

GILMARA INÁCIO VIEIRA

**DETERMINANTES DA OFERTA DE
EMPREENDEDORES NAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS
DE FORTALEZA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará como requisito parcial para obtenção de grau de Mestre.

Orientador: Prof. PhD. Paulo César de Sousa Batista.

FORTALEZA - CEARÁ

2008

V657d Vieira, Gilmara Inácio
 Determinantes da oferta de empreendedores nas
 indústrias criativas de Fortaleza / Gilmara Inácio Vieira. –
 Fortaleza, 2008.
 182p.; il.
 Orientador: Prof. PhD. Paulo César de Sousa Batista.
 Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração
 de Empresas) Universidade Estadual do Ceará, Centro de
 Estudos Sociais Aplicados.
 1. Empreendedorismo – fatores determinantes. 3.
 Indústria criativa. 2. Universidade Estadual do Ceará,
 Centro de Estudos Sociais Aplicados.

CDD: 658

GILMARA INÁCIO VIEIRA

**DETERMINANTES DA OFERTA DE EMPREENDEDORES NAS
INDÚSTRIAS CRIATIVAS DE FORTALEZA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará como requisito parcial para obtenção de grau de Mestre.

Aprovada em: 30/10/2008

BANCA EXAMINADORA:

Prof. PhD. Paulo César de Sousa Batista - UECE
Orientador / Presidente

Profa. Dra. Ana Sílvia Rocha Ipiranga - UECE
Membro

Profa. Dra. Ana Maria Matos Araújo - UECE
Membro

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Gil Vieira (*in memoriam*) e
Maria José, com todo o meu amor.

AGRADECIMENTOS

Ao final desta caminhada em busca da expansão do conhecimento é gratificante olhar para trás e perceber que durante esta trajetória pude contar com a ajuda de diversas pessoas, sem as quais não seria possível suportar tantos desafios que se impõem ao longo do percurso. Em razão disso registro o meu MUITO OBRIGADA a todos pelo carinho e atenção, palavras de motivação e de credibilidade durante todo esse tempo.

Ao Prof. Paulo César, meu orientador, que soube ouvir meu silêncio, calar minhas falas e esperar meu tempo e meu ritmo pacientemente, tornando-se um grande amigo nesta jornada.

Aos membros da banca examinadora, Profa. Ana Sílvia e Profa. Ana Maria Matos, pelas valiosas sugestões que enriqueceram este trabalho.

Aos colegas do mestrado, especialmente o colega Evandro C. F. Gomes, pelos constantes diálogos e discussões que ajudaram a compreender importantes questões e pelo companheirismo que tornou a caminhada mais leve e prazerosa.

Ao Banco do Nordeste do Brasil S.A. que atendeu prontamente o meu pedido de dispensa para me dedicar à conclusão da presente pesquisa acadêmica.

Aos meus amigos e familiares pelas manifestações de apoio incondicional.

A Deus pela fé e determinação.

RESUMO

As economias modernas, particularmente em regiões desenvolvidas, têm apresentado menor dependência da industrialização e de atividades urbanas convencionais, tendo em vista a crescente parcela de sua dinâmica em atividades econômicas baseadas na informação, no conhecimento e na cultura, componentes das Indústrias Criativas ou da Economia Criativa. Assim, tendo a Teoria Eclética do Empreendedorismo, como o mais influente prisma de análise, o objetivo desta dissertação é analisar os fatores determinantes da oferta de empreendedores nas Indústrias Criativas de Fortaleza. Como estratégias de investigação, foram analisados dados secundários e primários sobre determinantes da oferta de empreendedores neste segmento econômico. O segundo grupo de informações foi coletado a partir de uma *survey* com 157 trabalhadores autônomos, empresários, funcionários e dirigentes do governo e empresas públicas, com envolvimento em atividades do setor. Os dados foram analisados descritivamente e com auxílio de análise multivariada, compreendendo a análise fatorial e a regressão múltipla. No que respeita à análise dos dados secundários, pode-se destacar que Fortaleza registrou acelerado crescimento populacional atribuído, em grande parte, ao êxodo rural ocorrido em virtude dos períodos de seca que resultaram na vinda de milhares de retirantes para a capital. Este fato histórico contribuiu para o delineamento da cultura local, pela hibridação da cultura que ampliou o patrimônio imaterial através da diversidade de expressões artísticas, culturais e criativas enraizadas nesse povo. As migrações contribuíram também para formação do perfil sócio-econômico da população, representada por uma maioria de pessoas jovens, com idade entre 20 e 39 anos, de baixa escolaridade e renda, inseridas numa economia local com elevados níveis de disparidade de renda e desemprego, combinado com um expressivo contingente de pessoas trabalhando na informalidade. Contudo, a cidade conta com Plano Estadual de Governo que objetiva a valorização da diversidade e a promoção da cidadania, tendo a promoção da cultural como uma das estratégias para o alcance desses objetivos. No tocante à análise multivariada, foram confirmadas as hipóteses da influência positiva da necessidade de realização, da propensão a inovar, da postura estratégica e da propensão ao risco. Nos três

primeiros casos a relação apresentou um grau de significância ao nível inferior a 0,05 e no quarto caso no nível de 0,07. Para o prosseguimento dos trabalhos nesta linha de investigação, são sugeridas a análise dos dados com o uso de equações estruturais, a aplicação do modelo a outros segmentos econômicos relevantes no Estado, como o de software, e a investigação das políticas públicas capazes de promover o desenvolvimento de oportunidades econômicas no campo das Indústrias Criativas e de empreendedores aptos a explorá-las.

Palavras-chave: empreendedorismo - fatores determinantes; indústrias criativas.

ABSTRACT

Modern economies, particularly developed countries, have shown less dependency to industrialization and conventional urban activities, due to increasing importance of the economic activities based on information, knowledge and culture, the three major components of creative economy. Taking this new trend in consideration and adopting the Eclectic Theory of Entrepreneurship as the relevant paradigm, the objective of this dissertation is the analyses of determinant factors of the entrepreneur supply of creative industry in Fortaleza and of its effects on local development. As a part of methodological strategy, were analyzed secondary and primary data on determinants of the entrepreneur supply to the creative industry. The primary data was collected through a survey applied to 157 respondents, among them private and public workers, managers and public policy formulators with activities on the creative industry. The data was analyzed both in a descriptive and quantitative approaches. The quantitative techniques used were the factor analyses and the multiple regression. Regarding to the analyses of the secondary data, it can be said that Fortaleza had strong population growth rate in the last century, mainly from immigration from rural areas, due to drought. His historical fact contributed to the formation of local culture, particularly the immaterial inheritance and cultural diversity. Immigration also contributed to the now-a-days economic and social profile of the population, formed for a majority of young people with an age between 20 and 39 years old, highly unemployed, with low level of education and income, engaged in great proportion in informal economic activities. However, both state and local government have policies to value cultural diversity and to promote citizenship through cultural activities. With regard to the multivariate analyses, it was found that the major hypotheses about the constructs of the model were validated. It means that the need of realization, the propensity to innovation, the strategic intention and the propensity to risk contribute positively to the propensity to entrepreneurship. For the first three constructs, the relationships presented a level of significance below 0,05 and the last one, the propensity to risk, was found significant with a level of 0,07, still below a 0,10 level accepted in social science research. New lines of research are suggested: the application of structural equation analyses, application of the model to other economic sector activities, as the information technology and software industry.

Finally, the evaluation of public policy to promote entrepreneurship in the creative industry is also suggested.

Key-words: Entrepreneurship - determinant factors; creative industries.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

(Quadros, Figuras, Tabelas e Gráficos)

Quadro 1	Categorias de atividades designadas como Indústrias Criativas	27
Quadro 2	Bens e serviços das Indústrias Criativas	31
Quadro 3	Intervenções governamentais que moldam as atividades empreendedoras	75
Quadro 4	Práticas internacionais de incentivo ao empreendedorismo	77
Quadro 5	Programas de apoio ao empreendedorismo	80
Quadro 6	Fatores determinantes da oferta de empreendedores, segundo a Teoria Eclética do Empreendedorismo.	85
Quadro 7	Descrição das características empreendedores	89
Quadro 8	Instrumentos de valorização das culturas regionais	134
Quadro 9	Teste de adequação geral da amostra (KMO) e de Esfericidade de Bartlett	147
Quadro 10	Síntese de validação das hipóteses do modelo	152
Figura 1	Classificação das Indústrias Criativas	28
Figura 2	Componentes da Economia Criativa	32
Figura 3	Tolerância, criatividade e crescimento econômico	35
Figura 4	Atividades culturais e desenvolvimento sustentável	53
Figura 5	Roda do desenvolvimento local	64
Figura 6	Determinantes do empreendedorismo: o modelo teórico	66
Figura 7	Diferentes teorias que explicam o empreendedorismo	68
Figura 8	Fatores que influenciam no processo empreendedor	70
Figura 9	Processo empreendedor de Gasse	71
Figura 10	Descrição dos elementos do ambiente empreendedor	72
Figura 11	Etapas da metodologia de pesquisa	91
Figura 12	Modelo estrutural	96
Figura 13	Taxa de ocupação, segundo o sexo – Fortaleza 1988 - 2006	125
Tabela 1	Proporção de trabalhadores do setor criativo na população de estados brasileiros, no período 1986-2004	39
Tabela 2	Correlação da proporção de trabalhadores na Economia Criativa, entre os estados, no período de 1986-2004	40

Tabela 3	Média anual normalizada dos índices de qualificação superior, pós-graduação, técnica superior e técnica de pós-graduação (Índice Síntese)	41
Tabela 4	Proporção de trabalhadores na Economia Criativa sobre a população de cada município	42
Tabela 5	Salário médio mensal e custo do trabalho nos setores econômicos totais e culturais – Brasil – 2003	45
Tabela 6	Número de empresas e pessoal ocupado total dos setores econômicos totais e culturais - Brasil – 2003	46
Tabela 7	Salários e outras remunerações dos setores econômicos culturais, em valores absolutos e participação percentual - Brasil – 2003	47
Tabela 8	Os efeitos da classe criativa e do talento no desenvolvimento regional dos Países Baixos e da Alemanha, 1996 - 2002	54
Tabela 9	Principais números da festa durante os 6 dias, Salvador, carnaval 2007	57
Tabela 10	Evolução da população, taxa geométrica de crescimento, e densidade demográfica - Fortaleza - 1940 - 2006	109
Tabela 11	População, densidade demográfica e taxa geométrica de crescimento anual por região administrativa - Fortaleza - 1991-2004	113
Tabela 12	Área, população e densidade demográfica por bairro Região I - Fortaleza - 2004	114
Tabela 13	Projeção da população de Fortaleza por faixa etária 2000 - 2005	120
Tabela 14	População total de Fortaleza por gênero (1970 – 2005)	122
Tabela 15	Indicadores do mercado de trabalho acumulados no período jan-maio – Fortaleza – 1984-2006	123
Tabela 16	População ocupada por gênero, segundo o emprego formal em Fortaleza - 2001 e 2005	126
Tabela 17	População ocupada, por categoria ocupacional - Fortaleza - Maio 2004 – 2008	127
Tabela 18	Renda mensal per capita dos chefes de família - Fortaleza - 1991 – 2000	128
Tabela 19	Variância total explicada	147
Tabela 20	Sumário das médias dos constructos	150
Tabela 21	Sumário das estatísticas relevantes do modelo	150
Tabela 22	Coeficientes de regressão múltipla	151

Gráfico 1	Empreendedores iniciais (TEA), por países – 2006	83
Gráfico 2	Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) no Brasil - 2001 a 2006	84
Gráfico 3	Condições que afetam o empreendedorismo, segundo a percepção dos especialistas no Brasil e demais países - 2006	86
Gráfico 4	Características empreendedoras	87
Gráfico 5	Taxa geométrica de crescimento anual populacional – Fortaleza 1940 – 2006	112
Gráfico 6	Pirâmides Etárias – Fortaleza – 1960 e 2000	119
Gráfico 7	População de Fortaleza por Faixa de Idade – 2005	121
Gráfico 8	Indicadores do mercado de trabalho acumulados no período jan-maio - Fortaleza - 1984-2006	124
Gráfico 9	Renda Mensal Per Capita dos Chefes de Família - Fortaleza - 1991 - 2000	129
Gráfico 10	Evolução do Índice de Gini – Brasil, Nordeste e Ceará - 1981 - 2005	130
Gráfico 11	Apropriação da Renda Domiciliar Total Gerada, Fortaleza - 2000	131
Gráfico 12	Taxa de ocupação, segundo o grau de instrução - Fortaleza - 1988-2006	131
Gráfico 13	Distribuição da amostra pesquisada por gênero	137
Gráfico 14	Pirâmide etária da amostra pesquisada	137
Gráfico 15	Distribuição da amostra por grau de instrução	138
Gráfico 16	Classificação da amostra por tipo de ocupação	139
Gráfico 17	Distribuição da amostra por segmentos das Indústrias Criativas	140
Gráfico 18	Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Necessidade de Realização	142
Gráfico 19	Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Propensão ao Risco	143
Gráfico 20	Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Propensão para Inovação	143
Gráfico 21	Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Postura Estratégica	144
Gráfico 22	Frequências de respostas e impactos médios das categorias da do constructo Propensão ao Empreendedorismo	145
Gráfico 23	Frequências de respostas e impactos médios dos constructos de medição da Propensão ao Empreendedorismo (constructo dependente).	146

SUMÁRIO

	Pág.
1	INTRODUÇÃO..... 15
2	INDÚSTRIAS CRIATIVAS, ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO..... 23
2.1	Conceito de indústrias criativas..... 23
2.2	Criatividade, classe criativa e cidades criativas..... 33
2.3	A dimensão econômica das indústrias criativas..... 43
2.4	Contribuição das indústrias criativas para o desenvolvimento local 48
2.4.1	O conceito de desenvolvimento local..... 48
2.4.2	O impacto das indústrias criativas no desenvolvimento local..... 51
3	OFERTA DE EMPREENDEDORES E INDÚSTRIAS CRIATIVAS..... 59
3.1	Empreendedor e empreendedorismo..... 59
3.2	Teoria eclética do empreendedorismo..... 65
3.3	Outras teorias do empreendedorismo..... 68
3.4	Políticas públicas, ações e programas de promoção da oferta de empreendedores e de indústrias criativas..... 73
3.5	Determinantes da oferta de empreendedores..... 82
4	METODOLOGIA..... 90
4.1	Medição das variáveis da teoria eclética (etapa 1) 92
4.2	Estimativa do modelo de propensão ao empreendedorismo (etapa 2) 93
4.2.1	A apresentação dos constructos e variáveis do modelo estrutural..... 97
4.2.1.1	Necessidade de realização e variáveis determinantes..... 97
4.2.1.2	Propensão ao risco e variáveis determinantes..... 98
4.2.1.3	Propensão à inovação e variáveis determinantes..... 100
4.2.1.4	Postura estratégica e variáveis determinantes..... 100
4.2.1.5	Propensão ao empreendedorismo e variáveis determinantes..... 101
4.2.2	Hipóteses do modelo de propensão ao empreendedorismo..... 102

4.2.3	Universo e amostra de pesquisa.....	103
4.2.4	Coleta de dados.....	105
4.2.5	Tratamento e análise dos dados.....	105
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS SOBRE OS DETERMINANTES DA OFERTA DE EMPREENDEDORES.....	108
5.1	Análise dos dados secundários sobre os fatores determinantes da oferta de empreendedores, segundo a teoria eclética.....	108
5.1.1	Crescimento e densidade populacional.....	108
5.1.2	Estrutura etária e gênero da população.....	117
5.1.3	PEA, emprego, renda e educação.....	122
5.1.4	Políticas públicas.....	132
5.2	Análise dos dados primários.....	136
5.2.1	Caracterização dos respondentes.....	136
5.2.2	Fatores relacionados às características empreendedoras.....	140
5.2.2.1	Resultados da análise descritiva.....	141
5.2.2.2	Resultados da análise multivariada.....	146
5.2.2.3	Avaliação das hipóteses do modelo.....	151
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	153
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	157
	APÊNDICES	
	Apêndice 1 - Tabela das características empreendedoras.....	171
	Apêndice 2 – Questionário.....	177
	Apêndice 3 – Tabela da relação entre constructos e variáveis preditoras.....	181
	Apêndice 4 – Quadro da renda mensal per capita dos chefes de família por região administrativa – Fortaleza – 1991 - 2000.....	182

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação aborda o tema do Empreendedorismo, a sua relação com as Indústrias Criativas e com o Desenvolvimento Local, e em particular analisa os determinantes da oferta de empreendedores nas Indústrias Criativas de Fortaleza.

Batizada de “Loira Despojada do Sol” pelos versos do poeta Paula Nei, segundo Pereira (2005), a cidade de Fortaleza é considerada, atualmente, a quarta maior capital do país em população concentrando as principais atividades comerciais, industriais, financeiras, portuárias, socioculturais, turísticas e de lazer. Grandes investimentos no setor de saúde, infra-estrutura e saneamento básico estão alocados na capital, além de um aeroporto internacional e outras relevantes obras que agregadas ao seu patrimônio cultural e imaterial transformam a cidade num centro propício ao empreendedorismo.

Entre a gama de equipamentos culturais e turísticos ofertados pela capital, segundo a Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, pode-se destacar o Teatro José de Alencar que é palco de apresentação das obras mais relevantes da cultura local e universal, além do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura que corresponde a um espaço múltiplo de produção e difusão da cultura reunindo museus, teatro, planetário, cinemas e espaços para apresentações públicas de cantadores, poetas, bandas e demais espetáculos. O Museu do Ceará e o Museu de Fortaleza, no Farol do Mucuripe, são também exemplos de equipamentos culturais que guardam os artefatos mais relevantes da memória fortalezense (SECULT, 2006).

Fazem parte também do patrimônio arquitetônico da capital a casa onde nasceu José de Alencar, um dos maiores escritores brasileiros, o Cine São Luiz onde é realizado anualmente o festival de cinema Cine Ceará e a Praça do Ferreira, outro importante marco de Fortaleza e um dos principais palcos das manifestações histórias sociais e populares.

A vida cultural de Fortaleza é diversificada e efervescente, sobretudo a vida noturna, em meio ao forró, jazz e blues, rock, humor e muita animação proporcionada pelos artistas que utilizam os palcos e as praças mais movimentadas da cidade para expor as suas vocações artísticas. O talento cearense para contar piadas e provocar risos e gargalhadas já rendeu ao Brasil comediantes consagrados como Chico Anísio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Adamastor Pitaco e Tiririca, entre outros.

Entre as mais importantes manifestações culturais e criativas da capital estão a festa da padroeira Nossa Senhora da Assunção, as festas juninas, o Carnaval de rua que promove desfiles de escolas de samba e de Maracatu, o Fortal (carnaval fora de época) que reúne milhares de foliões atrás dos trios elétricos, o Ceará Music (evento musical) que congrega diferentes estilos musicais de diversas localidades do país.

O artesanato cearense tem em Fortaleza seu principal mercado e vitrine. Na cidade existem lugares específicos para a venda de produtos artesanais tais como: Central de Artesanato do Ceará (CEART); Centro de Turismo (EMCETUR); Feira de Artesanato da Beira-Mar; Mercado Central de Fortaleza e Pólo Comercial da Avenida Monsenhor Tabosa. A diversidade do artesanato encontrado em Fortaleza é grande, sendo mais característicos os oriundos do couro, garrafas coloridas, cerâmica, cestarias e trançados, rendas de bilro, entre outros.

A beira do mar é a passarela da Fortaleza sob a mira dos turistas, mas a cidade de desvela, palpável e efêmera, na multiplicidade de seus bairros. Retalhos coloridos numa trama feita de tempo e memória. As festas de São João no Conjunto Ceará. As bodegas do Benfica. As feiras livres da Parangaba e da Messejana. Os camulôs do Centro. Os sete prédios da Francisco Sá. As chácaras de Mister Hull. Os casarões de Jacarecanga. As árvores das avenidas Bezerra de Menezes e da Dom Manuel. O Campo do América. O Bosque da Letras da UFC. A Praça Portugal. Maracatu, caninha-verde, reisado e pastoril (SECULT, 2006, p.30).

A globalização, na qualidade de força hegemônica da atualidade, contribui para a formação de ambientes econômicos cada vez mais competitivos associados a uma nova modalidade de economia onde os recursos intangíveis – informação, competências, capacidade de aprendizado, inovação e cooperação – assumem um

papel central no dinamismo e na competitividade de países, regiões, organizações e indivíduos.

No âmago dessa nova economia, menos concentrada no tradicional modelo industrial e mais ligada à geração de idéias, surgem as Indústrias Criativas com novas formas de organizações cujas atividades se baseiam na exploração da propriedade intelectual, originada da criatividade, habilidade e talento individuais, que geram empregos, distribuem renda e promovem a inclusão social (FLORIDA, 2002).

Segundo dados do Banco Mundial, a Economia Criativa gerou, em 1999, uma receita global superior a US\$ 2 trilhões. No mesmo ano a Economia Criativa foi responsável pela geração de 7,3% do PIB mundial (HOWKINS, 2001). No Brasil, estima-se que as Indústrias Criativas contribuem com 5% do PIB nacional, conforme o relatório Global Entertainment & Media Outlook 2006-2010, da Price Waterhouse Coopers. Segundo projeções dessa pesquisa, este setor atingirá a marca de US\$ 21, 917 bilhões em 2010, com uma taxa de crescimento anual estimada em 8,4%. Este potencial de crescimento tem relação direta com a riqueza e a diversidade da cultura brasileira.

De acordo com o levantamento realizado pelo Sistema de Informações e Indicadores Culturais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2006), as atividades culturais, no Brasil, movimentaram uma receita líquida de R\$ 156 bilhões, em 2003, sendo responsáveis por 5,7% dos empregos formais, 6,2% do número de empresas, 6% do valor adicionado geral e 4,4% das despesas médias das famílias, representando o quarto item de consumo das famílias brasileiras, superando os gastos com educação e ficando abaixo apenas da habitação, alimentação e transporte. A pesquisa revela ainda que a massa salarial gerada pelo setor cultural, em 2003, foi de R\$ 17,8 bilhões.

Caves (2000) aponta as Indústrias Criativas como dotadas de notável potencial econômico a ser explorado em função do desenvolvimento das regiões, sobretudo no que diz respeito aos bens e serviços associados aos valores culturais, artísticos ou de entretenimento. Esta afirmação é corroborada pelo relatório da

Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), o qual indica que, desde a última década, as Indústrias Criativas desempenham um relevante papel na economia dos países desenvolvidos, atuando como força motriz para o desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável pode ser entendido, de acordo com Buarque (2002), como um processo impulsionado pelas energias locais liberadas pela mobilização de atores internos, resultando na expansão das potencialidades locais e no aumento de oportunidades sociais. Schlemm (2007, p. 09) defende a idéia de que “um país só é sustentável quando aqueles que nele acreditam e por ele labutam, encontram vazão para sua vocação empreendedora”.

Neste contexto, o empreendedorismo se destaca como instrumento catalisador das energias locais ao mesmo tempo em que assume o papel de multiplicador da criatividade e da inovação, elementos essenciais ao desenvolvimento econômico na era do conhecimento e da competição global. Para Schumpeter (1982), o empreendedorismo promove o processo de “destruição criativa” que consiste em introduzir inovações e novas tecnologias que contribuem para a substituição de produtos e processos ultrapassados, intensificando o desenvolvimento da economia e da sociedade.

Dados publicados no Relatório Mundial *Global Entrepreneurship Monitor* 2006 - GEM revelaram que o Brasil ocupa o décimo lugar no *ranking* mundial dos países com maior Taxa de Atividade Empreendedora. O país obteve uma taxa de 12,09%, o que corresponde a 13.735 milhões de empreendedores que estão iniciando novos empreendimentos ou que são gerentes de empreendimentos com menos de 42 meses, em uma força de trabalho de 117.899 milhões de pessoas.

Uma das áreas propícias ao desenvolvimento do empreendedorismo é aquela que engloba as atividades culturais. O Brasil nesse aspecto tem uma grande potencialidade, uma vez que as atividades das Indústrias Criativas são estimuladas pela diversidade, conforme citado por Florida (2004). O Brasil tem uma população de grande diversidade, que no dizer de Ribeiro (1998), são povos que se enfrentam e

se fundem fazendo nascer através da mestiçagem um “povo novo”, mestiço na carne e no espírito.

Para esse autor a expressão “povo novo”, caracteriza:

[...] uma etnia nacional, diferenciada culturalmente de suas matrizes formadoras, fortemente mestiçada, dinamizada por uma cultura sincrética e singularizada pela redefinição de traços culturais delas oriundos (RIBEIRO, 1996, p.19).

Dentro desse contexto, Azevedo (1981) *apud* Oliveira (2002) reconhece que não é tarefa fácil identificar e entender o amplo, colorido e variado tabuleiro brasileiro, representado pelo número e pela individualidade de suas regiões de cultura. Para o autor, o país possui uma civilização “una, conquanto exprimindo-se em diversidades regionais” oriundas de variados processos civilizatórios, somados a um frenético trânsito intercultural (*IBIDEM*, 1959, p. 176 *apud* Oliveira, 2002). Para este autor, a diversidade regional é, portanto, ingrediente basilar, “um dos tecidos conectivos e nutricionais do conjunto nacional” (*IBIDEM*, 1981, p. 15, *apud* OLIVEIRA, 2002).

