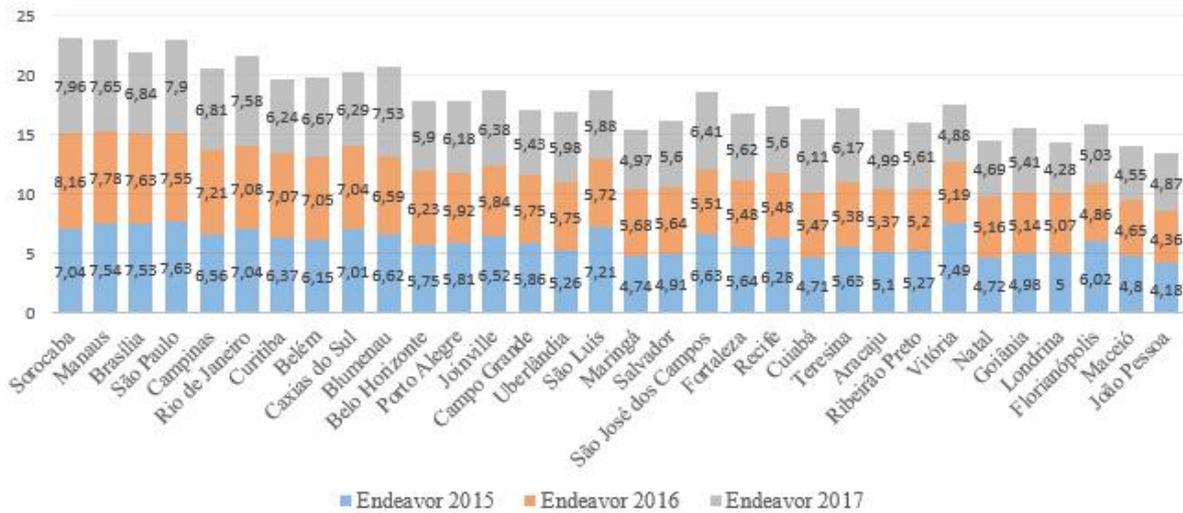
No diagnóstico, o artigo consiste primordialmente no somatório dos índices de cada uma das 32 cidades empreendedoras, de acordo com o Endeavor Brasil (2015, 2016 e 2017), tendo como base os pilares “Mercado” e “Inovação” apresentados pelos mesmos relatórios, onde serão feitas duas medianas gerais das 32 cidades, uma para o pilar “Mercado” e outra para o pilar “Inovação”. As medianas irão justificar o posicionamento de cada cidade no gráfico proposto por Rypestol (2017) e representará a sua intenção de crescimento em relação ao mercado e o grau de inovação proposto pelo mesmo. A mediana do eixo mercado, obteve o valor 17,46 enquanto a do eixo inovação, 17,155. Após o somatório do triênio 2015-2016-2017 das cidades em cada um dos pilares, elas foram alocadas nos quadrantes “altos” ou “baixos” de cada eixo, onde depois foi feito o cruzamento dos 2 eixos, determinando a posição exata de cada cidade em apenas um quadrante. Além disso, o trabalho propõe gráficos para uma análise temporal a partir dos relatórios Endeavor Brasil (2017; 2016 e 2015) sobre as cidades e as suas respectivas melhoras ou não, em relação aos determinantes “Mercado” e “Inovação”.

4 ANÁLISE E CLASSIFICAÇÃO DAS CIDADES EMPREENDEDORAS

O primeiro item a ser analisado, é o pilar mercado. Esse item utiliza 2 indicadores, como observado no Quadro 01, já exposto. Um deles é o de desenvolvimento econômico, que “dimensiona o mercado através das medidas de PIB total e seu crescimento e do alcance ao mercado externo” (ENDEAVOR, 2017, p.39). O outro indicador avaliado são os clientes potenciais que, por sua vez, analisam o poder de compra de três tipos de consumidores, o modelo B2B (*Business to Business*), B2Gov (*Business to Government*) e o B2C (*Business to Consumers*), tendo assim a possibilidade de identificar como o mercado consegue absorver tanto os produtos quanto os serviços das empresas.