A despeito do vasto potencial criativo dos brasileiros, associado à diversidade de povos, existem dificuldades para o florescimento das Indústrias Criativas no país devido às diferenças no investimento em pesquisa e tecnologia e o apoio ao desenvolvimento dos talentos e do próprio empreendedorismo. Um indicador desta dificuldade está no Índice Global de Criatividade, desenvolvido por Florida (2004), em que o Brasil ocupa o penúltimo lugar na classificação geral de 45 países.

Para compreender essas e outras questões abrangidas nesta dissertação, são analisadas as contribuições de Adorno e Horkheimer (1985), Caves (2000), Howkins (2001), Throsby (2001), Florida (2004) e Jaguaribe (2004), dentre outros autores, sobre as Indústrias Criativas. O marco teórico, contudo, se completa com a apreciação das idéias, sobre empreendedorismo, de autores como Cantillon (1755), Say (1767-1832), Schumpeter (1982), Drucker (1986, 1992, 2003), Longen (1997),

Filion (1999), Dias (2001), Morris *et al* (2001) *apud* Pedro (2003), Carland, Carland e Hoy (1992,1996) *apud* Filho *et al* (2007), McClelland (1961), Dornelas (2001), Korunka *et al* (2003) e Verheul *et al* (2001).

Desses últimos autores, o estudo adota o corpo de idéias da *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*, que proporciona um modelo integrado explicativo da taxa de empreendedorismo de um país ou região, pela discriminação dos fatores de demanda e oferta de empreendedores, além do papel das políticas públicas.

A investigação conduzida por essas contribuições teóricas, pelos resultados empíricos avaliados e pela experiência da autora desta dissertação, sugeriu a formulação de um problema de investigação, considerado relevante, que pode ser descrito pela seguinte questão: **Quais os fatores determinantes da oferta de empreendedores nas Indústrias Criativas de Fortaleza?**

Assim, tendo a Teoria Eclética do Empreendedorismo, como o mais influente prisma de análise, a pesquisa tem seu foco no lado da oferta de empreendedores, onde despontam fatores tais como condições culturais, sócio-econômicas e comportamentais, associados às políticas públicas. Adicionalmente, a teoria emprestou elementos para a construção de um modelo estrutural explicativo da propensão ao empreendedorismo aplicável às indústrias criativas.

Ambas as linhas da investigação, das variáveis associadas a dados secundários e as estimadas a partir do modelo estrutural, contribuem para a explicação dos determinantes da oferta de empreendedores.

Desse modo, o objetivo geral da dissertação pode ser formulado como: identificar os fatores determinantes da oferta de empreendedores nas Indústrias Criativas de Fortaleza.

Para se chegar ao objetivo geral, cinco objetivos específicos precisam ser alcançados, a saber:

- 1) analisar os determinantes da oferta de empreendedores, à luz da Teoria Eclética;
- 2) conceber o modelo estrutural explicativo dos determinantes da propensão ao empreendedorismo, em nível teórico;
- 3) analisar as variáveis explicativas da propensão ao empreendedorismo;
- 4) verificar a possibilidade de redução do número de variáveis explicativas do modelo, para diminuir seu grau de complexidade;
- 5) testar as hipóteses principais do modelo, particularmente aquelas relativas às relações entre os constructos;

Para atingir esses objetivos, a pesquisa é composta de duas etapas metodológicas conduzidas paralelamente, sendo a primeira de natureza exploratória com realização de pesquisa documental e bibliográfica e utilização de dados secundários, com o objetivo de coletar informações acerca das variáveis eleitas pela Teoria Eclética como determinantes da oferta de empreendedores.

A segunda etapa é de natureza explicativa contemplando a concepção e estimação de um modelo estrutural sobre os fatores da propensão ao empreendedorismo, sendo o universo da pesquisa constituído por profissionais e empreendedores das indústrias criativas de Fortaleza e a amostra de caráter não probabilística, por ser selecionada por acessibilidade.

Para a concepção do modelo é realizada uma pesquisa de campo, tipo *survey*, com base em questionário estruturado cujo tratamento dos dados se dá por meio de análise fatorial e regressão múltipla que são ferramentas que permitem um *insight* acerca de fenômenos complexos envolvendo múltiplas dimensões, identificando padrões básicos que emergem das variáveis em interação e que são utilizadas também para descobrir regularidades no comportamento dessas variáveis (HAIR *et al*, 1998).

Quanto ao seu desenvolvimento, o trabalho é composto, além desta introdução e das considerações finais, de quatro capítulos. No segundo capítulo é apresentado o conceito de Indústrias Criativas seguido da contextualização do que representam a Criatividade, a Classe Criativa e as Cidades Criativas, com respaldo em autores de maior referência sobre o assunto. Posteriormente, é feita uma digressão sobre a dimensão econômica das Indústria Criativa, bem como sua contribuição para o desenvolvimento local.

No terceiro capítulo são apresentados os conceitos centrais acerca do empreendedor e do empreendedorismo, seguido da análise da Teoria Eclética, como norteadora do presente estudo, além de outras teorias do empreendedorismo. Posteriormente, são analisadas as políticas públicas, ações e programas de promoção da oferta de empreendedores e de Indústrias Criativas, finalizando com a caracterização dos determinantes da oferta de empreendedores.

No quarto capítulo é descrito o percurso metodológico da pesquisa que é realizado em duas etapas, sendo que a primeira compreende a medição das variáveis da Teoria Eclética e a segunda trata da estimativa do modelo de propensão ao empreendedorismo.

No quinto capítulo são descritos e analisados os resultados da pesquisa. O capítulo inicia-se com a análise dos dados secundário sobre os fatores determinantes da oferta de empreendedores, segundo a Teoria Eclética, seguido da análise dos dados primários, contemplando a caracterização dos respondentes e análises descritiva e multivariada dos fatores relacionados às características empreendedoras.

Enfim, as considerações finais ressaltam os principais resultados da pesquisa, fazendo correspondência aos objetivos geral e específicos.

2 INDÚSTRIAS CRIATIVAS, ECONOMIA CRIATIVA e DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

As atividades das Indústrias Criativas podem oferecer importante contribuição ao desenvolvimento local de cidades, regiões e países, dado a natureza endógena desse processo e de sua dependência de fatores e vocações locais, como talentos e manifestações culturais. Com o objetivo de esclarecer estas relações, este capítulo apresenta conceitos e contribuições teóricas sobre as Indústrias Criativas, o desenvolvimento local e suas inter-relações.

2.1 Conceito de Indústrias Criativas

O termo Indústrias Criativas surgiu como extensão do conceito Indústria Cultural que foi introduzido pelos teóricos da Escola de Frankfurt, em 1947, de acordo com Adorno e Horkheimer (1985). Segundo os autores dessa escola, as Indústrias Culturais compreendem um aglomerado de empresas e instituições cuja principal atividade econômica é a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis. Reis (2007) complementa que essa atividade, diferentemente de outras, não corresponde a produtos para uso ou consumo físico, mas diz respeito a bens simbólicos.

Para a UNESCO (2005), a denominação Indústrias Culturais remete a uma visão tradicional associada a indústrias que combinam criação, produção e comercialização de conteúdos criativos que são de natureza intangível e cultural, normalmente protegidos por direito autorais, sejam eles bens ou serviços. As Indústrias Culturais geralmente incluem atividades como: gráfica, publicidade, áudio visual, fonográfica, cinematográfica, além de artes e desenho, entre outras. Por sua vez, as Indústrias Criativas levam em conta uma visão mais abrangente do processo criativo envolvendo uma gama maior de atividades que incluem as Indústrias Culturais propriamente ditas, além de todas as produções culturais e artísticas cujo

produto ou serviço contém um esforço artístico e criativo encontrado em áreas como software, arquitetura e propaganda, por exemplo.

Para Segers e Hujigh (2006), há distinção conceitual entre os termos “Criativa” e “Cultural”. Segundo esses autores, além de englobar as atividades da Indústria Cultural, a Indústria Criativa também enfatiza o papel da arte e da cultura na promoção de inovação e crescimento econômico, permitindo que os formuladores de políticas introduzam aspectos econômicos nas políticas culturais, escapando da conotação pejorativa atribuída ao termo Indústria Cultural em razão da associação da espontaneidade criativa do indivíduo como simples meio de consumo, segundo Adorno e Horkheimer (1985). Deste modo, para efeito de reflexão acadêmica, esta dissertação adotará o conceito Indústrias Criativas, face aos aspectos econômicos e políticos investigados.

Na concepção de Vieira (1998), há relatos literários evidenciando que, desde a década de 60, a dinâmica econômica tem se deslocado da indústria para os serviços e da força para o conhecimento, evidenciando a importância da informação como insumo básico da produção e fator determinante para a emergência de uma sociedade baseada no conhecimento. Essa nova sociedade, denominada por esses e outros autores como economia do conhecimento, sociedade pós-industrial, sociedade pós-moderna, terceira onda, sociedade da informação ou Economia Criativa, ao contrário da era industrial, conduz à desmassificação da produção e da cultura.

A Economia Criativa é fruto de um conjunto de fatores que desencadearam profundas transformações nas sociedades contemporâneas, dentre os quais se destacam: os avanços tecnológicos, a globalização da economia e a ideologia do desenvolvimento sustentável. Esses fatores têm conduzido a transformações substanciais na forma de trabalhar, produzir, estudar e se comunicar, impactando positivamente o setor de informação, tendo em vista a maior valorização do conhecimento como vantagem competitiva para o trabalhador, para a empresa e para a nação, no plano da concorrência global.

Na ótica do Great Britain (1996), a emergência da economia do conhecimento está vinculada ao aumento de demanda e oferta de produtos e serviços de informação, cujos fatores intervenientes são: i) infra-estrutura apropriada; ii) capacidade para consumir produtos e serviços de informação; iii) preço competitivo; iv) disponibilidade de conteúdos locais; v) cultura de valorização da informação; vi) acesso a capital para desenvolvimento; vii) pesquisa e produção; viii) recursos humanos capacitados, etc. Ademais, a economia do conhecimento tende a funcionar como alavanca para o desenvolvimento de indústrias locais, assumindo um papel determinante no sucesso relativo dos países no âmbito da competição global.

Operários do conhecimento, organizações voltadas para a aprendizagem e nações inteligentes são categorias emergentes dessa nova economia em transformação permanente e acelerada que impulsiona a expansão do setor das Indústrias Criativas que, segundo Leitão (2007), é um dos que mais impacta positivamente outros setores igualmente vitais, devido aos investimentos em inovação e utilização de recursos inesgotáveis como a criatividade, disponibilizando produtos e serviços que geram bem-estar, estimulam a formação do capital humano e reforçam vínculos sociais.

Florida (2002a) argumenta que o capital humano, neste caso compreendido como talento, é a chave para o desenvolvimento econômico local desta nova economia, assim como as idéias criativas são os maiores ingredientes encontrados nas empresas ligadas a esse tipo de economia que tende a predominar neste século. Ambientes criativos, inovadores e democráticos sugerem maior diversidade, tolerância e presença de alta tecnologia, elementos eleitos por este autor como indicadores de sucesso da nova economia.

Neste contexto, Flórida (2002, 2005), após comparar diversos graus de tolerância, diversidade e alta tecnologia em 50 metrópoles norte-americanas, desenvolveu um *ranking* de indicadores de criatividade (índice gay; índice da boemia; índice de estrangeiros e índice de diversidade composto) que lhe permitiram constatar o seguinte: a) ambientes com alta concentração de pessoas criativas crescem mais rapidamente e atraem mais pessoas talentosas; b) metrópoles com

clusters de alta tecnologia contêm maior número de pessoas talentosas; c) talento, tolerância e diversidade são ingredientes indissociáveis no crescimento de cidades criativas e d) maiores densidades populacionais urbanas estão diretamente ligadas a maior desenvolvimento de alta tecnologia.

A importância desses elementos foi também realçada pelo *Creative Industries Task Force* (2001), grupo formado pelo governo britânico, associações empresariais e universidades, quando definiu as Indústrias Criativas como aquelas cuja atividade têm origem na criatividade, talento e competência individual e que possuem um potencial de riqueza e criação de empregos através da geração e exploração de direitos de propriedade intelectual. Os autores Throsby (2001) e Howkins (2001) compartilham desse mesmo conceito e acrescentam ainda que o processo produtivo desse segmento econômico visa a geração de bens e serviços com conteúdo simbólico.

A cultura representa um processo de construção da realidade que permite às pessoas ver e compreender diferentes formas de manifestação da criatividade, através de eventos, ações, expressões e obras, entre outras maneiras distintas. De acordo com Reis (2007), a associação da criatividade a produtos e serviços diferenciados passou a receber maior atenção com o despontar de tendências paralelas, tais como: o advento da economia do conhecimento; a representatividade econômica das Indústrias Culturais; o acirramento da globalização e o fomento da visão transversal da cultura.

Icomos (1985) acrescenta que a cultura constitui uma dimensão fundamental do processo de desenvolvimento e contribui para fortalecer a independência, a soberania e a identidade das nações. Música, livros, artes, filmes e outros bens culturais e serviços transitam, atualmente, entre fronteiras internacionais, criando um quadro complexo de fluxo comercial e cultural, fomentando o desenvolvimento econômico.

Caves (2000) contribui para o delineamento do perfil das Indústrias Criativas, afirmando que estas fornecem bens e serviços associados aos valores culturais, artísticos ou de entretenimento, com abrangência para os segmentos da

publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, *design*, alta costura, filmes e vídeos, música, artes cênicas, editoras, serviços de *software* e computação, televisão e rádio, internet, entre outros.

Uma visão mais abrangente e categorizada do setor foi concebida no I Fórum Internacional das Indústrias Criativas, que relacionou quatorze tipos de atividades subdivididas em três categorias básicas, Mídia e Espetáculos ao Vivo; Design e Visual e Patrimônio Histórico, ilustradas no QUADRO 1 extraído do artigo sobre Modelos Organizacionais de Indústrias Criativas¹.

Mídia e Espetáculos ao Vivo	Design e Visual	Patrimônio Histórico
Filme, <i>Software</i> de Entretenimento Interativo e Serviços de Computação, Música, Artes Cênicas, Edição, Televisão e Rádio.	Propaganda, Artes Visuais, Arquitetura, Artesanato e Design de Moda.	Mercado de Artes e Antiguidades, Patrimônio Histórico, Museus e Galerias.

QUADRO 1 - Categorias de atividades designadas como Indústrias Criativas
Fonte: BATISTA *et al*, 2008, p. 3.

Recentemente, a *United Nations Conference on Trade and Development* – UNCTAD (2008) apresentou sua contribuição para a classificação das indústrias criativas, na forma do modelo representado na FIG. 1. A base racional atrás desse modelo de classificação encontra explicação no fato de que a maioria dos países e instituições incluem várias modalidades de indústrias sob o título “Indústrias Criativas”, porém poucos tentam classificá-las em grupos e subgrupos para facilitar a compreensão das interações inter-setoriais. Para a UNCTAD (2008) essa classificação pode ser igualmente utilizada para fornecer consistência em análises quantitativas e qualitativas.

¹ Trabalho de autoria de Paulo César de Sousa Batista e outros da Universidade Estadual do Ceará, 2008 (em fase de pré-publicação).

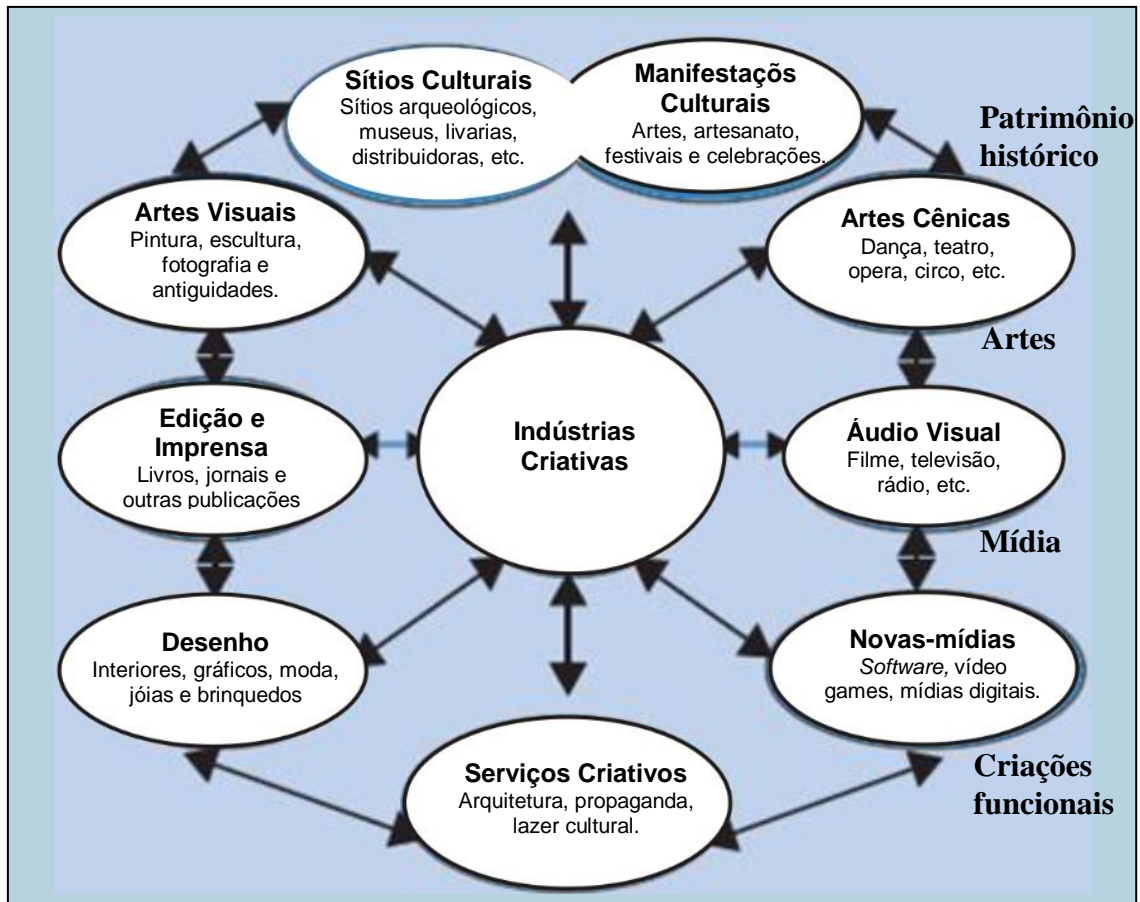


FIGURA 1: Classificação das Indústrias Criativas
 Fonte: UNCTAD, 2008, p. 14

O modelo demonstra a divisão das Indústrias Criativas em quatro amplos grupos: patrimônio histórico, artes, mídia e criações funcionais. Estes grupos por sua vez são fragmentados em nove sub-setores que variam entre atividades baseadas no conhecimento tradicional e no patrimônio cultural (artes e artesanato, festividades culturais) e atividades relacionadas com a tecnologia e com serviços orientados como áudio visual e novas mídias. Maiores detalhes sobre esses grupos são apresentados no QUADRO 2.

(continua...)

	Grupo	Subgrupo	Bens criativos	Serviços criativos agregados	Serviços criativos (dados não disponíveis atualmente)
I N D U S T R I A S C R I A T I V A S	Patrimônio histórico	Expressões culturais tradicionais	Arte e artesanato: tapetes, fio, trabalhos em vime e papel, artigos de celebração, etc.		
		Sítios culturais		Outros serviços pessoais, culturais e recreativos.	Serviços culturais e recreativos: biblioteca, arquivos, museus, preservação de locais e construções históricas; jardim botânico e zoológico; parque de diversão e atrações similares.
	Artes	Artes visuais	Antiguidade, pintura, fotografia, escultura; outros: colagens e material decorativo similar.		Fotografia: serviços de retrato; propaganda; restauração, cópia e retoque; processamento fotográfico, etc. Pintura e escultura: serviços de autores, compositores, escultores e outros artistas (exceto artes performáticas).
			Artes cênicas		Artes cênicas: serviços de promoção, organização, produção de eventos; entretenimento vivo e outros serviços performáticos.
		Música	Discos gravados a laser, fitas magnéticas e músicas manuscritas.		Música: serviços de gravação de som; reprodução; gravação de mídia.

(continua...)

	Grupo	Subgrupo	Bens criativos	Serviços criativos agregados	Serviços criativos (dados não disponíveis atualmente)
INDUSTRIAS CRIATIVAS	Mídia	Edição e impressão	<p>Livros: novelas, dicionários, enciclopédias, desenhos infantis, livros de colorir, etc.</p> <p>Jornais: Jornais e periódicos.</p> <p>Outros: panfletos, folhetos, cartão postal, calendários, materiais de propaganda, etc.</p>		<p>Serviço de edição: publicação e impressão.</p> <p>Serviços de agências de notícias para jornais e periódicos.</p>
		Áudio Visual	Filme cinematográfico	Áudio visual e outros serviços relacionados	Filme: serviços de produção de filme, fita de vídeo e programa de televisão e rádio; distribuição de filme e programas de televisão; projeção de filmes e fitas de vídeo; transmissão; áudio, suporte áudio visual e serviços de agências de notícias para recurso áudio visual.
		Nova mídia	Mídias gravadas para som/imagem e <i>video games</i> .		Negócios e software criativo, conteúdo criativo digital.
		Serviços criativos		Serviços de propaganda, pesquisa de mercado e opinião pública; arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos; serviços de pesquisa e desenvolvimento; serviços pessoais, culturais e recreativos.	<p>Serviços de propaganda: serviços de planejamento e criação; outros serviços de propaganda; feiras e serviços de organização de eventos.</p> <p>Serviços arquitetônicos: consultor de arquitetura; <i>design</i> e outros serviços de arquitetura.</p>

(continuação)

	Grupo	Subgrupo	Bens criativos	Serviços criativos agregados	Serviços criativos (dados não disponíveis atualmente)
INDÚSTRIAS CRIATIVAS	Criações funcionais	Design	<p>Interior: mobília, talheres, papel de parede, artigos de vidro, porcelana, iluminação, etc.</p> <p>Moda: bolsas, cintos, acessórios (gravata, mantô, lenços, luvas, chapéu, etc), óculos de sol, adornos, produtos de couro, perfumes, etc.</p> <p>Brinquedos: bonecas, brinquedos com rodas, trens elétricos, enigmas, jogos, etc.</p> <p>Gráfico: desenhos originais, plantas arquitetônicas, etc.</p> <p>Jóias: jóias feitas de ouro, prata, pérola e outros metais preciosos como jóias alternativas.</p>		Interior: serviços de <i>design</i> de interiores e outros serviços específicos de <i>design</i> .
		Serviços criativos		Serviços de propaganda, pesquisa de mercado e opinião pública; arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos; serviços de pesquisa e desenvolvimento; serviços pessoais, culturais e recreativos.	<p>Serviços de propaganda: serviços de planejamento e criação; outros serviços de propaganda; feiras e serviços de organização de eventos.</p> <p>Serviços arquitetônicos: consultor de arquitetura; <i>design</i> e outros serviços de arquitetura.</p>

QUADRO 2 – Bens e serviços das indústrias criativas
 Fonte: adaptado da UNCTAD, 2008, p.127-129.

No âmbito nacional, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2006) delimitou o setor cultural no Brasil a partir da classificação das atividades econômicas de natureza industrial, comercial e de serviços, relacionadas com a cultura, tomando como referência a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, que na concepção do referido Instituto “(...) assegura a coerência das informações ao longo do tempo, no espaço territorial e entre fontes diversas, além de assegurar a comparabilidade internacional das estatísticas nacionais”. (IBGE, 2006, p. 16-17).

Para o IBGE (2006), são atividades integrantes das Indústrias Criativas a edição de livros, rádio, televisão, teatro, música, bibliotecas, arquivos, museus e o patrimônio histórico. Complementarmente, esse Instituto considerou como parte desse setor as atividades indiretamente relacionadas à cultura, tais como comércio atacadista de livros, jornais, revistas, publicações, periódicos, artefatos de papel, de papelão, artigos de escritório, de papelaria, escolares, cadernos, etiquetas de papel, entre outras.

A relação entre cultura e os conceitos de Indústria Criativa e Economia Criativa foi ilustrado no artigo sobre modelos organizacionais de Indústrias Criativas, conforme FIG. 2.



FIGURA 2 – Componentes da Economia Criativa
Fonte: BATISTA *et al*, 2008, p. 3.

A Economia Criativa compreende um setor complexo onde ocorre a produção, circulação e consumo de bens e serviços simbólicos conhecidos, de forma genérica, como bens ou produtos culturais. É também o conceito apropriado para designar o segmento que engloba as atividades culturais e a Indústria Criativa. Este último é visto como elemento especial cuja principal característica é a geração de propriedade intelectual, estando mais focado na produção do que propriamente na distribuição e consumo. A cultura, por sua vez, guarda estreita relação com Economia Criativa, porém, vai além desse eixo, pois nem tudo que é inerente a este setor pode ter um viés econômico.

2.2 Criatividade, Classe Criativa e Cidades Criativas

Segundo Caves (2000), a criatividade se destaca por ser elemento essencial no processo produtivo de todos os bens e serviços. Na visão de Howkins (2001), a criatividade pode ser entendida como a capacidade de produção associada à originalidade inventiva e inovativa. A capacidade inventiva pode se manifestar de forma individual e autônoma, sem necessariamente oferecer impacto significativo na economia, além das oportunidades de auto-emprego que proporciona. Diferentemente, a capacidade inovativa se realiza em bases empresariais estruturadas e de forma integrada à economia de mercado, o que amplia a utilização do potencial criativo e da capacidade produtiva, promovendo maior competitividade e maior impacto sócio-econômico no ambiente onde operam. (CAVES, *Ibidem*).

A criatividade, em sentido amplo, pode ser interpretada como a capacidade de manipular símbolos e significados com o intuito de gerar algo inovador. Inserida no campo da cultura, a criatividade chama a atenção para processos de produção de bens que captem ou utilizem o cabedal de recursos da localidade em que o indivíduo criativo está inserido. Por essa razão, ela é tratada como uma espécie de insumo produtivo, cujo resultado final se materializa na forma de propriedade intelectual que, por sua vez, resulta em valor econômico.

O poder econômico da criatividade tem despertado o interesse de nações mais desenvolvidas como o Reino Unido e a Austrália, berços das Indústrias

Criativas, casos que devem ser tomados como *benchmark*. Suas experiências ensinam que a criatividade tem se tornado matéria-prima dessa nova indústria que promete trazer grandes mudanças nas formas tradicionais em que a relação entre o valor econômico e os bens culturais é concebida.

A Declaração Universal da UNESCO (2002) realça a especificidade dos bens produzidos pela Economia Criativa, particularmente quanto à diversidade de oferta, propriedade intelectual e valor simbólico:

Frente às mudanças econômicas e tecnológicas atuais, que abrem vastas perspectivas para a criação e a inovação, deve-se prestar uma particular atenção à diversidade da oferta criativa, ao justo reconhecimento dos direitos dos autores e artistas, assim como ao caráter específico dos bens e serviços culturais que, na medida em que são portadores de identidade, de valores e sentido, não devem ser considerados como mercadorias ou bens de consumo como os demais. (UNESCO, 2002, p. 04).

As criações originam-se a partir das tradições culturais e desenvolvem-se plenamente em contato com outras tradições. Essa é a razão pela qual o patrimônio deve ser preservado em todas as suas formas, valorizado e transmitido para as gerações futuras o testemunho da experiência e das aspirações humanas a fim de nutrir a criatividade em toda sua diversidade e estabelecer um verdadeiro diálogo entre as culturas.

Para Florida e Tinagli (2004), a aptidão para competir e prosperar na atual economia global mostra-se cada vez mais associada à habilidade das nações em atrair, reter e desenvolver pessoas criativas. Na comparação entre cidades e regiões “criativas”, Florida recorre aos três “T’s” do crescimento econômico (Tecnologia, Talento e Tolerância) para demonstrar que a manutenção da competitividade depende desses fatores, sem os quais, conforme defende Jacobs (2001), as cidades entram em declínio econômico, muitas vezes pelo excesso de rigor, regulamentação, burocracia e aversão à inovação (FIG. 3).

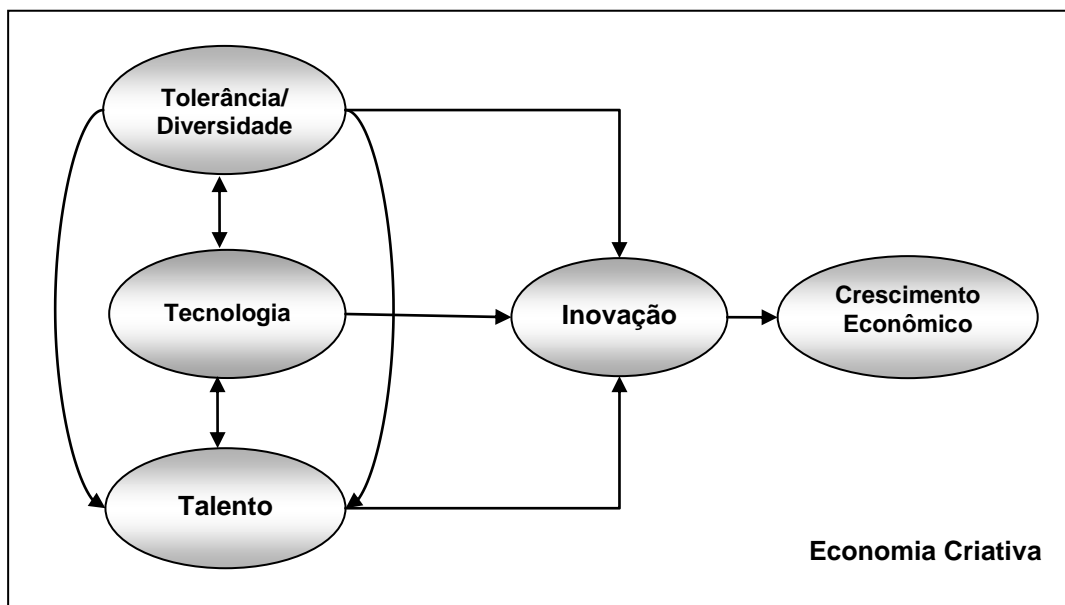


FIGURA 3 – Tolerância, criatividade e crescimento econômico
 Fonte: Adaptado de FLORIDA e TINAGLI, 2004.

A tecnologia assume o papel de elemento central do modelo dos 3 Ts de Flórida, vista como uma função de concentração de inovação e alta tecnologia com geração de progresso tecnológico e crescimento de longo prazo. O talento, por sua vez, é medido pelo número de pesquisadores, universitários e profissionais das atividades criativas, sendo que o grau de produtividade destes depende do desenvolvimento de condições específicas, por parte das nações e organizações. Por fim, a Tolerância representa a convivência com a diversidade de idéias, culturas, raças e diferentes crenças que conduzem à formação de um ambiente favorável ao trabalho das pessoas talentosas. Estes serão os contextos sociais com maior capacidade para atrair os membros desta nova classe criativa e, por consequência, os meios com maior competitividade econômica (FLORIDA, 2005).

Estas pessoas constituem, portanto, uma nova classe na qual a identidade se traça precisamente no culto do estilo individual, entendido como expressão da criatividade, na procura de um estilo de vida experimental que favorece a individualidade, a auto-afirmação, a aceitação da diferença e o desejo de experiências multidimensionais e, por fim, um trabalho informal tanto no modo de se vestir como no horário, privilegiando profissões em que a separação entre horas de lazer e trabalho se tornam difusas e nas quais a segurança de um posto de trabalho

decorre da sua autonomia. Em suma, são estes os valores chaves do *ethos* criativo, no dizer de Florida:

Where people once found themselves bound together by social institutions and formed their identities in groups, a fundamental characteristic of life today is that we strive to create our own identities. It is the creation and re-creation of the self, often in ways that reflect our creativity, that is the key feature of the creative ethos (FLORIDA, 2002, p. 7).

O traço fundamental do ambiente criativo é, então, essa definição e redefinição constante das identidades individuais. O que a classe criativa procura não são as atrações urbanas por si só - estádios, auto-estradas, centros comerciais e espaços turísticos que parecem um parque temático, são atraídas, especialmente, por “experiências abundantes de alta qualidade, a abertura a todos os tipos de diversidade e acima de tudo a oportunidade de validar as suas identidades enquanto pessoas criativas” (FLORIDA, 2005, p.36).

Florida (2004) aprofundou-se na análise da presença de pessoas criativas nas economias através do conceito da classe criativa, representada pelos trabalhadores que desempenham atividades inerentes ao setor das Indústrias Criativas. Para o autor estes trabalhadores englobam cientistas, engenheiros, músicos, arquitetos, artistas, gestores e outras ocupações que não implicam necessariamente em possuir uma formação educacional especializada como os empreendedores, por exemplo, além de trabalhadores que lidam com tarefas essencialmente criativas, para cuja realização o talento é imprescindível.

Cerca de 38 milhões de Americanos pertencem à classe criativa, segundo Florida (2002), correspondendo a 30% de todas as pessoas nos EUA entre as quais estão os administradores, advogados, escritores, engenheiros, consultores, professores, além de outros profissionais comprometidos com a inovação ou novos conteúdos criativos e com as novas tecnologias. Esse contingente, constatado em 1999, é duas vezes superior ao verificado em 1980 e dez vezes maior ao do início do século passado. No Brasil, de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio - PNAD de 2004, analisada por Golgher (2006), a parcela de

criativos é de 10,9%, proporção próxima de economias como a de Portugal (13,1%) e da Itália (13,2%), países pesquisados por Florida e Tinagli (2004).

Florida (2002) defende que as cidades são fatores decisivos na atração, aglomeração e mobilização de pessoas criativas em função de sua diversidade cultural, afabilidade e estruturas sociais. O autor acrescenta ainda que o ponto chave para o crescimento e desenvolvimento de municípios, cidades e regiões é o aumento na produtividade associado à aglomeração de pessoas qualificadas e criativas que possam contribuir para o rejuvenescimento das cidades e valorização do patrimônio imaterial. Deste modo, a habilidade de um local em produzir e atrair pessoas criativas constitui-se como fator central no desenvolvimento regional.

São variados os fatores que contribuem ou não para a atratividade relativa de uma determinada região em comparação com as demais, dentre os quais destacam-se: as diferenças de salários entre as regiões; chances de obtenção de empregos; custo de vida, etc. Da mesma forma, variáveis não-econômicas também têm seu grau de importância para atratividade relativa regional, tais como: regiões que apresentam melhores condições climáticas, menores níveis de criminalidade, melhores oportunidades de lazer, menores níveis de poluição e melhores condições de moradia (GOLGHER, 2004).

Adicionalmente aos fatores citados anteriormente, Florida (2002) sugere ainda a hipótese de que a presença de um grande contingente de pessoas que desempenham atividades relacionadas com o entretenimento forma uma atmosfera favorável à atração de indivíduos talentosos e criativos. De acordo com o mesmo autor, um alto índice de diversidade correlaciona-se positivamente com altos índices de qualificação e criatividade, ambos propícios a um desenvolvimento regional mais acelerado. O autor enfatiza ainda que nenhuma cidade é mais criativa do que a outra, mas o índice de trabalhadores criativos que ela vai atrair é que fará a diferença e a transformará num centro de excelência e de capacitação criativa.

Por se basearem em atributos humanos como: talento, criatividade, e habilidade, muito provavelmente mais bem distribuídos populacional e espacialmente, se comparados a infra-estruturas e equipamentos industriais, as

atividades próprias das Indústrias Criativas representam também grande oportunidade para a promoção do desenvolvimento endógeno e local, pela valorização das vocações e potencialidades individuais de pessoas e empresas localizadas em determinada base territorial, como um município.

Flew (2005) *apud* Bendassolli e Wood (2006) retrata que as experiências relativas ao desenvolvimento de cidades, através da exploração de Indústrias Criativas, são ainda pouco conclusivas. No entanto, há pesquisadores que defendem sua importância para políticas de inclusão e desenvolvimento social, bem como para a formação e educação dos indivíduos envolvidos nessa atividade (BANKS, 1999; HESMONDHALGH, 2002 e TAY, 2005) *apud* (BENDASSOLLI e WOOD, 2006).

Florida (2002), discute a importância de uma sociedade vibrante e com grande diversidade populacional na atração de talentos, e relaciona essa atração e, conseqüente concentração de pessoas qualificadas e criativas, com o desenvolvimento de cidades e regiões. A globalização também exerce um impacto na transformação econômica e social na maioria das economias locais de todo o mundo fomentando o incremento sucessivo de talentos e trabalhadores corporativos para suprir a carência de serviços inovadores e especializados, acirrando o dinamismo das redes que conectam as localidades a um universo de espaços geográficos do mercado global.

Cidades em todo o mundo enfrentam desafios para o desenvolvimento econômico onde o ponto crucial é manter a própria competitividade em um mundo mais integrado e dinâmico. Precisam se reposicionar na cadeia econômica oferecendo produtos distintos e serviços criativos para o mercado mundial.

Tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disporem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e aloca os valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e de crescimento (DOLABELA, 1999, p. 30).

Golgher (2006) aplicou no Brasil a metodologia de Richard Florida que permite criar um índice de criatividade baseado na avaliação de outros indicadores relacionados com o talento, a tecnologia e a tolerância. O autor ressalta a importância atribuída por Flórida para a formação da sociedade vibrante, diversidade populacional e atração de talentos. Além disso, constata que há no país uma grande heterogeneidade espacial entre os indicadores investigados.

TABELA 1 - Proporção de trabalhadores do setor criativo na população de estados brasileiros, no período 1986-2004

Área	Ano				Variação entre 1986 e 2004 (%)
	1986	1992	1998	2004	
Alagoas	6,3	8,4	8,8	5,1	-19,7
Amazonas	8,8	11,1	10,4	7,9	-10,6
Bahia	6,9	6,9	8,2	6,1	-11,9
Ceará	7,0	7,3	8,2	7,5	7,6
Distrito Federal	14,0	16,0	18,9	21,7	55,4
Espírito Santo	9,7	7,9	10,8	10,9	12,2
Goiás Tocantins	10,4	9,6	10,3	9,9	-5,3
Maranhão	5,3	6,1	5,7	5,5	4,5
Mato Grosso	8,8	9,6	11,1	10,7	21,4
Mato Grosso do Sul	8,3	10,8	11,0	10,6	27,8
Minas Gerais	9,1	8,6	9,8	10,6	16,0
Pará	10,7	11,1	9,1	7,0	-34,3
Paraíba	9,3	8,8	11,2	8,2	-11,3
Paraná	8,2	8,9	10,8	12,3	50,0
Pernambuco	6,6	7,9	9,2	8,2	24,5
Piauí	6,3	6,8	7,1	5,4	-13,1
Restante da Região Norte	11,6	13,4	13,9	8,5	-26,6
Rio de Janeiro	12,4	13,8	15,1	15,2	22,3
Rio Grande do Norte	8,8	8,5	10,1	7,6	-13,9
Rio Grande do Sul	8,1	10,2	11,3	11,3	38,6
Santa Catarina	7,8	8,5	10,8	12,5	61,0
São Paulo	10,7	12,2	14,5	14,7	38,0
Sergipe	6,6	8,6	10,2	7,3	10,9
Brasil	9,2	9,8	11,3	10,9	19,3

Fonte: GOLGHER, 2006, p. 10.

A TAB. 1 apresenta a proporção de trabalhadores do setor criativo na população de cada estado e foi elaborada através de microdados das PNADs de 1986, 1992, 1998 e 2004. Esse indicador permite constatar que estados detentores de economias mais modernas estão mais próximos do contingente populacional equivalente ao percentual de 30% que representa a classe criativa americana. Estados como Distrito Federal, Rio de Janeiro e São Paulo, cujas economias são nominalmente expressivas, lograram proporções acima da média nacional, com

21,7%, 15,2% e 14,7%, respectivamente. Por outro lado, em Estados como Alagoas, Maranhão e Piauí, os valores são muito inferiores, entre 5,1% e 5,5%.

Golgher (2006) analisou também a correlação da proporção de trabalhadores na Economia Criativa entre os estados, para os anos de 1986, 1992, 1998 e 2004, e percebeu que ela era elevada em todos os anos. Contudo, esse resultado não se confirma com relação à evolução temporal, conforme se observa na TAB. 2. A correlação não se apresenta significativa nem negativa para os estados com menores proporções em 1986 e 1992, pois não mostraram crescimento superior os demais estados.

Entretanto, observa-se uma correlação positiva entre a proporção de trabalhadores na Economia Criativa em 1998 comparada com a variação entre os anos de 1986 e 2004, sinalizando que os estados que detinham os maiores valores em 98 também tendiam a apresentar uma variação superior entre 1986 e 2004. Isto tem como implicação o entendimento de que o contingente de pessoas envolvidas na Economia Criativa cria uma força impulsionadora para a expansão deste mesmo contingente no futuro, provavelmente pela operação das economias externas e pelos efeitos de aglomeração.

TABELA 2 – Correlação da proporção de trabalhadores na Economia Criativa, entre os estados, no período de 1986-2004

	Ano	Proporção de trabalhadores na Economia Criativa				Variação na proporção de trabalhadores na economia criativa 1986-2004 (%)
		1986	1992	1998	2004	
Proporção de trabalhadores na Economia Criativa	1986	1,00	-	-	-	-
	1992	0,88	1,00	-	-	-
	1998	0,87	0,91	1,00	-	-
	2004	0,74	0,73	0,88	1,00	-
Variação na proporção de trabalhadores na Economia Criativa 1986-2004 (%)		0,14	0,23	0,45	0,75	1,00

Fonte: GOLGHER, 2006, p. 11.

Nota: variáveis em negrito são significativas em 5%.

Dando sequência à composição do Índice de Criatividade, Golgher (2006) confeccionou também, para os estados no Brasil, o índice de qualificação superior, índice de qualificação de pós-graduação, índice de qualificação técnica superior e índice de qualificação técnica de pós Graduação. Em seguida o autor os combinou num único indicador síntese para ser analisado como uma comparação relativa entre os estados pesquisados, para cada um dos anos (TAB. 3).

TABELA 3 – Média anual normalizada dos índices de qualificação superior, pós-graduação, técnica superior e técnica de pós-graduação (Índice Síntese²)

Área	Ano			
	1986	1992	1998	2004
Alagoas	0,17	0,33	0,20	0,14
Amazonas	0,24	0,29	0,41	0,23
Bahia	0,24	0,17	0,19	0,19
Ceará	0,22	0,20	0,24	0,25
Distrito Federal	0,66	1,00	1,00	1,00
Espirito Santo	0,35	0,34	0,28	0,37
Goiás Tocantins	0,38	0,29	0,27	0,28
Maranhão	0,13	0,11	0,14	0,13
Mato Grosso	0,20	0,32	0,37	0,32
Mato Grosso do Sul	0,30	0,28	0,30	0,44
Minas Gerais	0,38	0,37	0,32	0,40
Pará	0,45	0,33	0,21	0,21
Paraíba	0,34	0,31	0,30	0,31
Parana	0,36	0,36	0,39	0,52
Pernambuco	0,24	0,31	0,26	0,31
Piauí	0,13	0,17	0,18	0,21
Restante da Região Norte	0,35	0,36	0,32	0,25
Rio de Janeiro	0,87	0,75	0,78	0,73
Rio Grande do Norte	0,23	0,21	0,34	0,23
Rio Grande do Sul	0,45	0,48	0,47	0,50
Santa Catanna	0,38	0,38	0,34	0,53
São Paulo	0,67	0,70	0,64	0,72
Sergipe	0,18	0,30	0,38	0,21

Fonte: GOLGHER, 2006, p. 19.

A interpretação conjunta dos indicadores de qualificação revela um aumento marcante na escolaridade do brasileiro nas últimas décadas. Três estados se destacam pelos altos valores nos quatro anos analisados, que são o Distrito Federal, São Paulo e o Rio de Janeiro, com cifras entre 0,64 e 1,00. Para Golgher (2006), os índices de qualificação sinalizam uma convergência entre estados no Brasil, ao passo que as proporções de trabalhadores na Economia Criativa divergem. Isso pode implicar, entre outras possibilidades, numa convergência das

² Esse índice é relativo sendo que o maior valor possível para cada um dos anos em separado é 1,00 (um).

economias criativas no futuro, e/ou na migração de pessoas qualificadas em direção ao sul e sudeste do país, regiões de maior desenvolvimento econômico do Brasil.

Nesse contexto, a análise detalhada em nível municipal, com base no Censo Demográfico do ano de 2000, permitiu ao pesquisador observar que as regiões sul e sudeste do país concentram mais de 70% dos 25 municípios com maior proporção de trabalhadores na Economia Criativa, dentre os quais estão todas as capitais de estado das regiões Sul e Sudeste do país: Porto Alegre, Vitória, Florianópolis, Curitiba, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, além de outros municípios (TAB. 4).

TABELA 4 – Proporção de trabalhadores na Economia Criativa sobre a população de cada município

Colocação	Município	Proporção (%)	População
1	Niterói (RJ)	29,2	459.451
2	São Caetano do Sul (SP)	28,2	140.159
3	Baependi (MG)	27,7	17.523
4	Agua de São Pedro (SP)	26,3	1.883
5	Cipó (BA)	24,7	14.285
6	Porto Alegre RS)	24,3	1.360.590
7	Vitória (ES)	23,8	292.304
8	Flonanópolis(SC)	23,7	342.315
9	Santos (SP)	22,4	417.983
10	Cachoeirinha (PE)	22,2	17.042
11	Jaguaribe (CE)	22,2	35.062
12	Cesário Lange (SP)	22,1	12.883
13	Nova Iguaçu de Goiás (GO)	21,4	2.746
14	Curitiba (PR)	20,9	1.587.315
15	Silveiras (SP)	20,7	5.378
16	Balneário Camboriú (SC)	20,3	73.455
17	Belo Horizonte (MG)	20,0	2.238.526
18	SantanadePamaiba (SP)	19,9	74.828
19	Rio de Janeiro (RJ)	19,9	5.857.904
20	Garuva (SC)	19,8	11.378
21	Campinas (SP)	19,4	969.396
22	Lavandeira (TO)	19,4	1.209
23	Itaiçaba (CE)	19,4	6.579
24	Paulino Neves (MA)	19,2	11.526
25	São Paulo (SP)	18,5	10.435.546

Fonte: Censo Demográfico, 2000, dados adaptados por GOLGHER, 2006, p. 25.

A análise dos dados da TAB. 4 revela ainda que alguns municípios apresentam proporções de trabalhadores no setor criativo bastante superiores aos dos seus respectivos estados, como é o caso, por exemplo, de Niterói (29,2%) e Baependi (27,7%), localizados nos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais,

respectivamente. Esses municípios apresentam proporções próximas do percentual observado nos EUA (30%), de acordo com os estudos de Florida (2002).

O índice gay, pesquisado por Florida (2005) para a confecção do índice de criatividade, foi também explorado por Golgher (2006) com aplicação para regiões metropolitanas do Brasil. Para Florida a importância desse indicador está na possibilidade de medir o grau de abertura e tolerância de uma sociedade com relação à diversidade populacional, onde estão incluídos os grupos de indivíduos homossexuais. A tolerância à diversidade é uma característica que pode aumentar o poder de atração de indivíduos criativos, impactando diretamente na promoção das atividades das Indústrias Criativas.

Na pesquisa de Golgher (2006), o índice gay é obtido através da proporção de domicílios compostos por somente dois homens, não aparentados, com idade média acima de 35 anos, diferentemente de Florida (2005) que utilizou o quantitativo de indivíduos homossexuais, sem restrição de gênero. O método adotado por Golgher seria uma proxy para a população homossexual de uma localidade. O limite de idade, que também não foi adotado na metodologia de Florida (2005), foi utilizado por Golgher com o objetivo de excluir muitos dos domicílios onde dois amigos heterossexuais dividem moradia.

O resultado desse indicador apresenta o Distrito Federal, Manaus e Fortaleza entre as três primeiras colocações, respectivamente. Golgher (2006) registra sua opinião na pesquisa informando que esse indicador apresenta limitações como medida de homossexualidade pois não pode certificar que esses indivíduos são homossexuais, podendo ser colegas de trabalho, etc. É importante também registrar que a amostra analisada pelo autor é exclusivamente do gênero masculino, conferindo uma limitação adicional para a referida pesquisa.

2.3 A dimensão econômica e cultural das Indústrias Criativas

A Economia Criativa promove a cultura e impulsiona o desenvolvimento sócio-econômico global através das atividades das indústrias criativas. Nesse

contexto, a Economia Criativa vem sendo percebida como o toque de Midas das economias desenvolvidas gerando riqueza e combatendo o desemprego. Dados do Banco Mundial, citados por Howkins (2001), revelam que a Economia Criativa gerou uma receita global próxima de US\$ 2,2 trilhões, em 1999, registrando uma taxa de crescimento anual equivalente a 5%. No mesmo ano, o PIB mundial correspondeu ao valor de US\$ 30,2 trilhões, sendo 7,3% deste montante representados pela Economia Criativa.

A despeito desse resultado existe, em nível nacional, carência de informações que permitam aferir a dimensão econômica do setor cultural. Em razão disso o IBGE, em parceria com o Ministério da Cultura – MinC, elaborou indicadores culturais relativos às dimensões de produção, consumo e emprego das atividades culturais nos segmentos da indústria, comércio e serviços. A investigação contemplou as seguintes variáveis: pessoal ocupado, número de empresas, receitas, custos, valor adicionado, valor bruto da produção, custo das operações industriais, consumo intermediário e valor da transformação industrial, além de salário médio, custo do trabalho, taxa de margem de comercialização e taxa de investimento.

Para a construção dessa base de informações o IBGE utilizou dados do Cadastro Central de Empresas – CEMPRE, a Pesquisa Industrial Anual - Empresa - PIA-Empresa, a Pesquisa Anual de Comércio – PAC, a Pesquisa Anual de Serviços – PAS, a Pesquisa Anual de Serviços – Suplemento de Produtos e Serviços (todas referentes ao ano de 2003), a Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF 2002-2003, as Estatísticas Econômicas das Administrações Públicas – APU 2003 e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD 2002, 2003 e 2004.

De acordo com a pesquisa IBGE (2006), as atividades culturais geraram no Brasil, em 2003, uma receita líquida de R\$ 156 bilhões e uma massa salarial anual de R\$ 17,8 bilhões. O salário médio mensal pago pelo conjunto dos setores econômicos (indústria, comércio e serviços) relacionados à cultura foi de 5,1 salários mínimos (SM), acima da média geral dos setores econômicos (3,3 SM). O custo do trabalho envolvendo o mesmo conjunto de setores econômicos foi de 15,1%. Essa taxa foi inferior à média geral da economia (23,9%), em 2003, indicando maior competitividade por parte do conjunto de atividades culturais (TAB. 5).