Sendo assim, na figura 02, é exibido o somatório dos valores dos 3 anos (2015, 2016 e 2017) obtidos no relatório anual da Endeavor para cada uma das 32 cidades, constituindo a sua nota geral no pilar mercado.

Figura 02: Somatório dos valores do pilar mercado do triênio 2015 – 2016 – 2017



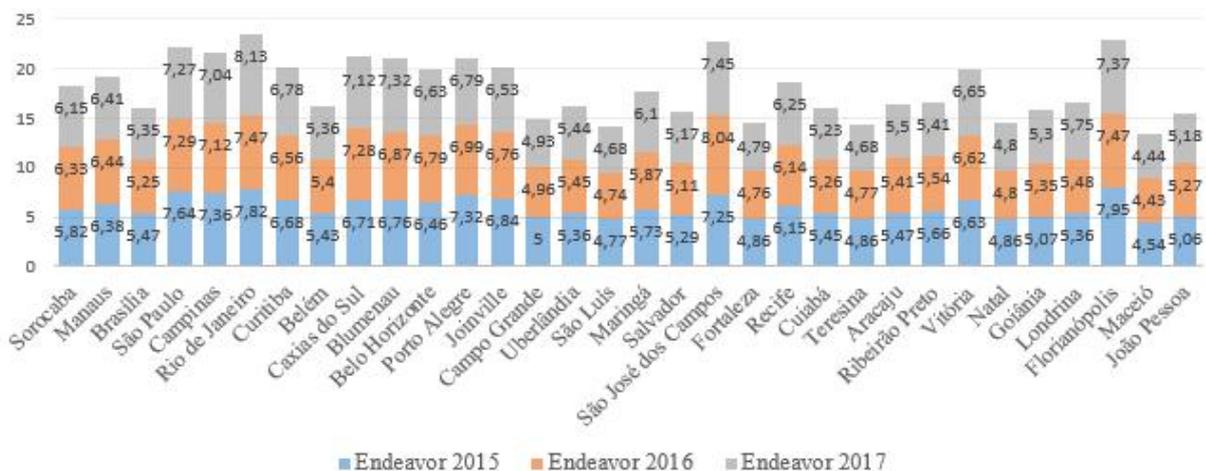
Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Como é possível notar, algumas cidades se destacam possuindo um acumulado mais alto neste triênio, como Sorocaba, São Paulo, Manaus, Brasília, Campinas, Rio de Janeiro e Blumenau. Por outro lado, algumas cidades possuem um baixo somatório do pilar mercado, como Londrina, Natal, Maceió e João Pessoa.

Outro pilar analisado para a classificação das cidades, é o pilar Inovação. Neste pilar, foram avaliados 2 indicadores, como exibido no Quadro 01. O primeiro deles é o Input, onde é esperado que as cidades possuam índices mais elevados tanto de Mestres quanto de Doutores em Ciência e Tecnologia, bem como uma melhor infraestrutura tecnológica, uma alta média de investimentos como os do BNDES e da Finep, e também uma maior proporção de contratos de concessões. Já no Output, espera-se que as cidades mais inovadoras possuam uma maior quantidade de empresas com patentes e também softwares e também mais empresas de economia criativa, de indústria inovadoras ou aquelas ligadas à tecnologia. (ENDEAVOR, 2017).

A figura 03 a seguir, demonstra o desempenho de cada uma das cidades analisadas durante o triênio em questão, com relação ao pilar da inovação