TABELA 5 – Salário médio mensal e custo do trabalho nos setores econômicos totais e Culturais – Brasil – 2003

(continua...)

Setor econômico total e cultural	Salário médio mensal (em salários mínimos) ³	Custo do trabalho (%) ⁴
Total geral (IT+CO+SE)	3,3	23,9
Atividades culturais (AIC÷ACC÷ASC)	5,1	15,1
Indústria de transformação- IT	4,6	12,5
Atividades Industriais Culturais – AIC	5,3	14,5
Fabricação de artefatos diversos de madeira, palha e cortiça e material trançado - exceto móveis	2,2	21,1
Edição e impressão	6,2	24,1
Impressão de jornais, revistas e livros e outros serviços gráficos	3,3	24,4
Reprodução de materiais gravados	7,3	13,6
Fabricação de computadores	9,5	6,6
Fabricação de aparelhos telefônicos, sistemas de intercomunicação e semelhantes	10,5	4,7
Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo	6,0	8,6
Fabricação de produtos diversos	3,0	24,3
Comércio – CO	2,1	9,1
Atividades Comerciais Culturais – ACC	2,2	13,2
Atividades Comerciais Culturais - ACC diretamente ligadas à cultura	1,6	17,8
Varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	1,7	17,7
Varejista de artigos usados	1,2	26,4
Atividades Comerciais Culturais - ACC indiretamente ligadas à cultura	5,5	10,1
Atacadista de artigos de escritório e de papelaria	3,3	10,9
Atacadista de computadores, equipamentos de telefonia e comunicação, partes e peças	8,3	9,9
Serviços – SE	3,2	27,5
Atividades de Serviços Culturais –ASC	5,9	15,7
Atividades de Serviços Culturais -ASC diretamente ligadas à cultura	5,0	25,4
Aluguel de objetos pessoais e domésticos	1,5	35,7
Consultoria em <i>software</i>	9,2	27,5
Publicidade e atividades fotográficas	4,3	25,6
Outras atividades de ensino	2,0	45,1

³ O salário médio mensal corresponde à relação entre o total de salários, retiradas e outras remunerações e o número total de pessoas ocupadas dividido pelo salário mínimo anual, que é o somatório do salário mínimo pago em cada mês, incluindo o décimo terceiro. Em 2003, o salário mínimo anual foi de R\$ 3 000,00, segundo o Ministério do Trabalho e Emprego.

⁴ O custo do trabalho na indústria corresponde à relação entre os gastos com pessoal e a receita líquida de vendas; no comércio e nos serviços, corresponde à relação entre os gastos com pessoal e a receita.

(continuação)

Setor econômico total e cultural	Salário médio mensal (em salários mínimos)	Custo do trabalho (%)
Atividades cinematográficas e de vídeo	4,8	11,8
Atividades de rádio	3,5	42,8
Atividades de televisão	9,8	20,9
Outras atividades artísticas e de espetáculos	4,5	33,6
Atividades de agências de notícias	14,7	46,9
Atividades de Serviços Culturais -ASC indiretamente ligadas à cultura	8,4	9,9
Telecomunicações	14,2	7,2
Processamento e atividades de banco de dados e distribuição de conteúdo eletrônico	4,7	45,0

Fonte: IBGE, 2006.

Nota: As atividades tarjadas em cinza são aquelas indiretamente relacionadas à cultura.

Nesse mesmo ano, o setor cultural foi responsável também por 5,7% dos empregos formais e 6,2% do número total de empresas vigentes. (TAB. 6).

TABELA 6 – Número de empresas e pessoal ocupado total dos setores econômicos totais e culturais - Brasil – 2003

Setor econômico total e cultural	Número de empresas	Pessoal ocupado total
Total geral IIT+COTSEI	2.318.734	18.571.150
Atividades Culturais (AIC+ACC+ASC)	142.875	1.055.866
Participação das Atividades Culturais no total geral (%)	6,2	5,7
Indústria de transformação - IT	138.612	5.971.280
Atividades Industriais Culturais -AIC	8.695	270.644
Participação das Atividades Industriais Culturais - AIC		
Na indústria de transformação (%)	6,3	4,5
No total geral (%)	6,1	25,6
Comércio – CO	1.335.678	6.121.204
Atividades Comerciais Culturais - ACC	47.554	200.977
Participação das Atividades Comerciais Culturais - ACC		
No comércio (%)	3,6	3,3
No total geral (%)	33,3	19,0
Participação das atividades ligadas diretamente à cultura no total das Atividades Comerciais Culturais -ACC (%)	94,6	85,9
Participação das atividades ligadas indiretamente à cultura no total das ACC (%)	5,4	14,1
Serviços - SE	844.444	6.478.666
Atividades de Serviços Culturais - ASC	86.626	584.245
Participação das Atividades de Serviços Culturais - ASC		
Nos serviços (%)	10,3	9,0
No total geral (%)	60,6	55,3
Participação das atividades ligadas diretamente a cultura no total das Atividades de Serviços Culturais - ASC (%)	83,2	72,5
Participação das atividades ligadas indiretamente à cultura no total das ASC (%)	16,8	27,5

Fonte: IBGE, 2006.

Nota: As atividades tarjadas em cinza são aquelas indiretamente relacionadas à cultura.

Segundo o IBGE (2006), esses percentuais foram calculados sobre o total das empresas culturais formalmente constituídas nos segmentos de indústria, comércio e serviços, não representando, portanto, a participação do referido setor no total do PIB.

As atividades de serviços culturais são responsáveis pela maioria do pessoal ocupado, nos setores econômicos culturais e em razão dessa concentração responderam também, em 2003, pela maior massa salarial anual gerada pelo setor que, de acordo com o IBGE (2006), foi de R\$ 17,8 bilhões, conforme registrado na TAB. 7. Além das atividades de serviços culturais a tabela apresenta também a soma das remunerações da indústria e do comércio.

TABELA 7 – Salários e outras remunerações dos setores econômicos culturais, em valores absolutos e participação percentual - Brasil – 2003

Descrição	Salários e outras remunerações dos setores econômicos culturais	
	Valor absoluto (1 000 R\$)	Participação percentual (%)
Atividades culturais (AIC+ACC+ASC e outras)	17.821.912	100,0
Atividades Industriais Culturais - AIC	4.110.376	23,1
Atividades Comerciais Culturais-ACC	1.029.019	5,8
Atividades de Serviços Culturais - ASC	11.590.077	65,0
Outras atividades não especificadas anteriormente	1.092.439	6,1

Fonte: IBGE, 2006.

Os dados da pesquisa IBGE (2006) revelam ainda que as atividades culturais são responsáveis por 4,4% das três despesas médias das famílias brasileiras, representando o quarto item de consumo das famílias brasileiras, superando os gastos com educação e ficando abaixo apenas da habitação, alimentação e transporte. Outro importante fator revelado pela pesquisa diz respeito ao gasto com a cultura que cresce na medida em que nível de instrução aumenta. Pessoas com nível superior chegam a gastar onze vezes o valor gasto por aquelas sem instrução.

Uma pesquisa realizada pela *Price Waterhouse Cooper*, em 2006, revelou que existem cerca de 290 mil empresas culturais no país, responsáveis por uma renda média de 5,1 salários mínimos para seus trabalhadores. Segundo a mesma pesquisa, o PIB do setor cultural, no Brasil, expandiu-se de US\$ 11,55 bi em 2001

para US\$ 14,65 bi em 2005 e a estimativa é de que em 2010 será atingida a marca de US\$ 21,92 bi, com uma taxa de crescimento anual de 8,4%.

Esses números evidenciam a expansão das indústrias criativas no Brasil, bem como realçam a importância desse segmento como vetor do desenvolvimento de cidades, estados e regiões brasileiras, através de manifestações culturais, talentos e vocações locais que permeiam todo o tecido social da nação.

2.4 A contribuição das Indústrias Criativas para o desenvolvimento local

O crescimento da economia e a sua sustentabilidade centralizam as atenções dos governos em todos os níveis: nacional, estadual e municipal. Neste contexto, o empreendedorismo aparece como um pilar da sustentabilidade da economia seja pela geração de emprego e renda ou mesmo pela competitividade que confere. Da mesma forma, nos últimos anos, as Indústrias Criativas tornaram-se um exemplo clássico de empreendedorismo e uma fonte importante de desenvolvimento econômico e social, com uma posição cada vez mais forte ao nível do comércio mundial de todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Lima (2006) corrobora com o pensamento de Cocco e Negri (2006) ao afirmar que a economia revela-se cada vez mais dependente das dimensões culturais como fontes de geração de valor através da incorporação da criatividade aos produtos. Em vista disso, preservar a diversidade cultural é o caminho para garantir a sustentabilidade das Indústrias Criativas como meio de estimular o desenvolvimento econômico com a geração de empregos.

2.4.1 O conceito de desenvolvimento local

Segundo Dowbor (1998), comunidades fortemente estruturadas localmente podem contribuir para a constituição de um lastro de sociedade organizada capaz de viabilizar as transformações necessárias nos níveis mais amplos. Mediante a utilização dos recursos disponíveis juntamente com a introdução

de inovações, as comunidades podem garantir a criação de riqueza e a melhoria do bem-estar da população local.

De acordo com Buarque (2002), o desenvolvimento local de uma região pode ser conceituado como um processo endógeno de mudança, que leva ao dinamismo da economia e à melhoria da qualidade de vida de seus habitantes. Sua fonte propulsora são as energias locais, liberadas pela mobilização de atores internos, tendo como consequência o desenvolvimento de potencialidades locais e o aumento de oportunidades sociais, além da promoção da competitividade da economia local, no contexto de um país inserido na globalização mundial.

Apenas com uma economia eficiente e competitiva, capaz de gerar riqueza local sustentável, é que se pode falar, efetivamente em desenvolvimento local, reduzindo a histórica dependência de transferência de rendas geradas em outros espaços. Dessa forma, o desenvolvimento local resulta da interação e sinergia entre a qualidade de vida da população local, a eficiência econômica e a gestão pública eficiente.

Com o objetivo de aproveitar as potencialidades e, de outra parte, superar os pontos críticos que emperram o processo de desenvolvimento, Carvalho Filho (1999) sugere um conjunto de princípios para servir de orientação às ações e iniciativas locais, são eles:

- a) aproveitamento das potencialidades e vantagens competitivas locais;
- b) melhoria da qualidade de vida;
- c) conservação ambiental;
- d) democratização do poder e participação social;
- e) descentralização;
- f) administração local;

- g) integração dos diversos setores de desenvolvimento, combinando eficiência produtiva com igualdade social.

Através de uma abordagem mais abrangente, Farrell *et al* (1999) concebem a viabilização do processo de desenvolvimento local por intermédio da valorização do capital territorial que, na visão dos autores, representa aquilo que constitui para a riqueza do território como: atividades, paisagem, patrimônio, etc. Nesse contexto, são propostos oito componentes-chave do capital territorial que devem ser trabalhados no processo de desenvolvimento local, são eles:

- a) recursos físicos e a sua gestão – em particular os recursos naturais (relevo, subsolo, solo, vegetação, etc.), equipamentos e infra-estruturas, além do patrimônio histórico e arquitetônico;
- b) a cultura e a identidade do território – correspondem aos valores comumente partilhados pelos atores do território, seus interesses, sua mentalidade, suas formas de reconhecimento, etc.;
- c) recursos humanos – as pessoas que vivem no território, ou que vêm viver e os que partem. As características demográficas da população e a sua estruturação social;
- d) o saber-fazer implícito/explicito e as competências – assim como o conhecimento das tecnologias e a capacidade de busca de desenvolvimento;
- e) as instituições e administrações locais – as regras políticas do jogo, os atores coletivos a gestão do território, além dos recursos financeiros e sua gestão;
- f) as atividades e empresas – a sua maior ou menor concentração geográfica e a sua estruturação;

- g) os mercados e as relações externas – designadamente a sua integração nos diferentes mercados, redes de troca, de promoção, etc.;
- h) a imagem e a percepção do território – tanto internas como externas.

A análise aproximada de cada componente proposto possibilita a construção do perfil do território tornando mais fácil a identificação dos recursos disponíveis e, de outra parte, dos desequilíbrios sobre os quais se deve agir para alcançar o desenvolvimento local que, de acordo com Zapata (2001) *apud* Campos (2003), envolve os valores e os comportamentos dos participantes e suscita práticas imaginativas, atitudes inovadoras, espírito empreendedor. Conclama à adoção de parcerias para mobilizar os recursos e as energias, apontando para diferentes caminhos segundo as características e capacidade de cada economia e cada comunidade local.

2.4.2 O impacto das Indústrias Criativas no desenvolvimento local

Nos últimos anos, a criatividade e o talento têm sido reconhecidos como fatores centrais do crescimento regional (Florida, 2002). Pesquisas recentes apontam que a modernidade conduz à emergência de uma economia regional do conhecimento (Asheim e Vang, 2005) onde a competição, com ênfase no talento, foi elevada, ao passo que, a inovação se tornou crucial para a manutenção da concorrência. Estes fatores passaram a fazer parte das agendas políticas forçando as autoridades locais e regionais a implementarem novas ações, em complementação às políticas tradicionais, para atrair investimentos (clima empresarial), bem como atrair e reter integrantes da classe criativa.

O papel da classe criativa em promover o desenvolvimento econômico regional deu origem a novas medidas de competitividade. Nos dias atuais, as cidades competem na tentativa de atrair investimentos através da formação de um clima de negócios inspirador, construído pela disponibilização de espaços atrativos para negócios e orientação ativa para as empresas, por intermédio da administração pública. Nesse contexto, é imprescindível reafirmar que a habilidade de atrair

talentos é essencial à prosperidade atual e futura das cidades. Por isso, as cidades procuram atrair talentos do mundo inteiro, moldando o ambiente para pessoas competitivas.

A Economia Criativa contribui para a vitalidade e o crescimento das economias locais através da criação de empregos, aumento do turismo cultural, entre outros atrativos, conforme abordado pela UNCTAD (2008):

The contribution of the creative sector to the economic vitality of cities can be measured in terms of the direct contribution of the sector to output, value added, incomes and employment and further through the indirect and induced effects caused, for example, by the expenditures of tourists visiting the city to experience its cultural attractions. In addition, cities with an active cultural life can attract inward investment in other industries seeking to locate in centres that will provide an enjoyable, stimulating environment for employees. (UNCTAD, 2008, p. 17).

Boschma e Fritsch (2007) corroboram a definição adotada pela UNCTAD (2008) ao defender que a classe criativa tem um efeito positivo e significativo no crescimento do emprego e na criação de novos negócios, em nível regional, e complementa afirmando que pessoas criativas além de gerarem novidades também atraem novas atividades econômicas.

As atividades culturais contribuem para o desenvolvimento local sustentável através da geração de emprego, criação de valor, requalificação urbana, integração de segmentos sociais excluídos e da participação e expressão das populações, entre outros. O resultado dessas ações promove a coesão territorial na medida em que ampliam a eficiência econômica, a qualidade ambiental, a equidade social, a participação cívica e a expressão cultural (FIG. 4).

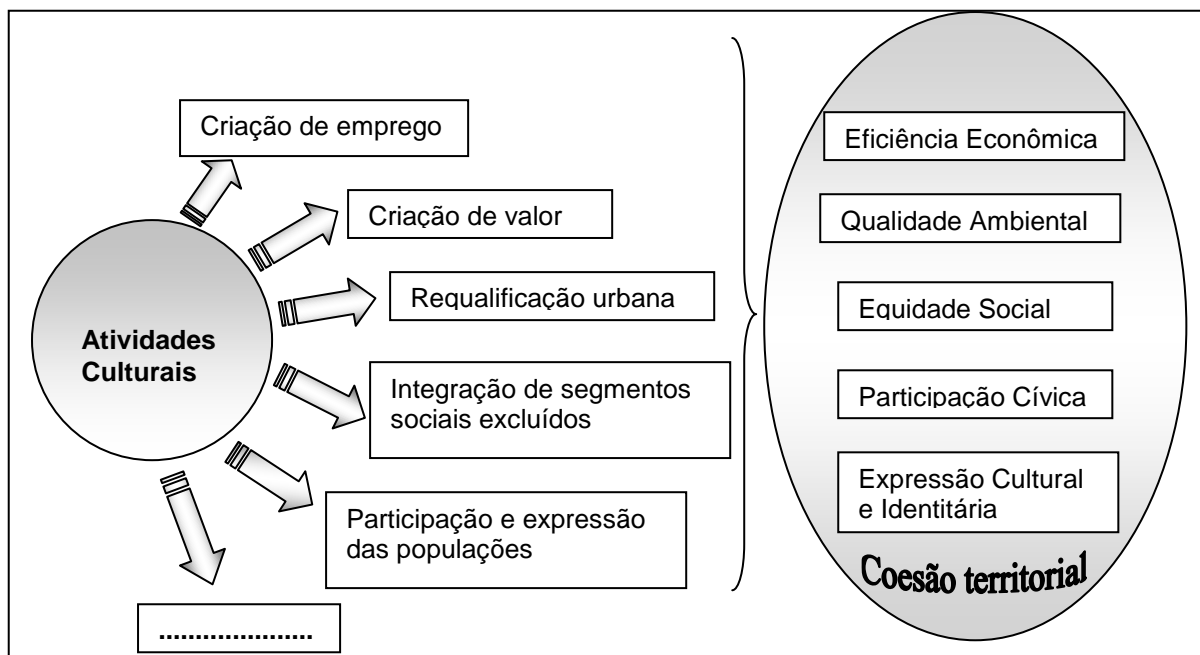


FIGURA 4 – Atividades culturais e desenvolvimento sustentável
 Fonte: Fórum cultura e criatividade 07, 2007.

Boschma e Fritsch (2007) investigaram o efeito do talento e da classe criativa no crescimento regional europeu e suas análises revelaram que essa classe tende a se concentrar em certas regiões da Europa. Essa investigação envolveu a avaliação das inter-relações de fatores como o talento (grau de instrução da população), indicadores de desenvolvimento e de densidade populacional das regiões, grupos de pessoas criativas (núcleo da classe criativa, profissionais da classe criativa e boêmios), classe criativa A (soma do núcleo com os profissionais da classe criativa) e classe criativa B (soma da classe criativa A com os boêmios).

O núcleo da classe criativa, na definição de Florida (2005), é um subconjunto de pessoas que inclui uma categoria de profissionais pertencentes a campos essencialmente criativos como: computação e matemática, arquitetura e engenharia, além das ciências sociais, educação, artes, *design*, entretenimento, esportes, e mídia. Por sua vez, os profissionais da classe criativa compreendem a maioria dessa classe e abrangem trabalhadores da área da saúde, gerentes, financistas, advogados, entre outros.

A análise dos efeitos da classe criativa no crescimento regional exige dados, precedentes, de longos períodos de tempo para serem confrontados com os indicadores do desenvolvimento econômico das regiões, referentes aos anos

subseqüentes. Contudo, de acordo com Boschma e Fritsch (2007) essas informações não estão disponíveis para a maioria dos países europeus, assim sendo a análise restringiu-se à Alemanha e aos Países Baixos, cobrindo 133 regiões cujos dados foram analisados através de regressão simples e os resultados apresentados na TAB. 8.

TABELA 8 – Os efeitos da classe criativa e do talento no desenvolvimento regional dos Países Baixos e da Alemanha, 1996-2002

	I	II	III	IV	V	VI	VII
Talento 1996	6,961** (3,80)	—	1,532 (0,61)	1,366 (0,51)	4,393* (2,04)	3,546 (1,85)	0,848 (0,34)
Classe criativa A 1996	—	19,553** (4,95)	17,138** (3,06)	—	—	—	—
Núcleo da classe criativa 1996	—	—	—	9,277** (2,78)	—	—	—
Profissionais da classe criativa 1996	—	—	—	—	10,900* (2,17)	—	—
Boêmios 1996	—	—	—	—	—	4,696** (4,09)	—
Classe criativa B 1996	—	—	—	—	—	—	18,665** (3,38)
Population density 1996	-2,138** (2,91)	-1,527* (2,42)	-1,743* (2,41)	-2,484** (3,41)	-1,704* (2,27)	-3,147** (4,27)	-1,836* (3,58)
Constante	7,399 (1,26)	-46,966** (3,17)	-41,869* (2,46)	7,586 (1,33)	-25,398 (1,57)	24,334** (3,53)	-45,377** (2,74)
R2	0,835	0,8459	0,845	0,843	0,840	0,853	0,847
Valor F	167,93**	182,08**	145,02**	142,96**	139,18**	154,25**	147,59**
No. De observações	133	133	133	133	133	133	133

Fonte: BOSCHMA e FRITSCH, 2007, p. 25.

Notas: * estatisticamente significativo ao nível de 5%.

** estatisticamente significativo ao nível de 1%.

A ausência de indicadores da classe criativa no modelo I de regressão, representado na TAB. 8, indica que o efeito do talento (medido nessa análise como a cota de trabalhadores com qualificação de bacharel ou nível superior a este) no crescimento subsequente do emprego é positivo. Por sua vez, o modelo II não contém indicadores do talento, mas da classe criativa, evidenciando que o impacto positivo dos povos criativos é, portanto, mais forte do que o da mão-de-obra qualificada. Por fim, os modelos de regressão de III a VII incluem indicadores do talento e também da classe criativa, revelando um forte impacto da faculdade criadora enquanto o indicador do talento se mantém pouco expressivo.

Diante do exposto, os resultados da análise de regressão evidenciam que a classe criativa é mais significativa do que o grau de instrução dos trabalhadores.

Portanto, os tipos de profissões, através das quais as populações adquirem e aplicam seus conhecimentos, têm um papel significativo no desenvolvimento econômico. Por fim, observa-se que o efeito econômico da densidade populacional permanece negativo, sugerindo que o crescimento do emprego nas regiões mais urbanizadas mostra-se tímido, durante o período de análise.

O relatório da UNCTAD (2008) reúne dados que vão além dos países europeus, disponibilizando exemplos concretos de ações promovidas através de parcerias entre organizações não governamentais do Brasil e da África em favor das trocas sócio-culturais, da criação de produtos e serviços que avaliem e promovam a cultura, a Economia Criativa e a inovação, da melhoria da qualidade de vida dos povos que vivem em países em desenvolvimento e da preservação e proteção da herança cultural desses países que constitui fonte de riqueza, geração de emprego, desenvolvimento local e redução da pobreza. Entre as ações divulgadas pelo relatório estão:

- a) Ação Comunitária do Brasil no Rio de Janeiro (ACB/RJ): fundada há 41 anos para promover e defender os direitos de brasileiros excluídos social, econômica e culturalmente. A ACB/RJ empreende atividades sócio-educacionais, seminários de treinamento e projetos destinados à formação de qualificações profissionais, provendo espaço para formação educacional, trabalho e geração de renda. Já atuou simultaneamente em 64 favelas e 16 conjuntos habitacionais, atingindo um público aproximado de 150 mil pessoas. Chegou também a coordenar o trabalho de 32 Organizações Não-Governamentais na inserção de jovens de 16 a 24 anos no mercado de trabalho. A ONG desenvolveu também uma estratégia de trabalhar através de parcerias, identificando organizações específicas e movimentos sociais como *Lake Victoria and Nyanza Creative Arts Association* e *Maisons des Jeunes de Kimisagara*;
- b) *Lake Victoria and Nyanza Creative Arts Association* (LAVINCA): criada em 1999 com o objetivo de promover e criar uma consciência artística e cultural queniana. Esse programa inclui projetos que reúnem artistas pobres e criam oportunidade para compartilhar idéias e experiências. Essa ação tem também

o propósito de mitigar os problemas sociais que afetam os adolescentes quenianos como a evasão escolar e a pobreza, colocando em prática mecanismos para a melhoria da qualidade de vida desses cidadãos, como a especialização destes em artes visuais, escultura, ornamentos, entre outros;

- c) *Maisons des Jeunes de Kimisagara* (MJK): centro criado em 1999 para ajudar os adolescentes de Ruanda auxiliando-os na resolução de problemas que eles enfrentam diariamente como AIDS, pobreza, gravidez na adolescência e evasão escolar. Desde outubro de 2006 essa ONG criou parcerias com mais de 60 associações de adolescentes que incluem times de esporte e diferentes trupes culturais. Adicionalmente, essa ONG pretende apoiar intercâmbios culturais entre os adolescentes de Ruanda, em nível nacional e local.

Dentre as experiências criativas citadas pelo relatório da UNCTAD (2008) está uma das mais expressivas manifestações culturais e criativas do Brasil, o carnaval. De acordo com a pesquisa, “*the simple mention of carnival takes us to Brazil*” – a simples menção da palavra carnaval nos remete ao Brasil. Terra onde o carnaval tem múltiplas dimensões e distintas manifestações em diferentes cidades como o Rio de Janeiro, Recife, Olinda e Salvador, entre outras.

O carnaval carioca, segundo registros da UNCTAD (2008) é caracterizado por sua atração como um espetáculo que tem fortes ligações com a economia do turismo, já em Recife e Olinda o carnaval remete às formas tradicionais de expressão popular. Diferentemente das outras cidades, o carnaval de Salvador, que se estabeleceu desde o final dos anos 80, é um evento popular de grande escala, caracterizado pela fusão cultural, tradição e inovação e tido como catalisador e espinha dorsal de uma economia local diferenciada onde a prática comercial coexiste com as expressões culturais da Economia Criativa que combina as festividades com a produção econômica.