Figura 03: Somatório dos valores do pilar inovação do triênio 2015 – 2016 – 2017



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

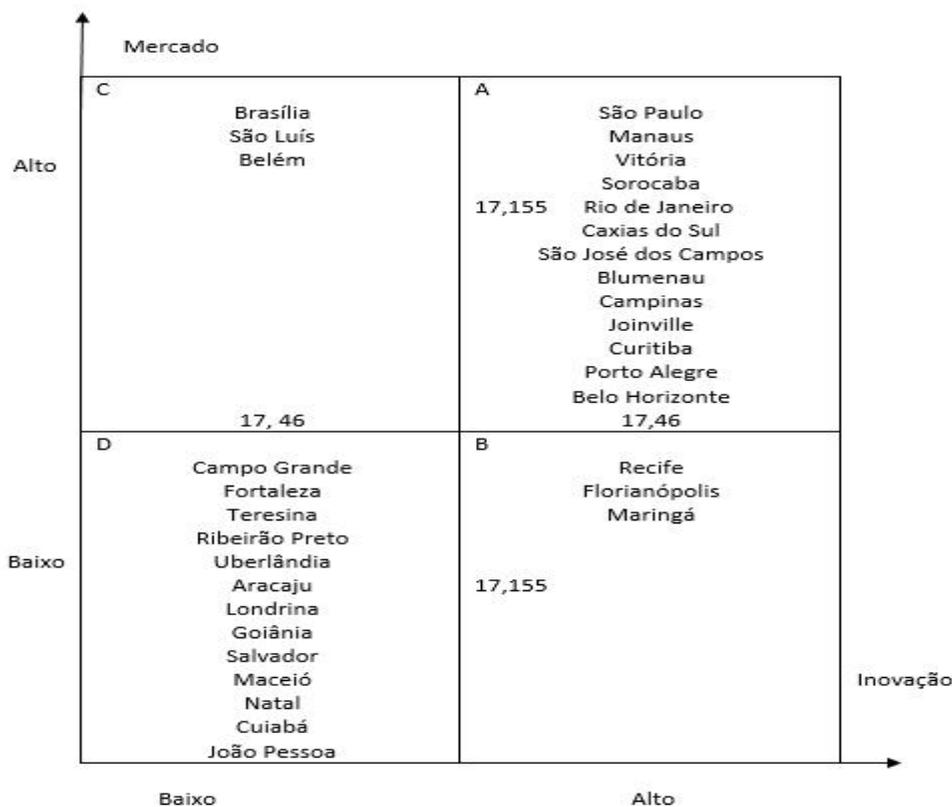
Com relação ao somatório do pilar inovação no triênio, as cidades que se saíram melhor foram: São José dos Campos, Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis e Campinas. Outras cidades, como Maceió, São Luís, Teresina, Fortaleza e Natal não conseguiram um bom desempenho.

Com o conhecimento de cada pilar, se torna possível classificar as cidades no gráfico que foi adaptado do modelo de Rypestol (2017). O modelo, conforme exposto anteriormente, é dividido em 4 quadrantes, que foram sobrepostos no eixo inovação e no eixo mercado, que correspondem as seguintes características:

- No quadrante A, estão localizadas as cidades com alto grau de inovação e de mercado;
- No quadrante B, estão classificadas as cidades com alto grau de inovação e baixo grau de mercado;
- No quadrante C, estão alocadas as cidades com alto grau de mercado e baixo grau de inovação;
- No quadrante D, estão plotadas as cidades com baixo grau de mercado e inovação.

Sendo assim, todas as 32 cidades foram classificadas no gráfico proposto por Rypestol (2017) e os resultados podem ser observados a seguir, com a figura 03.

Figura 03: Posicionamento das Cidades de acordo com o grau de mercado e inovação



Fonte: Elaborado pelos autores (2018), adaptado de Rypestol (2017, p. 12)

Ao observar a Figura 03, é possível verificar que a grande maioria das cidades foi classificada no quadrante A e no quadrante D, e apenas três delas ficaram no B e outras três no C. É possível notar, que das 13 cidades que ficaram no quadrante D, que representa um baixo grau de mercado e inovação, 7 delas são da Região Nordeste do Brasil. Isso é reflexo de alguns fatores, como a falta de recursos para investir em atividades de ciência e tecnologia, a falta de empresas focadas nessa área, bem como os baixos valores de PIB per capita e a pouca quantidade de empresas exportadoras presentes nesta região (ENDEAVOR, 2017).