Quando os blocos de trio elétrico se organizaram como empresas e atingiram economias de escala, transformaram o carnaval de Salvador em um produto de grande alcance cujo modelo é atualmente exportado para inúmeras cidades brasileiras, estimulando um notável mercado em torno dele, envolvendo a

música, os artistas, as indústrias criativas e culturais, a indústria do turismo e a economia de serviço da cidade, entre outros, no processo de transformação da diversidade em renda. Os indicadores e estatísticas do carnaval de Salvador para o ano de 2007, apresentados na TAB. 9, dão a dimensão do impacto econômico desse evento no desenvolvimento local.

TABELA 9 – Principais números da festa durante os 6 dias, Salvador, carnaval 2007

Indicador	Estatística	
Movimento de foliões	900	Mil
Movimento financeiro direto	302,1	Milhões
Cenário I – Conservador (Multiplicador = 1,4)	423,0	
Cenário II – Moderado (Multiplicador = 1,5)	453,2	
Cenário III – Otimista (Multiplicador = 1,6)	483,4	
Ocupações Temporárias	131	Mil
Iniciativa Privada	97	
Poder Público – Servidores e Ocupações Temporárias	34	
Receita Pública	5,8	Milhões
ISS (Blocos / Camarotes / Hotéis)	1,6	Milhão
Taxas (SUCOM, SESP, etc.)	1,3	Milhão
Cotas de Patrocínio	2,9	
Receita Privada	171,1	Milhões
Blocos / Entidades	69,3	
Hotéis	59,9	
Camarotes	17,0	
Transporte Rodoviário	5,3	
Ferry Boat	1,7	Milhão
Infra-estrutura (Montagem, Energia, Limpeza, etc.)	14,6	
Comunicação / Publicidade	3,5	
Despesas Públicas	49,1	Milhões
Prefeitura Municipal de Salvador	20,6	
Governo do Estado da Bahia	27,7	
Ministério da Cultura	0,9	Milhão
Transferência de Recursos para as Entidades Carnavalescas	7,9	Milhões
Governo Estadual / Entidades	4,7	
Prefeitura Municipal de Salvador / Entidades	2,3	
Governo Federal / Entidades (Lei Rouanet)	0,9	Milhão
Fluxo de Passageiros	840	Mil
Transporte Rodoviário	156	
Transporte Aéreo	446	
Transporte - Ferry Boat	238	
Taxa Média de Ocupação Hoteleira	72,9	%
Despesa Privada (estimativa)	125	Milhões
Patrocínio Privado (estimativa)	30	Milhões
Despesas dos Foliões (estimativa)	223	Milhões

Fonte: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2007, p. 25-26.

Os resultados contidos na TAB. 9 demonstram que, em 2007, o carnaval de Salvador movimentou recursos financeiros da ordem de R\$ 302,1 milhões, provenientes, sobretudo, dos gastos dos foliões (73,8%), principalmente os turistas, que desembolsaram substantivas despesas na festa, referentes a gastos com

hospedagem, alimentação, transporte, camarotes e abadás. Os gastos do Poder Público (16,3%) relacionaram-se com suas atribuições – infra-estrutura, segurança, publicidade e fomento. Nesse contexto, o impacto econômico total, direto e indireto, do carnaval de Salvador é de cerca de meio bilhão de reais, segundo a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (2007). Esse montante representa a força da diversidade como instrumento de geração de renda através do esforço empreendedor.

3 OFERTA DE EMPREENDEDORES E INDÚSTRIAS CRIATIVAS

O empreendedorismo não é um fato isolado, mas algo que vem se tornando abrangente histórica, social e economicamente. No século XXI o empreendedorismo tem se difundido nas mais diversas áreas de conhecimento como a economia, psicologia, sociologia, matemática e administração, manifestando-se no âmbito da política, das artes, da dança, da música, da cultura em geral, entre outros.

3.1 Empreendedor e empreendedorismo

Segundo Drucker (1986, p. 27) foi Jean-Baptiste Say, economista francês, que usou o termo empreendedor pela primeira vez, por volta de 1800, caracterizando-o como aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”. O economista defende ainda que o empreendedor é o responsável por reunir todos os fatores de produção e descobrir no valor dos produtos a reorganização de todo o capital que ele emprega, bem como o valor dos salários, os juros, o aluguel e os lucros que lhe pertencem. Para esse economista o espírito empreendedor é a própria prática de empreender, não se constitui, portanto, nenhuma arte ou ciência, mas sim uma disciplina.

Muitas são as definições acerca do empreendedor, no entanto aquela que apresenta a conotação mais pertinente sobre o mesmo foi concebida por Schumpeter (1982) quando o autor menciona que os empreendedores estão vinculados à inovação, sendo responsáveis pelo processo de “destruição criativa”. São um tipo especial, a força motriz de um grande número de fenômenos significativos que, conseqüentemente, propiciam o avanço econômico.

Kirzner (1973) *apud* Dinis *et al* (2006) tem um enfoque diferenciado. Para esse autor, o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma

posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, identificando oportunidades na ordem presente. Porém, o autor é enfático em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações.

Na visão de Schumpeter (1982) uma das peculiaridades do empreendedor é que ele toma uma postura estratégica ao identificar uma oportunidade e organiza recursos para convertê-la em produtos ou serviços. Via de regra, os empreendedores é que iniciam a mudança econômica, gerando empregos, introduzindo inovações e estimulando o crescimento da economia. Segundo Longenecker (1997), os empreendedores são vistos como pessoas que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, exercendo uma liderança dinâmica que conduz ao progresso econômico. Nas palavras desse autor "(...) os empreendedores são os heróis populares da moderna vida empresarial". (LONGENECKER, 1997, p. 3).

Para Longen (1997), o empreendedor é o responsável por reunir todos os fatores de produção e descobrir no valor dos produtos a reorganização de todo capital que ele emprega, o valor dos salários, o juro, o aluguel que paga, bem como os lucros que lhe pertencem. O julgamento, a perseverança, conhecimento sobre o mundo assim como sobre os negócios e possuir a arte da superintendência e da administração, são os requisitos primordiais para um empreendedor.

Duas correntes do pensamento conceituam o empreendedor de forma dicotômica. Os economistas em geral o associam ao desenvolvimento e à inovação enquanto os comportamentalistas se concentram em aspectos como criatividade e intuição. Nesse contexto, de acordo com o enfoque dos economistas:

produzir significa combinar materiais e forças que estão ao nosso alcance. Produzir outras coisas, ou as mesmas coisas com métodos diferentes, significa combinar diferentemente esses materiais e forças. Na medida em que as "novas combinações" podem, com o tempo, originar-se das antigas por ajuste contínuo mediante pequenas etapas, há certamente mudança, possivelmente há crescimento (SCHUMPETER, 1982, p.48).

Por sua vez, a visão comportamentalista, corroborada por Filion, defende que:

[...] o empreendedor caracteriza-se por ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios (FILION, 1999, p.19).

McClelland (1961) também possui uma visão comportamentalista e defende que é possível isolar, por meio quantitativo, fatores psicológicos e culturais do empreendedor, demonstrando que tais fatores são importantes para o desenvolvimento econômico.

Na visão de Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo depende da relação entre a existência de oportunidades lucrativas e a presença de indivíduos empreendedores, consistindo, ainda, na avaliação das fontes de oportunidades e na relação daqueles indivíduos com a tripla vertente da descoberta, apreciação e exploração. Grebel *et al* (2003), complementam que o empreendedorismo desempenha um papel fundamental na criação de novos empregos e na divulgação de novas tecnologias, bem como contribui, de forma determinante, para a exploração de oportunidades de negócios latentes no mercado, funcionando como um processo dinâmico que visa a criação de valor econômico.

De Klerk e Kruger (2002) se espelharam na visão de autores clássicos como Cantillon (1755), Jean-Baptiste Say (1767-1832), Schumpeter (1982), entre outros, para realizar um resgate histórico acerca das definições e contribuições sobre o tema e destacar algumas características que na opinião dos autores determinam o empreendedorismo tais como: prontidão, visão do futuro, capacidade de assumir riscos, capital suficiente, conhecimento suficiente, discernimento, criatividade, inovações, ambição, visão, firmeza, determinação, dedicação, valor(es), adaptabilidade e recompensa.

As teorias de base econômica que atribuem ao empreendedorismo fator importante para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento econômico, associaram o empreendedor à inovação, à criatividade e à capacidade

de assumir riscos moderados. Dentre os economistas que tratam do processo empreendedor, Schumpeter (1982) contribuiu para a projeção do tema, quando associa os empreendedores à inovação que, na visão do autor, fomenta o desenvolvimento econômico através de novas combinações, no sistema produtivo, que podem ocorrer em cinco casos:

1) introdução de um novo bem – ou seja, um bem que os consumidores ainda não estiverem familiarizados – ou de uma nova qualidade de um bem. 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria. 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes ou não. 4) Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias- primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada. 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio ou fragmentação de uma posição de monopólio (SCHUMPETER, 1982, p. 48-49).

Para Hisrich (2006) o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. O empreendedorismo portanto assimila-se a um processo dinâmico de criar mais riqueza, provendo valor para um produto ou serviço que pode ou não ser novo ou único.

Bygrave (1993) defende que o empreendedorismo é formado por todas as funções e atividades relacionadas com a detecção de oportunidades e a criação de empreendimentos capazes de realizá-las. Para esses autores, trata-se de um processo dinâmico e holístico que compreende descontinuidade, tem início com um ato de vontade humana, acontece ao nível de empresários individuais e acarreta mudança.

Filion (1999) oferece destaque para o caráter transitório do comportamento empreendedor quando o define como uma pessoa criativa com capacidade de estabelecer e atingir objetivos e detectar oportunidades de negócios,

mantendo um alto nível de consciência do ambiente em que vive. Para esse autor, um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócio e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Schumpeter (1982) enfatiza a importância da capacidade empreendedora como fomentadora de mudanças econômicas e geradora de empregos. Além disso, esse autor vincula o empreendedorismo à inovação, considerando a criatividade como elemento impulsionador desta última. Os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

A criatividade e a iniciativa empreendedora dependem de um complexo padrão de relações institucionais que intervém no processo de descobertas científicas, nas atividades inovadoras e nas suas aplicações, resultando em transformações econômicas e sociais. O talento criativo e o empreendedorismo podem surgir nos núcleos criativos e são diretamente fomentados pelas estruturas sociais e culturais de cada lugar.

Empreender é um fenômeno cultural que diz respeito aos valores da sociedade e não é uma questão exclusivamente de conhecimento, apesar de depender da capacidade de inovação e auto-aprendizagem. A importância do empreendedorismo quanto tema de estudo está relacionada ao grau de desenvolvimento da sociedade através da movimentação da economia para gerar mudanças e ampliar relações, provocando a destruição criadora (SCHUMPETER, 1982), ou seja, a dinâmica empresarial que implica o nascimento de novas empresas e o desaparecimento de outras.

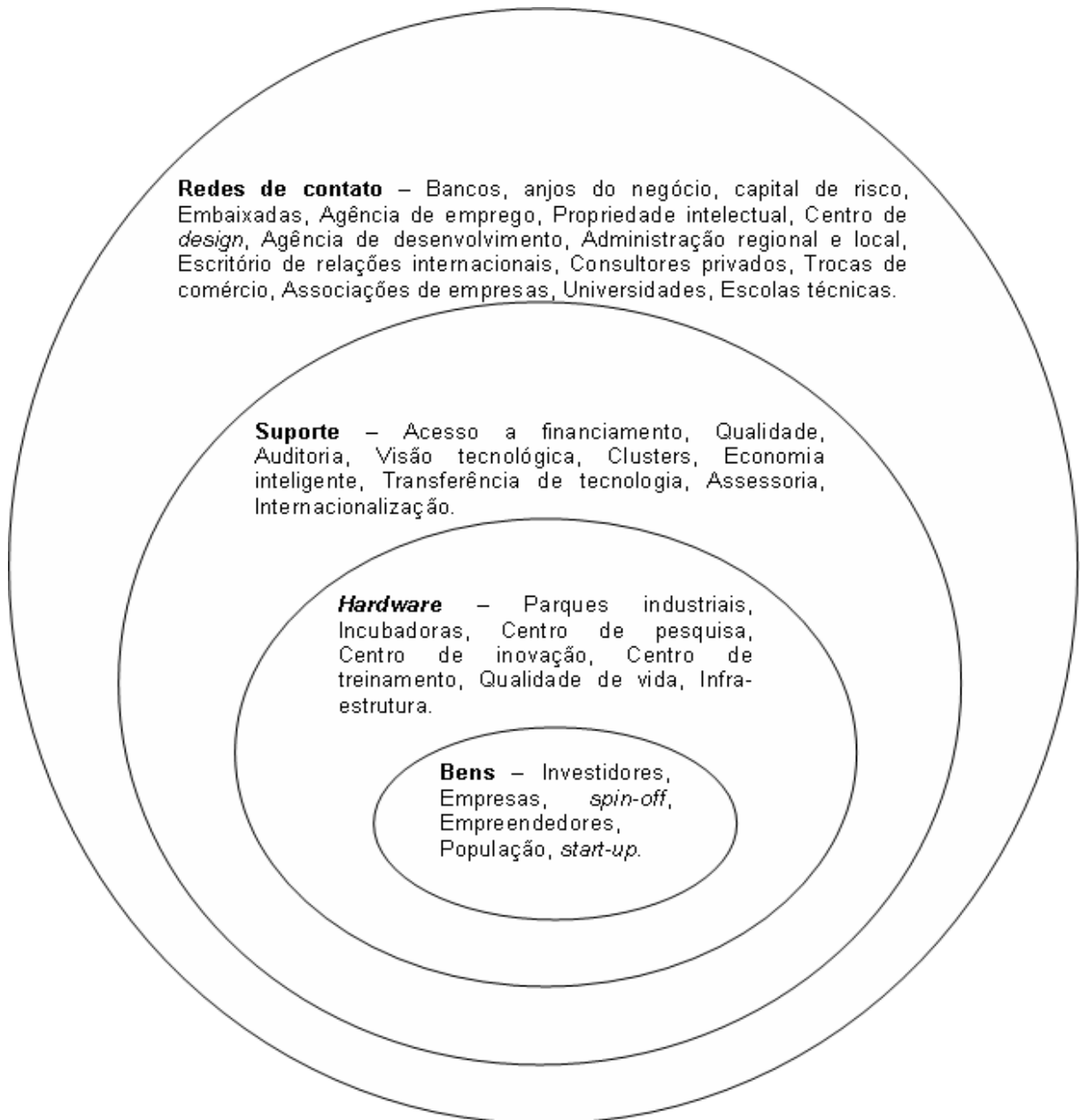


FIGURA 5 – Roda do desenvolvimento local
 Fonte: EURADA, 2003, *apud* Oliveira, 2006, p. 34.

A FIG. 5 ilustra a representação esquemática da roda do desenvolvimento regional, na qual se vê a interligação entre os vários elementos constituintes de uma região que almeja ser empreendedora: Uma região empreendedora é aquela na qual a população tem ou adquire uma cultura de empreendedorismo e inovação, onde as autoridades públicas implantam estratégias de suporte inovadoras para negócios e para as pessoas de negócios. A figura também mostra que as redes de contato (diversas instituições) agem dando suporte para que os bens, representados pelo

potencial empreendedor e amparados pela estrutura denominada *hardware*, possam gerar o desenvolvimento (EURADA, 2003, *apud* OLIVEIRA, 2006).

Nesse contexto, fica explícita a necessidade de analisar o empreendedorismo com mais profundidade, buscando respaldo na ampla literatura sobre o assunto, sobretudo na Teoria Eclética do Empreendedorismo, marco teórico desta dissertação, bem como em outras teorias do campo.

3.2 Teoria Eclética do Empreendedorismo

De acordo com Verheul *et al* (2001), a Teoria Eclética do Empreendedorismo provê uma ampla interpretação sobre o tema tomando como base um complexo modelo analítico construído com o propósito de comparar o nível do empreendedorismo entre diferentes nações. Na construção dessa teoria os autores incorporaram fatores econômicos, sociais e culturais, bem como estudaram os determinantes do empreendedorismo subdivididos em níveis de análise micro, meso e macro.

O nível micro foca o processo de tomada de decisão dos indivíduos e os motivos que levam trabalhadores a se tornarem autônomos. Já o nível meso mantém o foco em especificidades do mercado que determinam o empreendedorismo como oportunidades de ganho financeiro. Por sua vez, o nível macro, além de agregar os argumentos dos níveis micro e meso, mantém o foco numa gama de fatores ambientais e em variáveis tecnológicas, econômicas e culturais.

Verheul *et al* (2001) na construção do modelo teórico, fazem também uma distinção entre o lado da oferta (perspectiva de mercado de trabalho) e da demanda (capacidade do mercado) por empreendedorismo e, sobretudo uma distinção entre o atual nível de empreendedorismo e o nível de equilíbrio (taxa de longo prazo determinada pelo estado de desenvolvimento econômico, tecnologia e estrutura de mercado), conforme representado na FIG. 6.

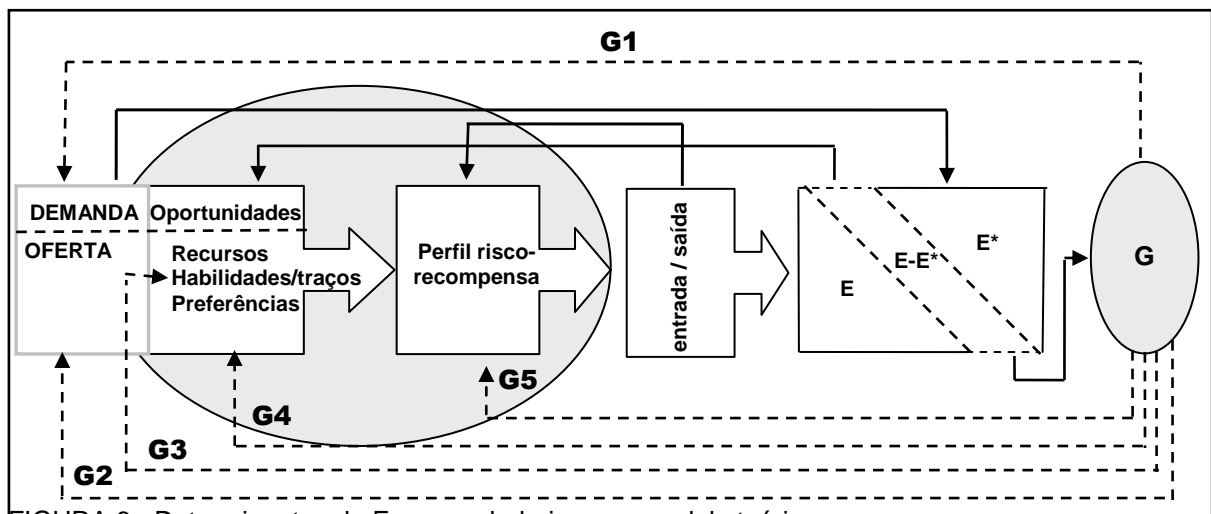


FIGURA 6 - Determinantes do Empreendedorismo: o modelo teórico
 Fonte: Adaptado de VERHEUL *et al*, 2001.

Este modelo teórico correlaciona diversos fatores determinantes do nível de empreendedorismo, compreendidos como:

- 1) taxa atual de empreendedorismo (E): envolve macro e micro componentes, de forma que no lado da demanda as oportunidades empreendedoras são criadas pela demanda de mercado por bens e serviços, enquanto que o lado da oferta gera empreendedores em potencial que podem aproveitar as oportunidades, desde que possuam os recursos, habilidades e preferências para o fazer;
- 2) taxa de equilíbrio (ótima) de empreendedorismo (E*): taxa de equilíbrio a longo prazo resultante das forças do lado da demanda, como desenvolvimentos tecnológicos e mudanças na estrutura de mercado (Carree, Van Stel, Thurik e Wennekers, 2001 *apud* Verheul *et al*, 2001);
- 3) desequilíbrio da taxa de empreendedorismo (E-E*): ocasionado pela discrepância entre as taxas de empreendedorismo, atual e ótima, diante do excesso ou falta de oportunidades empreendedoras;
- 4) perfil risco-recompensa do empreendedorismo (*risk-reward profile*): representa o processo de pesar tipos alternativos de ocupação, com base em oportunidades, recursos, habilidade, características de personalidade e preferências (características individuais), medindo os riscos envolvidos na

condição de estar desempregado e nas opções de ser empregado ou tornar-se um empresário ou empreendedor;

- 5) intervenções governamentais (G1, G2, G3, G4 e G5): a intervenção representada como G1 ocorre no lado da demanda de empreendedorismo, influenciando o número e o tipo de oportunidades empreendedoras e a G2 ocorre no lado de oferta, influenciando o número e o tipo de empreendedores potenciais. Por sua vez, a G3 visa influenciar a disponibilidade de recursos, habilidades e conhecimento dos indivíduos, enquanto a G4 atuam com o objetivo de influenciar as preferências dos indivíduos (valores e atitudes). Por fim, o G5 representa as políticas do governo voltadas para o processo de tomada de decisão dos indivíduos, influenciando diretamente o perfil risco-recompensa do empreendedorismo.

Dentre os vários fatores que influenciam a propensão para o empreendedorismo, de acordo com Verheul *et al* (2001), destacam-se: a criação de incentivos fiscais por parte do governo, a atribuição de subsídios, o sistema de educação, a legislação trabalhista e a estrutura etária de uma população.

No relatório GEM (2006) as características demográficas são apontadas como condições favoráveis ao empreendedorismo no Brasil, tendo em vista que o país foi povoado por pessoas das mais diferentes nacionalidades, credos e culturas, propiciando ao brasileiro a capacidade de adaptar-se a diferentes tipos de situações e em ambientes distintos, característica essencial ao florescimento do empreendedorismo reforçada, inclusive, pela facilidade do brasileiro em conviver com pessoas diferentes sem perder a unidade.

A idade da população brasileira, composta por um percentual representativo de jovens, também favorece o surgimento de empreendedores, visto que o jovem é mais propenso a assumir riscos, que são inerentes à atividade empreendedora. Segundo a base de dados internacional do *United States Bureau of the Census* citada pelo GEM (2006) o Brasil apresenta 30,4% da população total na

idade entre 18 a 34 anos, em 2006, sendo que do total de 188.078.227 habitantes, 57.170.503 está nessa faixa de idade.

Embora o modelo dos determinantes da taxa de empreendedorismo, proposto por Verheul *et al* (2001), corresponda a uma explicação bastante abrangente deste fenômeno, cabe ainda uma análise de outras teorias que possam contribuir para o enriquecimento do referencial teórico deste estudo.

3.3 Outras teorias do empreendedorismo

Além da Teoria Eclética, outras diferentes teorias tratam dos fatores determinantes do empreendedorismo, dentre estas estão as teorias econômicas, psicológicas, sociológicas e antropológicas, conforme exposto na FIG. 7.

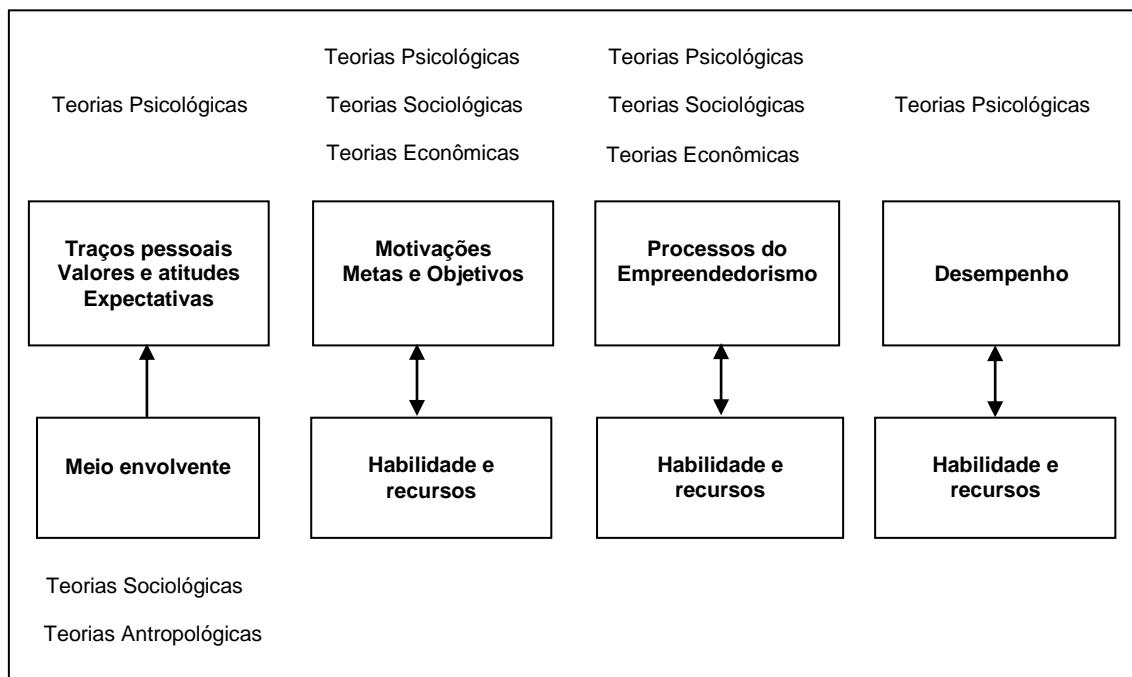


FIGURA 7 - Diferentes teorias que explicam o empreendedorismo
Fonte: VIRTANEN, 1997.