No quadrante A, que representa os valores mais altos nos 2 pilares analisados, inovação e mercado, é possível observar um certo equilíbrio entre cidades do Sudeste, com 7 representantes, e cidades do Sul, com 5. Além delas, ainda aparece 1 cidade do Norte do Brasil, Manaus, totalizando 13 cidades neste quadrante. A

concentração destas cidades do sul e sudeste neste quadrante, tem como motivo o fato de possuírem um PIB elevado, que é fruto da maior concentração de empresas nesta região, concentrando um bom número de grandes empresas e empresas exportadoras, e também da estrutura produtiva, o que acaba refletindo no dinamismo econômico destas regiões perante as outras. Além disso, elas se destacam pela presença de mão de obra qualificada para atuar nas áreas de ciência e tecnologia, se destacam no registro de patentes e no recebimento de investimentos públicos. Desta maneira, as empresas do eixo sul-sudeste conseguem uma certa vantagem competitiva em função de processos inovadores que são frutos de um ciclo de inovação (ENDEAVOR, 2017). Manaus figura na lista por apresentar um elevado índice de clientes potenciais, concentrar uma boa média das proporções entre grandes e médias empresas e pequenas empresas, provavelmente estimulados pela presença da Zona Franca de Manaus.

No quadrante B e C se concentraram as cidades que se destacaram em um pilar mas não se saíram tão bem no outro.

No quadrante B, aparece Recife, Florianópolis e Maringá, que sobressaíram com relação à inovação mas não se destacaram no pilar mercado. A cidade de Recife, por exemplo, possui o porto digital de Recife, que foi classificado pela empresa de consultoria A.T. Kearney como o maior e mais rentável parque tecnológico do Brasil (BARIFOUSE; SALGADO, N/D).

No quadrante C, encontram-se as seguintes cidades: Brasília, São Luís e Belém, que não conseguiram atingir um bom índice de inovação, mas obtiveram um alto valor de mercado. No relatório Endeavour, percebe-se que tanto Belém quanto Brasília possuem ótimos índices de potenciais clientes, São Luís também possui um bom índice, superando inclusive a cidade de São Paulo. Brasília ainda se destaca por possuir o melhor PIB per capita entre as 32 cidades (ENDEAVOR, 2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar e classificar as 32 cidades empreendedoras no gráfico proposto por Rypestol (2017), utilizando como base os pilares de Inovação e de Mercado, oferecendo um novo olhar sobre esses dados e proporcionando uma visão focada na correlação entre esses 2 pilares.

Com base nas análises desenvolvidas, nota-se que existe uma certa polarização das cidades, que estão concentradas em sua grande maioria em 2 quadrantes, no A e no D. Isso demonstra que existe um certo distanciamento tanto no pilar Inovação quanto no pilar Mercado entre os dois grupos, principalmente entre o eixo Sul-Sudeste, concentrado no A e a Região Nordeste, que reuniu muitas cidades no grupo D. Portanto, ainda são necessárias novas ações para estimular os fatores analisados no pilar Inovação na Região Nordeste, como por exemplo um maior investimento do BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social da FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos, investimento em Ciência e Tecnologia, para a formação de Mestres e Doutores nesta área, uma maior agilidade e facilidade nos processos de patentes, dentre outros pontos.

Além disso, também precisam ser estimulados outros fatores para que o mercado se desenvolva, como a diminuição do desemprego, o que pode ser feito por meio do incentivo à atividade empreendedora, por exemplo, aumentando o poder de compra da população local. Como consequência, as empresas crescem gerando mais empregos e desenvolvimento local, provocando também um aumento do PIB Total e do PIB per Capita, o que muitas vezes oferece condições para uma organização expandir sua área de atuação, podendo ter acesso inclusive ao mercado internacional.

Portanto, são diversas as possibilidades para que o país possa se desenvolver ainda mais, e muitas dessas mudanças estão nas cidades empreendedoras, que podem proporcionar melhores condições para os empreendedores brasileiros. Estes empreendedores têm a capacidade de desenvolver seus negócios e estimular a economia como um todo, mas precisam de uma integração com a esfera pública, por exemplo, para que esta proporcione melhores condições no ambiente de negócios, que vão desde o estímulo à formação de mão de obra qualificada ao acesso à capitais e recursos. Oferecendo as devidas condições para que o ambiente de negócios se torne mais eficiente, inovador, menos burocrático e transparente, a cultura do empreendedorismo irá se tornar cada vez mais presente na sociedade, que será beneficiada em todos os sentidos.

Espera-se, portanto, que o presente trabalho possa contribuir oferecendo um novo olhar sobre o cenário do empreendedorismo no Brasil, tendo como base os pilares de Mercado e de Inovação, que foram

analisados pelo relatório do Endeavor. Desta maneira, tanto o empreendedor, quanto o cidadão ou um administrador público, pode utilizar o presente estudo para refletir sobre as melhores oportunidades de investimento, saber o que precisa ser desenvolvido e melhorado, bem como acompanhar e conhecer o potencial de cada uma das 32 cidades empreendedoras nos pilares analisados.

Como limitação desta pesquisa, inclui-se o fato de ter sido utilizada como base apenas 2 pilares. Desta maneira, sugere-se que novos estudos sejam feitos replicando estes mesmos procedimentos metodológicos, porém, analisando pilares diferentes, o que pode oferecer um novo olhar sobre o relatório, agregando ao que já foi exposto no presente trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (FAPITEC/SE) pelo apoio financeiro para o desenvolvimento desta pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARIFOUSE, R.; SALGADO, R. **Negócios movidos a ideias**. Época, n/d. Disponível em: <<https://glo.bo/U7PXL8>> Acesso em: 20 de Julho de 2018.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre. Bookman, 2009.
- BYGRAVE, W. D.; HOFER, C. W. Theorizing about entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 16, n. 2, p. 13-22, 1991.
- CANEVER, M. D. et al. Entrepreneurship in the Rio Grande do Sul, Brazil: the determinants and consequences for the municipal development. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. v. 48, n. 1, p. 85-108, 2010.
- COSTA, E. V.; PACHECO, J. L. da S.; UCELLO, E. de L. EMPREENDEDORISMO: a iniciativa de empreender em meio ao atual cenário socioeconômico brasileiro. **Revista Eletronica da Faculdade de Direito de Alta Floresta**, MT, v.6, n.1. 2017.
- DAILY C. M., MCDougall P.P., COVIN J. G.; DALTON D. R. Governance and strategic leadership in entrepreneurial firms. **Journal of Management**. 28, 387–412. 2002.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- DRUCKER, P. **Innovation and entrepreneurship**. New York: Harper & Row, 1985.
- ENDEAVOR, Índice de cidades empreendedoras. 2017 Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/ice2017>> Acesso em: 18 de Julho de 2018.
- _____. Índice de cidades empreendedoras. 2016. Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/ice2016>> Acesso em: 18 de Julho de 2018.
- _____. Índice de cidades empreendedoras. 2015. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/indice-cidades-empreendedoras-2015/>> Acesso em: 18 de Julho de 2018.
- GARTNER, W. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. **American Journal of Small Business**, v. 12, n. 4, p. 11-32, 1988.
- GIL, A. A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, A. C.; SILVA, S. P. M. O método fenomenológico na pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**. v 17, p. 99-113, 2015.
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo**. São Paulo, SEBRAE, 2017.
- IBGE. **Desemprego volta a crescer no primeiro trimestre de 2018**. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2KJwcUN>> Acesso em: 10 de julho de 2018.
- KATZ, J. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 2, p. 283-300, 2003.
- RYPESTOL, J. L. Regional industrial path development: The role of new entrepreneurial firms. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, 2017.
- SCHUMPETER, J. A. The Theory of Economic Development. Cambridge; **Harvard University Press**. 1949.
- SEBRAE, **O que é o Sebrae?** Disponível em: <<https://bit.ly/1xs9N4Q>> Acesso em 18 de Julho de 2018.

SHARMA P. and CHRISMAN J. J. Towards a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice** 23,1 1 –27, 1999

SILVA, A.C.C. J. da; FURTADO, J. H.; ZANINI, R.R. Evolução do empreendedorismo no brasil baseada nos indicadores do global entrepreneurship monitor (GEM). **Revista Produção Online**, Florianópolis, SC, v.15, n. 2, p.758-780, 2015.

TAVARES, L.F; RODRIGUES, M. S. O Sebrae e o fortalecimento do discurso do empreendedorismo no brasil: uma análise a partir do relatório global entrepreneurship monitor (GEM). **Sinergia**, Rio Grande, 19 (1): 47-55, 2015.

WELTER, F. Contextualizing entrepreneurship-conceptual challenges and ways forward. **Entrep Theory Pract** 35(1):165–184, 2011.