Segundo Gordon (2004), as Teorias Econômicas do Empreendedorismo, oriundas da Teoria Econômica Clássica, defendem que a atividade empreendedora resulta do ambiente econômico envolvente. No âmbito das teorias psicológicas, McClelland (1971) sugere que essas teorias realçam a influência dos traços de

personalidade, da motivação e dos incentivos dos indivíduos, ao passo que as teorias sociológicas explicam o empreendedorismo como um processo no qual o passado sociológico do indivíduo constitui um fator decisivo para que o mesmo se transforme num empreendedor.

Os estudos antropológicos do empreendedorismo, por sua vez, concentram-se nos processos sociais e culturais. Segundo Virtanen (1997) o resultado e o grau da atividade empreendedora dependem de oportunidades econômicas e da capacidade do indivíduo em perceber e saber agir diante dessas oportunidades. Nessa visão, o complexo de instituições, aspectos culturais e relações de confiança locais conducentes à cooperação assume um papel crítico para o empreendedorismo, assim como as relações – pessoais e sociais – que constituem os principais veículos ou canais por meio dos quais o aprendizado e a inovação têm lugar.

O empreendedorismo na percepção de Trigo (2002), não pode ser entendido como um fenômeno simples e unidimensional, tendo em vista que é influenciado pela personalidade do indivíduo, seu comportamento e pelo contexto no qual se encontra inserido. Carland *et al* (1992) *apud* Filho *et al* (2007), compartilham da idéia de que a identificação do perfil do empreendedor bem sucedido é a chave que viabiliza a mensuração do potencial empreendedor.

Na visão de Dornelas (2001) a decisão de empreender sofre influência de fatores externos, ambientais e sociais. Em decorrência disso o processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. A FIG. 8 exemplifica, segundo o autor, alguns dos fatores que mais influenciam esse processo durante cada fase da iniciativa empreendedora, dentre os quais destaca-se a cultura como o complexo no qual estão incluídos conhecimentos, crenças, costumes e quaisquer outras aptidões, idéias e hábitos adquiridos no convívio social.

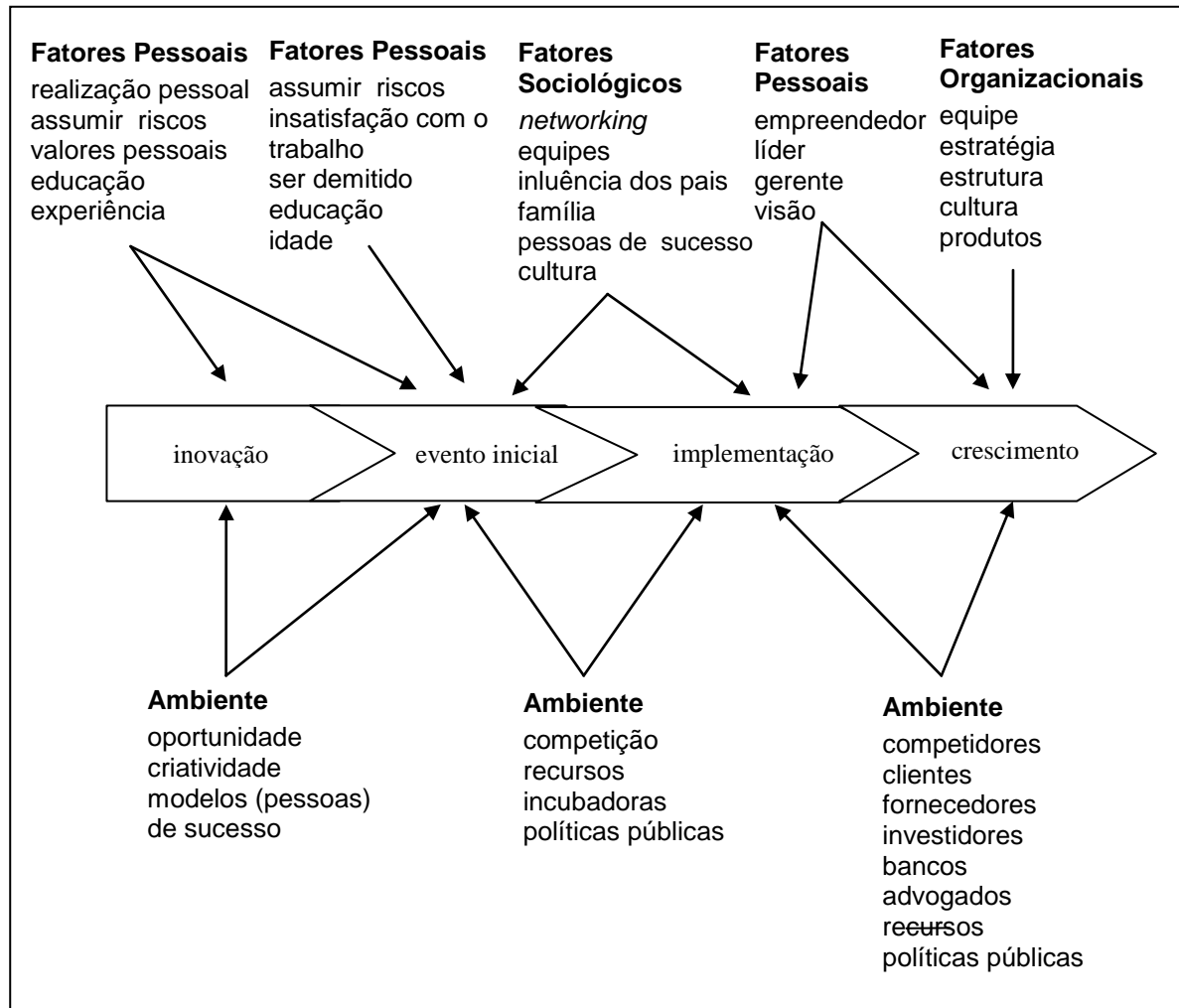


FIGURA 8 - Fatores que influenciam no processo empreendedor
 Fonte: Adaptado de DORNELAS, 2001, p.40.

Para Gasse (2000) *apud* Oliveira (2006), o processo empreendedor pode ser interpretado como a interrelação de elementos essenciais tais como: motivação, atitude, aptidão, interesse, que conduzem a um comportamento impulsionado positiva ou negativamente por fatores externos (apoio para o desenvolvimento de atividades ou perda do emprego) resultando na criação de empresas ou de novas atividades (FIG. 9).

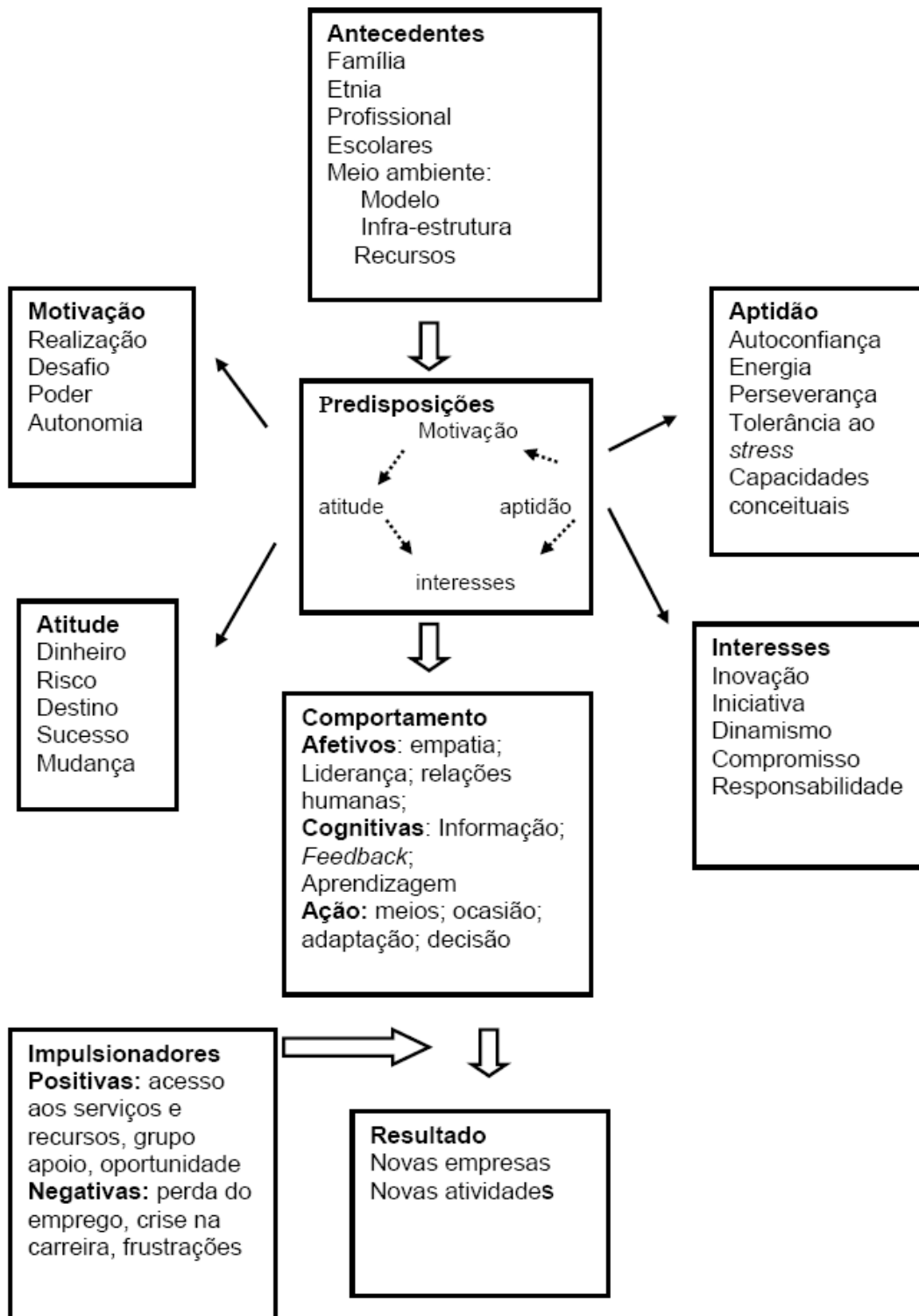


FIGURA 9 - Processo empreendedor de Gasse
 Fonte: GASSE, 2000 *apud* Oliveira, 2006, p. 43.

De acordo com Oliveira (2006) o desenvolvimento do empreendedorismo requer ambientes empreendedores, moldados pela conjunção de alguns elementos como recursos, condições estruturais, atores e mecanismos de suporte (FIG. 10).

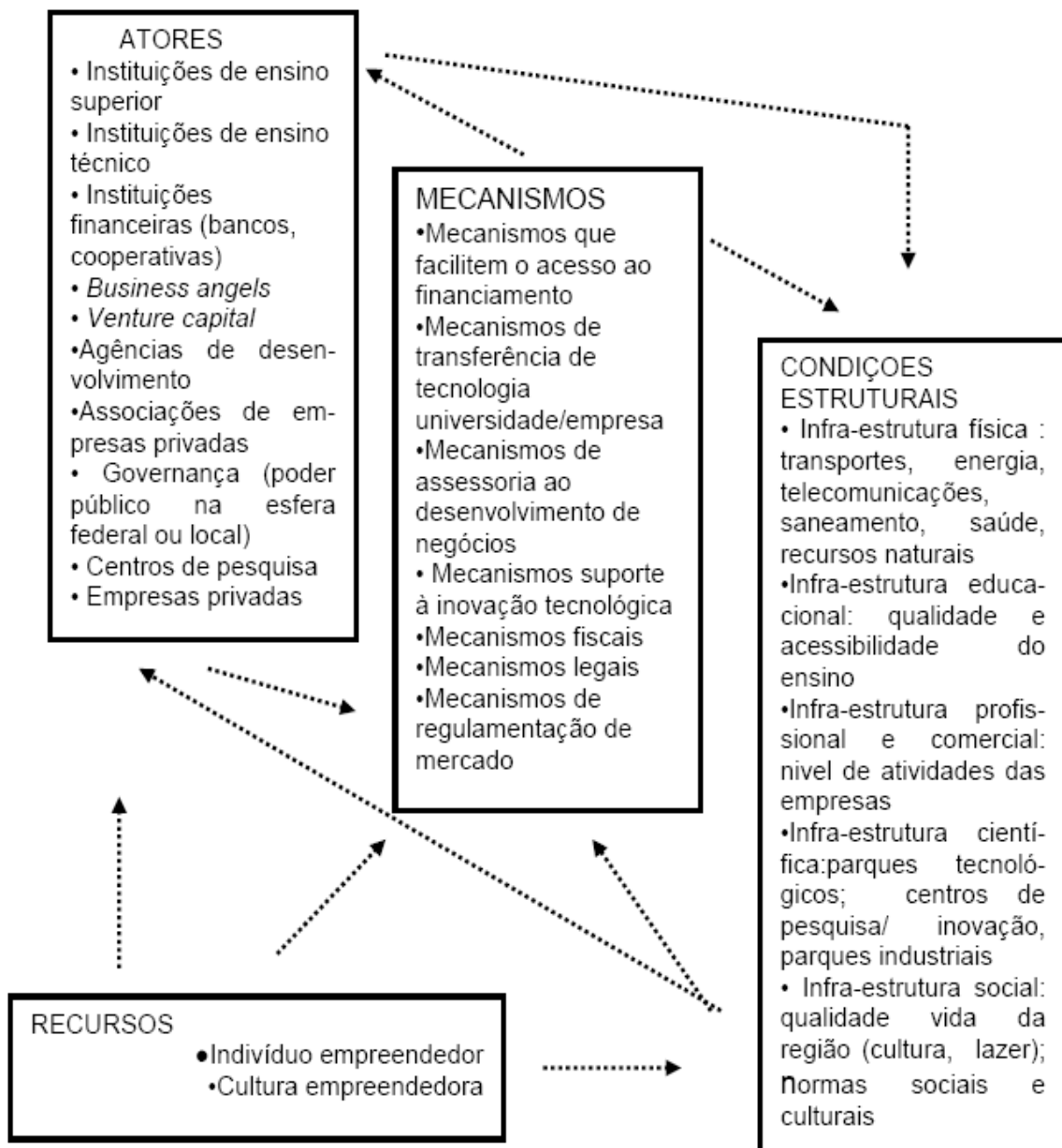


FIGURA 10 - Descrição dos elementos do ambiente empreendedor
 Fonte: OLIVEIRA, 2006, p.48.

Dos elementos relacionados na FIG. 10, os atores representam as instituições responsáveis por criar e aplicar os mecanismos que fomentam o empreendedorismo dentre os quais estão o poder público, o setor privado e as instituições de ensino, entre outros. A articulação desses atores tem o papel de alavancar o empreendedorismo através da educação e profissionalização, estímulo à criação de novas empresas por meio do crédito (capital de risco), estrutura de impostos diferenciada por meio de políticas de incentivo por parte do poder público, articulação entre empresas privadas (arranjo ou cluster), entre outros.

O mecanismo de suporte ao empreendedor é constituído pelas organizações que auxiliam na criação de novas empresas nos aspectos jurídicos, gestão, crescimento, entre outros, contando com centros que incentivam à pesquisa e à inovação, bem como com mecanismos de transferência de tecnologia. Já as condições estruturais dizem respeito à infra-estrutura local de transportes, telecomunicações, energia, presença de parques tecnológicos, incubadoras, centros de pesquisa. Adicionalmente a estes fatores, o acesso à cultura e os recursos naturais também são elementos relevantes para a prospecção de negócios. Por sua vez, os recursos são representados pelos empreendedores em potencial e pela cultura empreendedora.

Coordenar ações de incentivo à oferta de empreendedores é uma condição essencial ao desenvolvimento das indústrias criativas, pelo potencial que estas apresentam do ponto de vista do desenvolvimento local, ou mesmo regional. Neste sentido, as ações de políticas públicas devem ter como objetivo melhorar as condições locais para o florescimento do empreendedorismo.

3.4 Políticas públicas, ações e programas de promoção da oferta de empreendedores e de Indústrias Criativas

As políticas públicas voltadas para o empreendedorismo ganharam papel central na agenda dos governos e dos setores organizados das sociedades, como meios para a criação de novos negócios, geração de trabalho e renda e promoção do crescimento econômico. De acordo com Verheul *et al* (2001), idealizadores da Teoria Eclética do Empreendedorismo, a manutenção dos pequenos negócios está mais associada aos valores democráticos e políticos do que à eficiência econômica. Segundo esses autores, existem diferentes teorias associadas à intervenção do governo na economia que podem ser aplicadas ao campo do empreendedorismo. Algumas defendem que as medidas políticas são importantes para a restauração da taxa de equilíbrio do empreendedorismo e outras alegam que essa intervenção pode representar uma fonte de desequilíbrio.

A Teoria Eclética apresenta cinco tipos de intervenções governamentais que influenciam as atividades empreendedoras através de diferentes determinantes do empreendedorismo. Adicionalmente às considerações sobre esse assunto, registradas no item 2.2 desta dissertação, o QUADRO 3 apresenta políticas públicas associadas a essa teoria e que compreendem políticas de demanda e de oferta de empreendedorismo, algumas, em particular, com impacto sobre ambos os lados.

(continua...)

Intervenções do governo	Conceitos	Políticas públicas geradas	Aplicações
G1	<p>Incide sobre o lado da demanda por empreendedorismo impactando indiretamente o tipo, o número e a acessibilidade às oportunidades empreendedoras. Algumas dessas políticas ajudam a criar demanda por empreendedorismo enquanto outras permitem que pequenas empresas utilizem o espaço que é criado pela demanda de mercado.</p>	<p>Políticas de estímulo ao desenvolvimento tecnológico.</p>	<p>Geram avanços tecnológicos que, por sua vez, criam oportunidades para iniciativas empreendedoras. Esses avanços podem ser estimulados pelo governo por meio da concessão de subsídios de despesas com pesquisa e desenvolvimento</p>
		<p>Políticas de renda.</p>	<p>Podem criar oportunidades e aumentar a demanda por empreendedorismo através da elevação da disparidade da renda que induz a demanda por serviços e produtos específicos</p>
		<p>Política de concorrência.</p>	<p>Melhora a acessibilidade dos mercados através da redução do poder de mercado das grandes empresas e da diminuição das barreiras de entrada às pequenas empresas</p>
		<p>Política de licenciamento para abertura e funcionamento de novos negócios.</p>	<p>Em geral, particularmente em países em desenvolvimento, estas políticas tendem a dificultar a abertura e o funcionamento de empresas, inibindo o empreendedorismo.</p>
G2	<p>Incide sobre o lado da oferta do empreendedorismo, influenciando a quantidade e as características dos potenciais empreendedores, na população.</p>	<p>Políticas de imigração e desenvolvimento regional.</p>	<p>Lidam com processo de sub-urbanização, influenciando na composição e na dispersão da população, respectivamente.</p>

(continuação)

Intervenções do governo	Conceitos	Políticas públicas geradas	Aplicações
G3	Impacta a disponibilidade de recursos, habilidades e conhecimento dos potenciais empreendedores, consideradas como características individuais que podem também ser adquiridas ou amplamente desenvolvidas através de treinamento ou educação.	Políticas para desenvolvimento do mercado de capital de risco.	Podem ajudar a ampliar o acesso dos pequenos empresários às linhas de financiamento necessárias para iniciar ou expandir os negócios.
		Políticas de concessão de garantias de empréstimos.	Podem igualmente aumentar a acessibilidade dos recursos dos potenciais empreendedores.
		Política de acesso ao conhecimento.	A base do conhecimento do potencial empreendedor (suas habilidades e recursos) pode ser positivamente influenciada pela disponibilidade de informações relevantes para o negócio (orientação e assistência), bem como pelo acesso à qualificação profissional e gerencial.
G4	Atua no sentido de influenciar a propensão do indivíduo em se tornar um empreendedor. Essa propensão é representada pelos valores e atitudes da pessoa, moldados durante seu processo de educação.	Política de ensino do empreendedorismo.	Embora a propensão ao empreendedorismo seja fortemente influenciada pela cultura, o governo pode contribuir introduzindo elementos empreendedores (valores e atitudes) no sistema educativo.
G5	Está voltada para o processo de tomada de decisão dos indivíduos (potenciais empreendedores), influenciando diretamente o perfil risco-recompensa do empreendedorismo. Em geral, está associada a políticas macro econômicas que são aplicáveis a todos os atores econômicos.	Política tributária.	Influencia o salário, a segurança social, a disposição dos indivíduos de deixar para trás a condição de desempregado para se tornarem empreendedores.
		Política relacionada ao mercado de trabalho.	Influencia as condições para empregar e demitir pessoas, determinando a flexibilidade dos negócios e a atratividade em se começar ou continuar um negócio, além do nível geral de emprego da sociedade.
		Política relacionada à falência de negócios.	Severas conseqüências legais e custos advindos do insucesso empresarial. levam os indivíduos a evitarem o risco do auto-emprego, influenciando diretamente o perfil risco-recompensa.

QUADRO 3 - Intervenções governamentais que moldam as atividades empreendedoras

Fonte: Adaptado de VERHEUL *et al*, 2001.

Entre as políticas apresentadas pela Teoria Eclética (Quadro 3), aquelas com impacto sobre a oferta de empreendedores são comentadas a seguir:

- a) Política de imigração e de desenvolvimento regional (G2): ao lidarem com processos de sub-urbanização, exercem influência direta sob a composição e a dispersão da população, respectivamente. Como os imigrantes são normalmente de maior disposição para o risco e para a ação, a expectativa é que fluxos imigratórios causem impacto positivo na oferta de empreendedores. Deve-se, contudo, levar em conta a possibilidade de a emigração drenar recursos empreendedores para fora do local, caso este não ofereça as oportunidades demandadas;
- b) política para o desenvolvimento do mercado de capital de risco (G3): ao disponibilizar capital de risco, que constitui um dos maiores restrições ao surgimento de empresas inovadoras, ela contribui substancialmente para a oferta de empreendedores;
- c) política de concessão de garantias de empréstimos (G3): a ausência de garantia reais suficientes tem sido considerado um grande entrave ao acesso das empresas, particularmente as PMEs. A concessão de garantias, através de fundos de aval e outros tipos de garantias, minora ou elimina esta restrição à expansão dos negócios;
- d) política de acesso ao conhecimento (G3): ao ampliar o acesso ao conhecimento essa política tende a multiplicar as oportunidades empreendedoras, positivamente influenciadas pela obtenção de informações relevantes, e favorece uma melhor gestão e assistência para a condução do negócio;
- e) política de ensino do empreendedorismo (G4): o ensino do empreendedorismo atua como um facilitador do sucesso profissional além de forte incentivo de disseminação da cultura empreendedora, atuando tanto no lado da oferta quando no lado da demanda por empreendedorismo;

- f) política tributária (G5): a simplificação do sistema tributário e a redução da carga tributária determinam o sistema e a carga tributária que incidem sobre os cidadãos e as empresas, esta política tem o poder de influenciar a oferta do empreendedorismo;
- g) política relacionada ao mercado de trabalho (G5): ao influenciar as condições de empregabilidade no país essa política age diretamente sobre o perfil risco-recompensa abordado na Teoria Eclética, contribuindo para a decisão do indivíduo em se manter desempregado, ser empregado ou se tornar um empreendedor;
- h) política relacionada à falência de negócios (G5): esse tipo de política tem o poder de mitigar as conseqüências legais decorrentes de empreendimentos ou negócios mal sucedidos, influenciando a predisposição dos indivíduos para o auto-emprego.

Exemplos concretos de políticas de incentivo ao empreendedorismo, praticadas em oito diferentes países, podem ser observadas no QUADRO 4.

Países	Práticas
Irlanda	Apostou na construção de uma sociedade empreendedora de forma a equilibrar a dependência em relação às multinacionais. Uma das iniciativas foi a criação de um pacote bancário voltado para <i>start ups</i> .
Canadá	Criou o Centro de Empreendedorismo de Ottawa, com a participação de entidades públicas (município e governo regional) e privadas (bancos e outros agentes) vista à promoção da economia da região, através do desenvolvimento de produtos e serviços que encorajem o empreendedorismo e suporte o crescimento empresarial.
Itália	Desenvolveu um projeto denominado Saturno com o objetivo de incrementar o empreendedorismo na região de Lombardia, tendo em vista o desenvolvimento econômico da zona.
Atenas	Na escola <i>Sivitanidios Thechnical</i> , em Atenas, os alunos dividem a sua formação entre o curso teórico e a criação e desenvolvimento de uma empresa virtual. Esta iniciativa foi indicada como uma boa prática na educação e formação em empreendedorismo.
Suécia	Uma das melhores práticas identificadas na Suécia foi a consultoria de negócios para mulheres, que instaladas nos municípios, disponibilizavam todo o apoio necessário à criação de novas empresas.
Alemanha	Na Alemanha foi criado o programa EXIST, conduzido pelo Ministério Federal da Educação e Investigação, com o objetivo de fomentar a cultura empreendedora nas universidades, de forma a transpor os conhecimentos e tecnologia para os mercados.

QUADRO 4 – Práticas internacionais de incentivo ao empreendedorismo
 Fonte: Adaptado de *Leadership Business Consulting*, 2007.

Estas práticas internacionais incidem nos fatores mais importantes para a promoção e desenvolvimento do empreendedorismo: o fomento de uma cultura empreendedora nas pessoas, tanto no momento escolar como universitário, e a capacidade de apoiar e acompanhar projetos.

No Brasil, em especial, o governo federal, os estados e municípios, instituições ligadas à comunidade empresarial como a Confederação Nacional da Indústria - CNI, a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Tecnológicos Avançados - ANPROTEC, economistas e especialistas em administração vêm utilizando o empreendedorismo como pilar de programas de incentivo à criação de empresas. Essas iniciativas de criação de empresas são consideradas altamente positivas, por serem, em princípio, geradoras de crescimento econômico (MACULAN, 2005).

Destacam-se entre as iniciativas de apoio ao empreendedorismo, em vigor no país:

- a) Medida Provisória 252 (“MP do Bem”) - cria um regime de tributação diferenciado para servir de estímulo à geração de investimentos, acréscimo das exportações, capacitação tecnológica, inclusão digital, investimento em pesquisa, aquecimento do mercado imobiliário, correção de distorções do Simples Federal e o desenvolvimento territorial, dentre outros;
- b) Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas – instituída pela Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, vem estabelecer normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Entre os principais benefícios concedidos destacam-se: i) regime unificado de apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios; ii) dispensa do cumprimento de certas obrigações trabalhistas e previdenciárias; iii) simplificação do processo de abertura, alteração e encerramento das MPEs; iv) facilitação do acesso ao crédito e ao mercado; v) preferência nas compras públicas; vi) estímulo à inovação tecnológica; vii) regulamentação da figura do pequeno empresário, criando condições para

sua formalização e viii) parcelamento de dívidas para adesão ao Simples Nacional;

- c) Simples Nacional – regime especial unificado de arrecadação de tributos e contribuições devidos pelas microempresas e empresas de pequeno porte, instituído pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Adicionalmente às iniciativas governamentais apresentadas, o relatório GEM (2006, p. 131-133) oferece destaque para os seguintes programas (QUADRO 5):

(continua...)

Programas	Conceitos
Junior <i>Achievement</i>	Fundação sem fins lucrativos, criada nos Estados Unidos, em 1919, e presente no Brasil desde 1983. Focada principalmente nos estudantes dos ensinos fundamental e médio, a proposta é fazer uma integração entre eles e as empresas por meio de vários programas, dentre os quais o Programa Miniempresa, que propõe aos alunos do ensino médio simularem uma empresa com o apoio de consultores (profissionais de mercado e parceiros da Fundação).
Empretec	Programa internacional que reúne a ONU (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD), a Agência Brasileira de Cooperação (ABC), órgão do Ministério das Relações Exteriores, e o Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), sendo este o responsável por sua execução no Brasil. É dirigido a empreendedores e futuros empreendedores objetivando identificar e aumentar seu potencial empresarial em termos de habilidades e comportamentos
Projeto Aprender a Empreender	Estabelecido por meio da parceria entre o SEBRAE, a Fundação Roberto Marinho e o Programa Brasil Empreendedor, tem como finalidade a disseminação da cultura empreendedora nas áreas carentes da população brasileira por meio de um curso composto por 10 programas de TV e um livro texto com os 10 capítulos correspondentes. Este programa incentiva a cultura empreendedora de forma dinâmica e criativa, além de oferecer as ferramentas essenciais para a gestão de um negócio
Agência de Educação para o Desenvolvimento (AED)	Programa público, criado em 2001 por meio da parceria entre SEBRAE, PNUD, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), Projeto DLIS - Desenvolvimento Local Integrado e Sustentado e ARCA (Sociedade do Conhecimento). Este programa está voltado para a sociedade com a finalidade de aumentar a capacidade de empreender das micro e pequenas empresas, governos locais e organização do terceiro setor por meio de cursos, redes de instituições de apoio, etc.

(continuação)

Programas	Conceitos
SISTEMAS	Organizações da iniciativa privada criadas com finalidades assistenciais e educacionais e que no Brasil possuem abrangência Nacional.
Confederação Nacional da Indústria (CNI)	Fundada em 12 de agosto de 1938, sua missão é defender e representar a indústria na promoção de um ambiente favorável aos negócios, à competitividade e ao desenvolvimento sustentável do Brasil, atuando em assuntos legislativos, poder judiciário, economia, infra-estrutura, meio ambiente, internacional, responsabilidade social, trabalho e apoio a micro e pequena empresa.
Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (AMPROTEC)	Estas entidades promovem o aumento do número de incubadoras que, por sua vez, prestam importante apoio, tanto às empresas nascentes quanto ao desenvolvimento de novos projetos por empresas já tradicionais no mercado.
Rede Paranaense de Incubadoras e Parques Tecnológicos (REPARTE)	

QUADRO 5 - Programas de apoio ao empreendedorismo

Fonte: Adaptado de GEM (2006).

As Indústrias Criativas constituem um campo promissor para o empreendedorismo e em razão disso as políticas públicas que impactam a oferta de empreendedores acabam influenciando também a propagação e o desenvolvimento desse segmento de empresas. Para acompanhar a evolução desse setor, o poder público precisa se “reinventar” para ser capaz de articular e organizar todo um sistema de apoio e fomento à cultura e à criatividade como elementos essenciais para o desenvolvimento das indústrias criativas. Neste contexto, Coelho (1997) classifica as políticas culturais em quatro tipos básicos caracterizados de acordo com seus respectivos circuitos de intervenção:

- 1) políticas relativas ao mercado cultural: que representam as ações de apoio a setores de produção, distribuição e consumo da cultura;
- 2) políticas relativas à cultura alheia ao mercado cultural: são aquelas que representam os modos culturais que de alguma forma não se inserem no mercado tal como é caracterizado;

- 3) políticas culturais relativas aos usos da cultura: dizem respeito às ações que criam condições para que as pessoas possam desfrutar plenamente dos modos culturais que lhe são postos à disposição, como receptores mais informados ou potenciais criadores; e
- 4) políticas relativas às instâncias institucionais de organização dos circuitos culturais: ocupam-se em realizar a organização administrativa da cultura, definindo funções e criando instituições, como centros de pesquisa, museus e escola de arte.

Do ponto de vista das políticas públicas de incentivo à cultura e, conseqüentemente, às indústrias criativas no Brasil, Bogéa (2004) retrata o empenho do país na promoção do intercâmbio como um importante veículo para a difusão da cultura brasileira em outros territórios, ao mesmo tempo em que a nação abre suas portas para a cultura externa. Essa difusão cultural incentivada pelo Ministério das Relações Exteriores, do Itamaraty, prioriza os países do Mercosul, seguidos dos países da América do Sul, países da América como um todo e demais países pertencentes à comunidade dos países da língua portuguesa, entre outros. A difusão cultural a que se refere o autor abrange a arte, a música, o teatro, a dança, cinema, culturas populares, enfim, todas as expressões artísticas brasileiras tão ricas e bastante diversificadas.

Adicionalmente ao programa conduzido pelo Ministérios das Relações Exteriores, destacam-se, a seguir, alguns dos inúmeros programas, políticas e projetos do Ministério da Cultura, voltados para o de apoio da diversidade cultural:

- a) Bolsa Virtuose: trata-se de um programa para concessão de bolsas, no Brasil e no exterior, considerando o aperfeiçoamento, a especialização e a reciclagem de autores, artistas e técnicos ligados diretamente à produção artística e cultural;
- b) Secretaria do Áudio Visual: sua responsabilidade é o incentivo aos festivais e mostras no exterior e apoio à participação de filmes brasileiros também em festivais e mostras no exterior;

- c) Programa Nacional de Incentivo à Leitura – PROLER: tem o propósito de despertar o interesse pela leitura, através de ações tais como: cursos de formação de mediadores de leitura, produção de material pedagógico, realização de Fóruns Nacionais de Leitura, entre outros;
- d) Programa Nacional Bandas de Música: realiza doações de instrumentos para bandas de música e oferece cursos para a conservação de instrumentos, estimulando a formação musical da população brasileira;
- e) Projeto Macunaíma: conjunto de exposições individuais anuais e mostra coletiva que visa a difusão do trabalho de artistas iniciantes de todo o país; e
- f) Programa Museu, Memória e Futuro: seu objetivo consiste na revitalização e recuperação dos museus nacionais, além de promoção de mostras nacionais e internacionais e o incentivo às atividades culturais nesses espaços.

3.5 Determinantes da oferta de empreendedores

A pesquisa GEM (2006) analisou a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) de 42 países e identificou uma enorme variação entre eles, sendo a taxa mínima de 2,7% na Bélgica e a máxima de 40,2% no Peru. O Brasil obteve taxa igual a 11,7%, o que lhe permitiu lograr a 10ª posição no *ranking* dos países com melhores taxas, ficando atrás somente da Austrália (12%), Uruguai (12,6%), Tailândia (15,2%), China (16,2%), Indonésia (19,3%), Jamaica (20,3%), Filipinas (20,4%), Colômbia (22%) e Peru, conforme GRAF. 1.

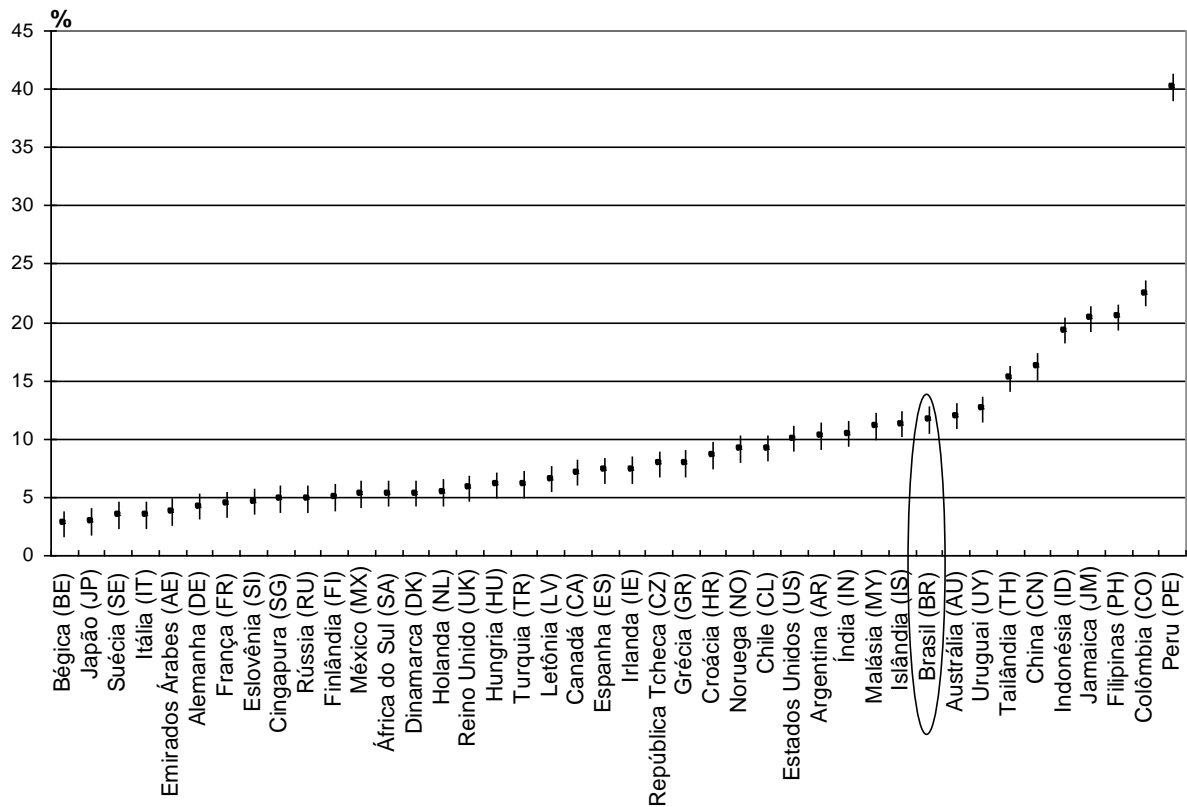


GRÁFICO 1 – Empreendedores Iniciais (TEA), por países – 2006
 Fonte: GEM, 2006 - *Executive Report*

A expressiva oscilação entre as TEAs dos países pesquisados se dá, segundo o relatório GEM (2006) em função de fatores como: perfil demográfico da população, valores culturais, características institucionais e do padrão de proteção social presentes nos países pesquisados, além do nível de desenvolvimento econômico.

Ao analisar a TEA no Brasil, a pesquisa GEM (2006) identificou que as variações anuais entre os anos de 2001 a 2006 foram pouco representativas (GRAF. 2). De acordo com a referida pesquisa esta relativa estabilidade da TEA permite inferir que a dinâmica brasileira de criação de novos negócios tem características estruturais correspondentes aos aspectos macro da economia, da política e da cultura.

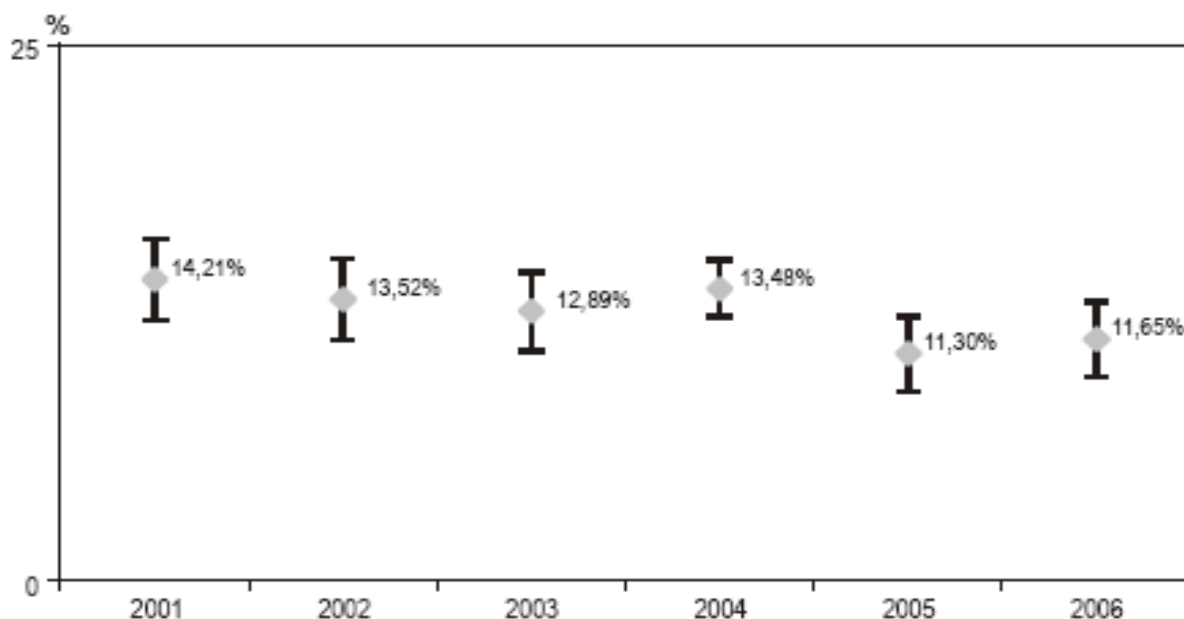


GRÁFICO 2 – Evolução da Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) no Brasil - 2001 a 2006
 Fonte: GEM, 2006 - *Executive Report*

A Teoria Eclética explora a idéia de que o nível do empreendedorismo é influenciado por vários fatores que a Teoria denomina como “determinantes da oferta de empreendedores”, representados de acordo com o QUADRO 6.

(continua...)

Determinantes da oferta	Conceitos
Crescimento populacional	Países que têm como característica a rápida expansão da população e da força de trabalho estão propensos a ter uma crescente parcela de profissionais independentes. (ILO, 1990 <i>apud</i> VERHEUL <i>et al</i> , 2001).
Densidade populacional e taxa de urbanização	Áreas urbanas com elevadas densidades populacionais são capazes de sustentar o crescimento da atividade empreendedora devido à proximidade do mercado e da infra-estrutura de negócios. (Bruderl <i>et al</i> , 1998 <i>apud</i> Verheul <i>et al</i> , 2001). Ademais, altas taxas de urbanização podem representar a razão da existência dos pequenos negócios em áreas urbanas e o ponto de partida para novos negócios. (REYNOLDS <i>et al</i> e STONEY, 1994 <i>apud</i> VERHEUL <i>et al</i> , 2001)
Estrutura etária da população	A estrutura etária pode influenciar o nível de empreendedorismo, face à existência de diferentes níveis de disponibilidade para criar uma empresa nos diferentes grupos etários. (VERHEUL <i>et al</i> , 2001a). De outra parte, Peters, Cressy e Storey (1999) <i>apud</i> VERHEUL <i>et al</i> (2001) encontraram evidências de que os jovens estão menos propensos ao auto-emprego que se torna mais evidente dos 25 aos 40 anos de idade.
Imigração	Indiretamente, a imigração promove conseqüências para o crescimento populacional e para a estrutura etária da população residente porque as famílias de imigrantes normalmente possuem mais crianças e uma média de idade menor. Além disso, a imigração pode também exercer um efeito direto sobre o número de profissionais independentes. (BOROOAH <i>et al</i> , 1999 e BATES, 1997 <i>apud</i> VERHEUL <i>et al</i> , 2001).

(continuação)

Determinantes da oferta	Conceitos
Participação da mulher	As mulheres atuam de forma diferente dos homens no que diz respeito ao empreendedorismo, com destaque para o modo como financiam os seus negócios, o tipo de negócio escolhido e as experiências vividas como empreendedora. As diferenças envolvem também a área de formação que para os homens concentra-se nas áreas tecnológicas e para as mulheres nas áreas econômicas, administrativas e comerciais. (VERHEUL e THURIK, 2001 <i>apud</i> VERHEUL <i>et al</i> , 2001).
Níveis de renda e desemprego	Segundo Verheul <i>et al</i> (2001) existem hipóteses conflitantes acerca da influência da taxa salarial sobre a taxa de auto-emprego. Uma delas defende que se a taxa salarial é alta os custos de oportunidade do auto-emprego também são. Outra hipótese sugere que a alta taxa salarial é indicador de uma economia afluyente, com taxa de sobrevivência, de empresa de pequeno porte, acima da média, resultando numa alta taxa de auto-emprego. Por sua vez, o desemprego pode ser considerado um fator de motivação que transforma o auto-emprego em uma necessidade. Em razão disso, altas taxas de auto-emprego podem conduzir a um elevado crescimento da economia como um todo, promovendo a redução do desemprego. (AUDRETSCH <i>et al</i> , 2000; CARREE <i>et al</i> , 2001 <i>apud</i> VERHEUL <i>et al</i> , 2001).
Disparidade de renda	Para Stanworth <i>et al</i> (1973) <i>apud</i> Verheul <i>et al</i> (2001), a disparidade de renda pode influenciar o empreendedorismo através da oferta e da demanda por empreendedores. Pelo lado da oferta, a elevada disparidade de renda pode empurrar pessoas de baixa renda para o auto-emprego, porque seus custos de oportunidade para empreender são relativamente baixos. Pelo lado da demanda, a alta disparidade de renda incita uma demanda mais diferenciada para produtos e serviços, favorecendo o empreendedorismo.
Políticas públicas	Políticas de imigração e de desenvolvimento regional (G2), política para desenvolvimento do mercado de capital de risco (G3), política de concessão de garantias de empréstimos (G3), política de acesso ao conhecimento (G3), política de ensino do empreendedorismo (G4), política tributária (G5), política relacionada ao mercado de trabalho (G5) e política relacionada à falência de negócios (G5). (Vide QUADRO 3).

QUADRO 6 - Fatores determinantes da oferta de empreendedores, segundo a Teoria Eclética do Empreendedorismo.

Fonte: Adaptado de VERHEUL *et al*, 2001.

O relatório GEM (2006) entrevistou especialistas com o intuito de investigar os fatores determinantes da oferta de empreendedores no Brasil e concluiu que os mesmos estão relacionados a condições de diferentes naturezas, tais como: apoio financeiro; educação e capacitação; pesquisa e desenvolvimento; infra-estrutura comercial, profissional e física; abertura de mercado; normas culturais e sociais e contexto político, institucional, social e econômico.

Entre as condições apontadas pelo GEM (2006), três foram responsáveis por 70% das menções feitas pelos especialistas ouvidos na pesquisa, em 2006:

Políticas Governamentais (26,7%), Apoio Financeiro (23,8%) e Educação e Capacitação (17,1%), consideradas pelos especialistas como condições limitantes do empreendedorismo. Entre as condições consideradas como mais favoráveis para as atividades empreendedoras no Brasil, destacam-se quatro: Clima Econômico (19,2%), Programas Governamentais (15,4%), Normas Culturais e Sociais (12,5%) e Capacidade Empreendedora (12,5%).

Ademais, de posse dos resultados do levantamento contendo percepções de especialistas oriundos de 42 países, incluindo o Brasil, o GEM (2006) apresenta um esboço comparativo das condições que afetam o empreendedorismo no Brasil e nos demais países participantes da pesquisa, conforme GRAF. 3.

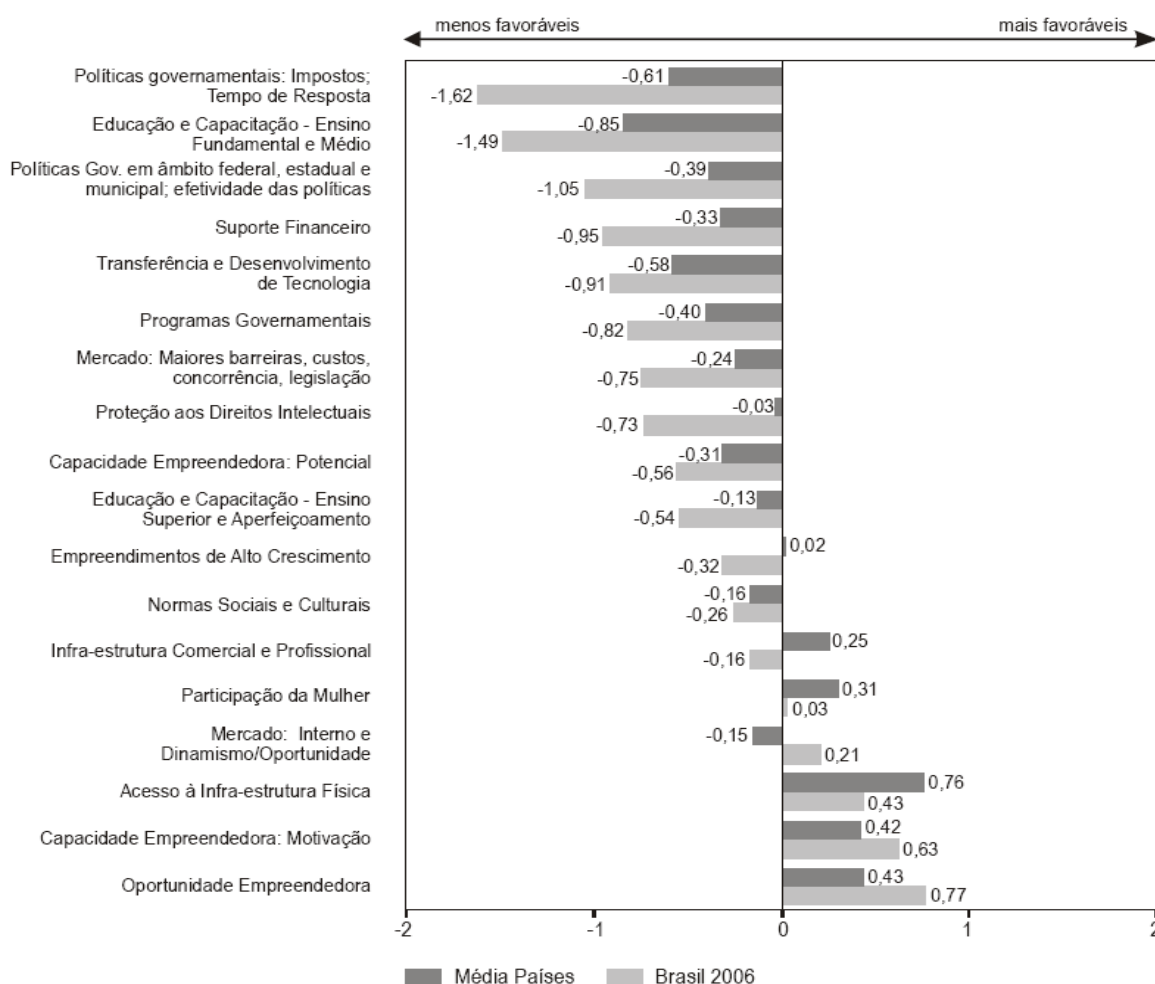


GRÁFICO 3 - Condições que afetam o empreendedorismo, segundo a percepção dos especialistas no Brasil e nos demais países - 2006

Fonte: GEM, 2006 - *Executive Report*.

A interpretação do gráfico permite observar que a condições menos favoráveis ao empreendedorismo são em maior número tanto no Brasil quando nos demais países investigados. Apenas quatro condições foram avaliadas como favoráveis, tanto pelos brasileiros quanto pelos estrangeiros: a oportunidade empreendedora, a capacidade empreendedora por motivação, o acesso à infraestrutura física e a participação da mulher, sendo que a oportunidade (0,77)⁵ e a capacidade (0,63) empreendedoras obtiveram, no Brasil, médias superiores às dos países participantes do relatório GEM em 2006.

Nada obstante às condições avaliadas pelo GEM (2006) como favoráveis ao empreendedorismo, uma ampla revisão teórica foi realizada pela autora no sentido de investigar as características empreendedoras mais citadas na literatura como aquelas que têm maior influência na propensão ao empreendedorismo. O resultado dessa revisão encontra-se detalhado no APÊNDICE 1 que apresenta a relação de setenta e uma características, mencionadas por mais de cinquenta diferentes autores, e as frequências absoluta e relativa dessas características. Nesse contexto o GRAF. 4 reúne as 10 características mais citadas pelos autores.

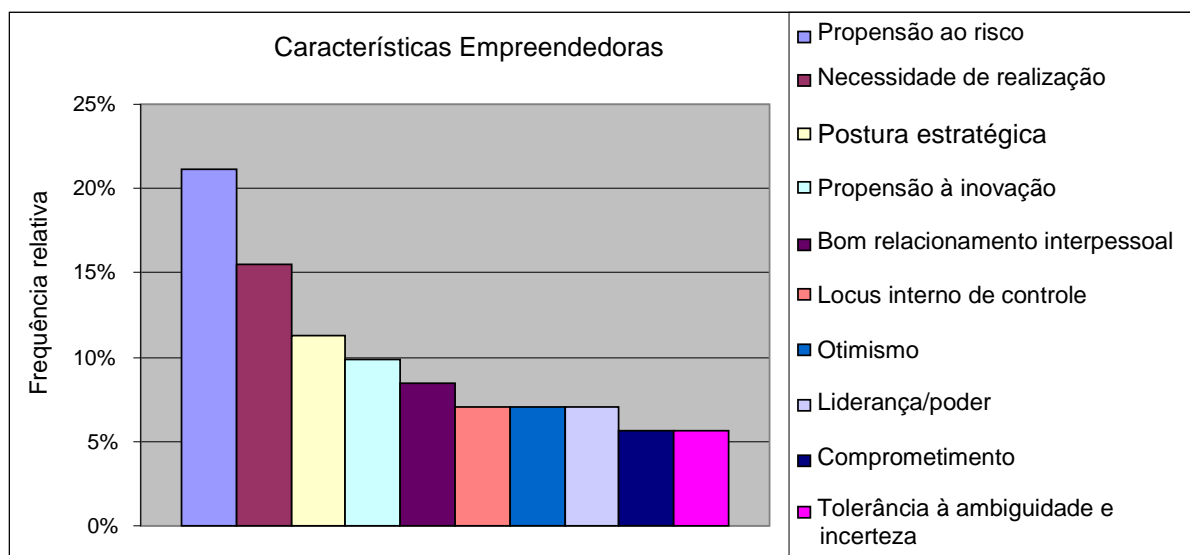


GRÁFICO 4 – Características empreendedoras
Fonte: A autora.

⁵ Essa média, que obedece a intervalos de -2 a 2, foi apurada através de escala Likert onde a proximidade do -2 representa uma condição totalmente desfavorável, ao passo que, a proximidade do 2 significa uma condição totalmente favorável.

Conforme se observa nesse gráfico, quatro dessas características presentes no estudo que são propensão ao risco, necessidade de realização, postura estratégica e propensão à inovação, têm frequências de citação pelos autores pesquisados situadas de 10% a 25%. Além disso, essas características têm em comum o fato de terem sido citadas por autores de grande relevância na pesquisa sobre empreendedorismo, conforme detalhado no QUADRO 7 adiante.

(continua...)

Característica empreendedora	Conceito	Autores que citaram a característica
Propensão ao risco	O empreendedor pensa de forma diferente com relação aos fatores de risco, em razão de sua postura otimista e do seu excesso de confiança que o levam a subestimar os riscos das oportunidades de negócio. Ao se transformar em um empreendedor um indivíduo arrisca o dinheiro investido, oportunidades de carreira, relações familiares, entre outros. (SIMON, HOUGHTON e AQUINO, 1999; SEXTON e BOWMAN, 1984 <i>apud</i> PORCARO, 2006).	Carland, Carland e Hoy (1992, 1996); <i>apud</i> Filho <i>et al</i> (2007); McClelland (1961); Schumpeter (1982); Blawatt (1995), Hornaday (1982), Meredith, Nelson e Neck (1982), Timmons (1978) <i>apud</i> Fillion (1999); Dornelas (2001); Drucker (1992, 2003); Bygrave (2003) <i>apud</i> Oliveira (2006); Prati (1995); Shapero (1975) <i>apud</i> Porcaro (2006); D'Ávila (1996) <i>apud</i> Ré (2000); Peacock (2000); Leibenstein (1968), Kihlstrom e Laffont (1979), e Buchanan e Di Pierro (1980) <i>apud</i> Fillion (1999); Begley e Boyd (1987), Brockhaus, Sr. e Horwitz (1986) <i>apud</i> Yusof (2007); Frese (1997, 1998) <i>apud</i> Korunka <i>et al</i> (2003).
Necessidade de realização	Força motriz da ação empreendedora que impele o indivíduo a conquistar algo com esforço próprio, a buscar objetivos que envolvam atividades desafiantes, com uma acentuada preocupação em fazer bem e melhor, e que não é determinada apenas pelas possíveis recompensas em prestígio e dinheiro, mas pela auto-realização também. (McCLELLAND, 1965).	Carland, Carland e Hoy (1992, 1996); <i>apud</i> Filho <i>et al</i> (2007); McClelland (1961); Blawatt (1995), Hornaday (1982), Meredith, Nelson e Neck (1982), Timmons (1978) <i>apud</i> Fillion (1999); Drucker (1992, 2003); Bygrave (2003) <i>apud</i> Oliveira (2006); Prati (1995); Peacock (2000); Begley e Boyd (1987), Brockhaus, Sr. e Horwitz (1986) <i>apud</i> Yusof (2007); Modick (1977) <i>apud</i> Frese <i>et al</i> (1996); (Korunka <i>et al.</i> , 2003).
Postura estratégica	O empreendedor, movido por iniciativa própria e persistência, está sempre atento às mudanças ambientais que indiquem oportunidades a serem exploradas. (McCLELLAND, 1965).	Carland, Carland e Hoy (1992, 1996) <i>apud</i> Filho <i>et al</i> (2007); Schumpeter (1982); Blawatt (1995), Hornaday (1982), Meredith, Nelson e Neck (1982), Timmons (1978) <i>apud</i> Fillion (1999); Dornelas (2001); Drucker (1992, 2003); Bygrave (2003) <i>apud</i> Oliveira (2006); Peacock (2000); Higgins (1959), Penrose (1959) e Kirzner (1976) <i>apud</i> Fillion (1999).

(continuação)

Característica empreendedora	Conceito	Autores que citaram a característica
Propensão à inovação	O empreendedor é movido pela necessidade de realização e em razão disso ele inova, identifica e cria novas formas de explorar as oportunidades de negócios, bem como estabelece e coordena novas combinações de recursos para extrair maiores benefícios de suas inovações, elevando assim as suas possibilidades de êxito no mercado. (AMIT, 2004)	Carland, Carland e Hoy (1992, 1996) <i>apud</i> Filho <i>et al</i> (2007); Schumpeter (1982); Blawatt (1995), Hornaday (1982), Meredith, Nelson e Neck (1982), Timmons (1978) <i>apud</i> Filion (1999); Drucker (1992, 2003); Morris <i>et al</i> (2001) <i>apud</i> Pedro (2003); Peacock (2000); Clark (1899), Higgins (1959), Baumol (1968), Schloss (1968) e Leibenstein (1978) <i>apud</i> Filion (1999).

QUADRO 7 – Descrição das características empreendedores

Fonte: A autora.

Essas quatro características empreendedoras estão entre os aspectos que vão orientar a investigação, constituindo-se em constructos do modelo estrutural de pesquisa proposto na metodologia. Outros importantes aspectos se agregam ao modelo na forma de variáveis observáveis e preditoras dos constructos. Além disso, são fatores relevantes à investigação os relacionados à Teoria Eclética, descritos no Quadro 6.

4 METODOLOGIA

Este capítulo descreve a metodologia da dissertação que tem como objetivo identificar os determinantes da oferta de empreendedores nas indústrias criativas de Fortaleza. Gil (1999) argumenta que a ciência tem o propósito essencial de chegar à veracidade dos fatos, e para o conhecimento ser considerado científico, é necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação. Nesse contexto, Minayo (2004) complementa dizendo que a metodologia de pesquisa representa o caminho do pensamento a ser seguido, bem como ocupa um lugar central na teoria, pois consiste num conjunto de técnicas adotadas para construir uma realidade.

O percurso metodológico que conduz à identificação dos determinantes da oferta de empreendedores apresenta-se em duas etapas a seguir, que transcorrem paralelamente:

- 1) medir um conjunto de variáveis apresentadas pela Teoria Eclética como determinantes da oferta de empreendedores: o crescimento populacional, a densidade populacional, a taxa de urbanização, a estrutura etária da população, a imigração, a participação da mulher no empreendedorismo, os níveis de renda e desemprego, a disparidade de renda e as políticas públicas;
- 2) estimar o modelo estrutural de propensão ao empreendedorismo nas Indústrias Criativas, como instrumento essencial e complementar à etapa anterior.

O delineamento das etapas da metodologia está representado na FIG. 11, que ilustra os diferentes métodos de pesquisa e de coleta de dados necessários para a identificação dos determinantes da oferta de empreendedores.

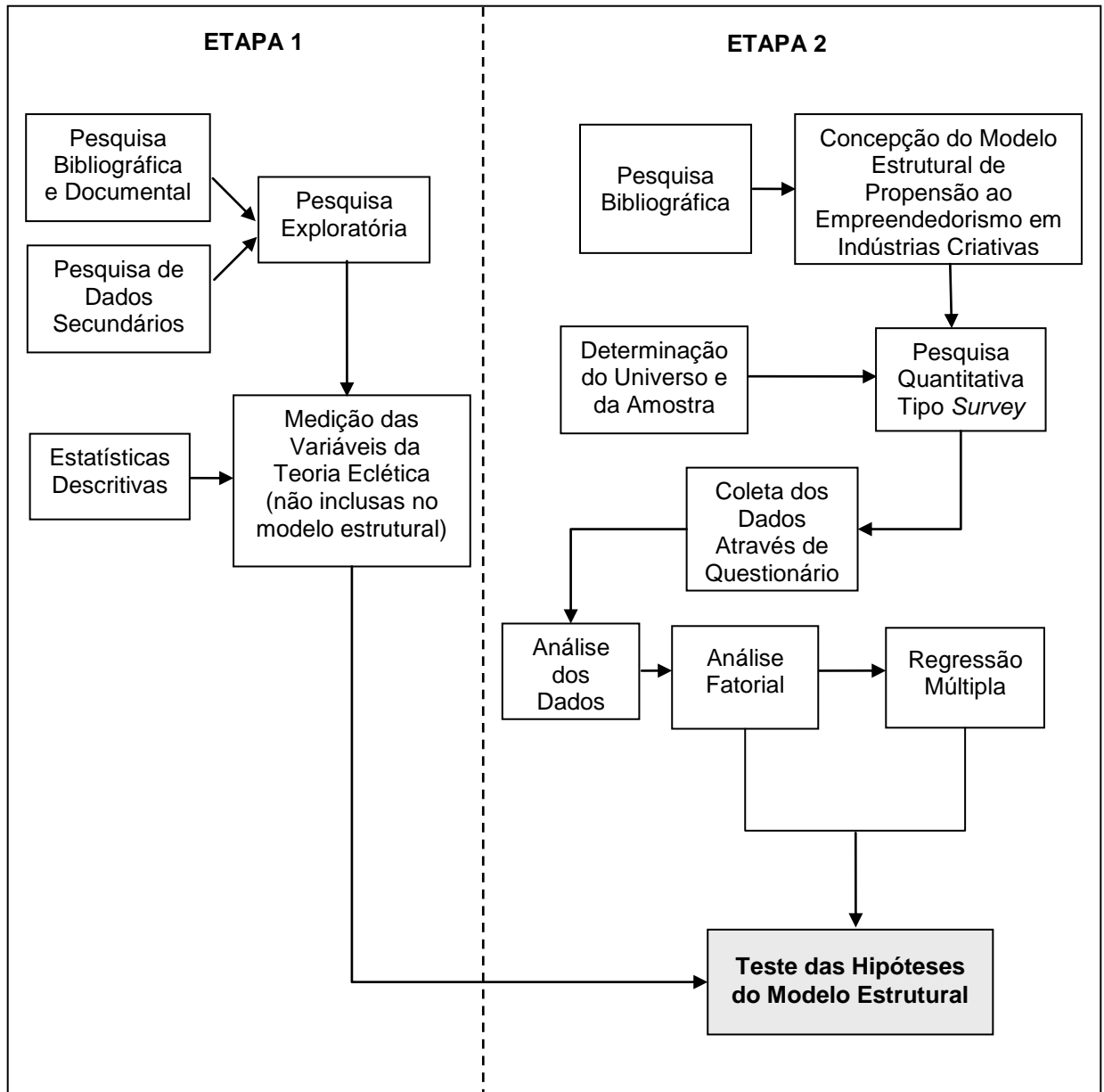


FIGURA 11 – Etapas da metodologia de pesquisa
Fonte: A autora.

Cabe mencionar ainda que o processo metodológico desta pesquisa possui forte correspondência com a prática metodológica de Bruyne *et al* (1991) que é estruturada em quatro pólos distintos, complementares e que interagem entre si: o pólo epistemológico, o pólo teórico, o pólo morfológico e o pólo técnico.

O pólo epistemológico exerce uma função de vigilância crítica, podendo ser entendido como instrumento obrigatório para a investigação do pesquisador. Neste campo são colocadas questões epistemológicas que contribuem na resolução de problemas práticos e na elaboração de soluções teóricas válidas. O pólo teórico

guia a elaboração das hipóteses e a construção dos conceitos. Segundo Bruyne *et al* (1991):

A verdadeira função da teoria, concebida como parte integrante do processo metodológico, é a de ser o instrumento mais poderoso da ruptura epistemológica face às pré-noções do senso-comum, devido ao estabelecimento de um corpo de enunciados sistemático e autônomo, de uma linguagem com suas regras e dinâmicas próprias que lhe asseguram um caráter de fecundidade (BRUYNE ET AL, 1991, p. 102).

O pólo morfológico é o eixo que anuncia as regras de estruturação e formulação do objeto científico, exigindo certa figura ou modelo. É nesse eixo que ocorre a articulação dos conceitos, elementos e variáveis descritas nos pólos epistemológico e teórico, permitindo assim a construção do objeto científico através de modelos aplicativos, tal como o modelo desenvolvida nesta pesquisa (FIG. 12).

Por fim, o pólo técnico controla a coleta dos dados e esforça-se por constatar-los para poder confrontá-los posteriormente com a teoria que os suscitou.

4.1 Medição das variáveis da Teoria Eclética (etapa 1)

A primeira etapa do processo metodológico é de natureza exploratória com realização de pesquisa documental e bibliográfica e utilização de dados secundários, tendo como propósito maior a coleta de informações sobre alguns dos fatores determinantes da oferta de empreendedores. Churchill e Gilbert (1999) afirmam que a pesquisa exploratória trata de aprofundar conceitos preliminares, muitas vezes inéditos, sendo seu objetivo básico desenvolver proposições que irão redundar em pesquisas complementares. Para Vergara (2004) a pesquisa exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado.

Na coleta de dados (bibliográfico e documental) é efetuado, primeiramente, um levantamento através de livros, artigos e revistas nacionais e internacionais, relatórios de pesquisa, dissertações e teses, com o objetivo de oferecer respaldo intelectual sobre os conceitos de autores relevantes com relação

às variáveis apontadas pela Teoria Eclética como determinantes da oferta de empreendedores.

De acordo com Hühne (1992), a pesquisa bibliográfica é fundamental em qualquer área de estudo porque é ela quem levanta os dados de uma questão e oferece fundamentação teórica para um problema. Para Ruiz (1979), qualquer espécie de pesquisa, independente da área, requer pesquisa bibliográfica prévia, seja para atividade exploratória ou para justificar os objetivos e contribuições da própria pesquisa.

Quanto à pesquisa documental, Gil (1999) diz que este tipo de pesquisa vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos do estudo.

A pesquisa se propõe também a colher dados secundários provenientes das principais fontes de informações do país (IBGE, SEBRAE, Secretaria da Cultura, Secretaria da Fazenda, entre outros) com objetivo de reunir informações que permitam produzir estatísticas descritivas que possibilitem a medição das variáveis da Teoria Eclética para a cidade de Fortaleza (QUADRO 6).

De acordo com Triviños (1987), para que os resultados tenham valor científico, independentemente da técnica de coleta de dados, é preciso reunir condições como coerência, consistência, originalidade e objetivação.

4.2 Estimativa do modelo de propensão ao empreendedorismo (etapa 2)

A segunda etapa do percurso metodológico é de caráter explicativo. Para Gil (1999) a pesquisa explicativa tem como objetivo esclarecer as relações entre variáveis de um fenômeno permitindo uma visão mais profunda da realidade visto que explica a razão ou o porquê das coisas.

Essa etapa contempla uma pesquisa de campo, do tipo *survey*, cuja coleta de dados é realizada através da aplicação de questionário estruturado. Na

concepção de Minayo (2004) a *survey* caracteriza e favorece a compreensão dos elementos pesquisados, pois consiste num método que permite a articulação entre a teoria e a prática e entre conteúdos e pensamentos.

Faz parte também dessa etapa a concepção e estimação de um modelo de propensão ao empreendedorismo, aplicável às indústrias criativas, que envolve constructos essencialmente qualitativos. Dado esse contexto, a presente etapa de pesquisa pode ser considerada um multimétodo, uma vez que o processo de análise dos dados recebe tratamento quantitativo através de análise fatorial e regressão múltipla.

No que diz respeito à propensão ao empreendedorismo, variável central do modelo estrutural, há um consenso entre pesquisadores do empreendedorismo (Gimenez *et al*, 2001; Souza, 2001; Fillion, 1999; Carland *et al* (1984) *apud* Frese *et al* (1996) de que esse tema ainda não possui um conceitual teórico universal, ou uma teoria consolidada, como destaca Souza (2001, p. 30):

Tudo está em criação, inclusive a própria conceituação e, especialmente, uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência que envolve bem mais do que a aquisição de conhecimento, mas o aprender a aprender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver.

Nesse contexto, Gimenez *et al* (2001, p. 12) afirmam que o empreendedorismo é um atributo subjetivo e como tal “é uma tarefa difícil a quantificação de um atributo subjetivo, não havendo um teste ou instrumento universal que possa ser considerado o estado da arte no campo”. E em razão do empreendedorismo ser considerado elemento de destaque para a geração e expansão de negócios, faz-se necessário e fundamental investigar o comportamento do empreendedor (Drucker, 1986; Fillion, 1999; Dornelas, 2001), entre outros fatores.

É crescente o número de estudos e pesquisas realizadas na tentativa de entender as forças psicológicas e sociológicas que movem o empreendedor de sucesso (Virtanen, 1997; Carland *et al* (1984) *apud* Frese *et al* (1996); McClelland, 1971). Cada pesquisador, usando uma lógica e uma metodologia estabelecida em

seus próprios campos, tem direcionado esforços significativos na identificação das características empreendedoras.

Os estudos comportamentais determinam perfis e traços empreendedores, mas não uma personalidade tipicamente empreendedora. A compreensão do comportamento humano, e por extensão do empreendedor, requer também um aprofundamento sobre a personalidade dos indivíduos e a sua influência no comportamento nas mais diversas situações. Contudo, pode-se compreender o processo comportamental a partir de traços, ações e atitudes que são permanentes e peculiares e das características pessoais de sucesso que norteiam aqueles que desejam trabalhar por conta própria.

De acordo com McClelland (1961), o sucesso empresarial não consiste apenas no desenvolvimento de habilidades específicas, tais como finanças, marketing, produção etc, nem apenas de incentivos creditícios e ou fiscais, mas também das habilidades atitudinais empreendedoras, através do aperfeiçoamento de tais características. Ainda segundo relatos do autor, balizados por pesquisas e experimentos, o indivíduo empreendedor tem uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante da necessidade de realização.

Embora não se tenha um modelo universal que permita identificar os empreendedores em potencial, bem como os fatores, variáveis e aspectos comportamentais relacionados com o êxito de empreendimentos, a literatura oferece características citadas por uma quantidade expressiva de estudiosos: McClelland (1971); Carland *et al* (1984) *apud* Frese *et al* (1996); Schumpeter (1982); Peacock (2000); Brockhaus e Horwitz (1982) *apud* Yusof (2007); Drucker (1992, 2003); Timmons (1978) *apud* Fillion (1999); Bygrave (2003) *apud* Oliveira (2006); Morris *et al* (2001) *apud* Pedro (2003); Shapero (1975) *apud* Porcaro (2006); D'Ávila (1996) *apud* Ré (2000); Sexton e Bowman (1984) *apud* Porcaro (2006); Modick (1977) *apud* Frese *et al* (1996); Krampen (1991); Frese (1997, 1998) *apud* Korunka *et al* (2003), dentre outros. Esses autores compõem o referencial teórico dessa dissertação e contribuem para a construção e validação do modelo estrutural.

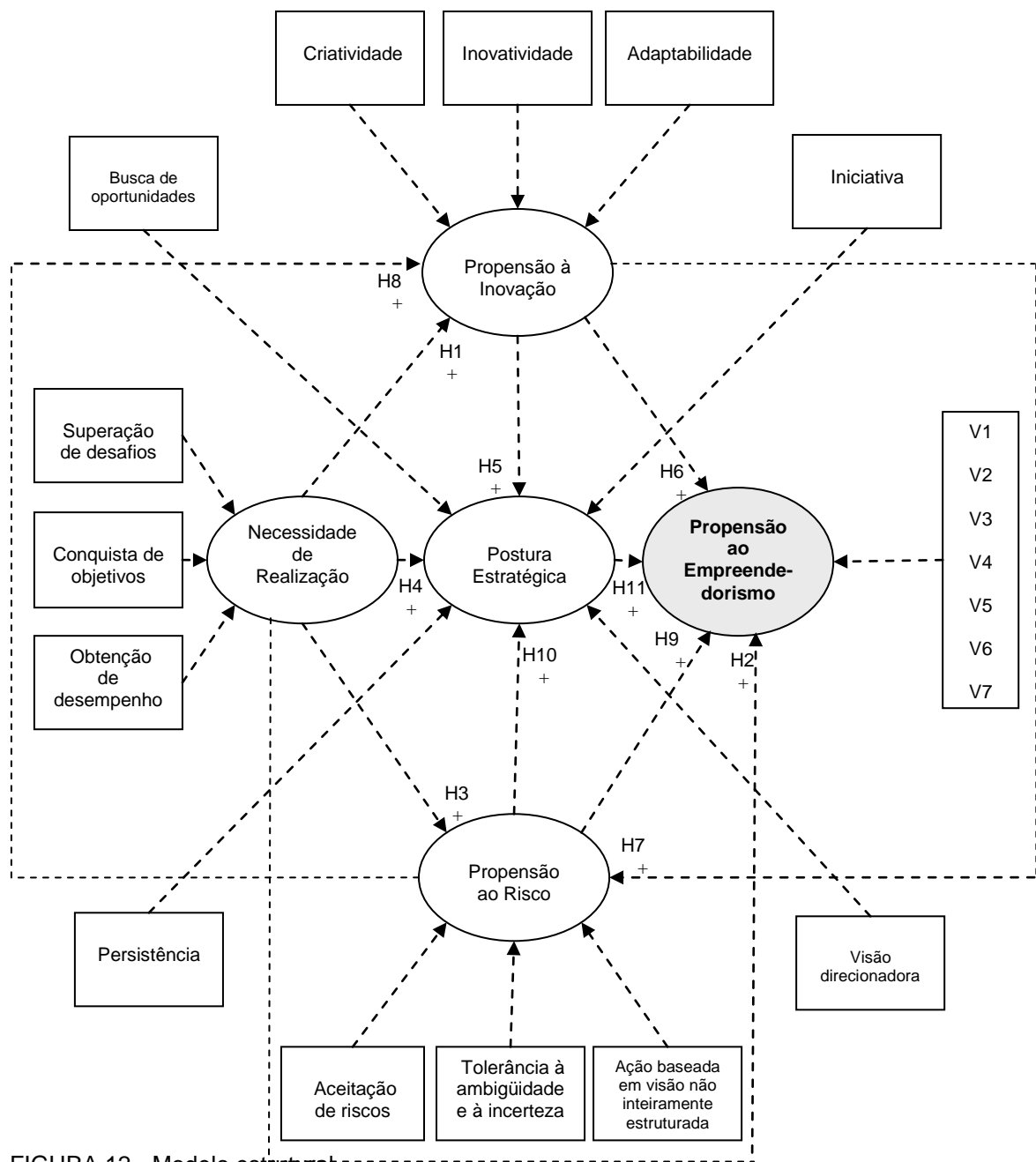


FIGURA 12 - Modelo estrutural
 Fonte: A autora

Esse modelo estrutural tem como objetivo auxiliar a pesquisa no sentido de avaliar a influência de diferentes constructos e variáveis na propensão ao empreendedorismo que pode ser considerada uma função de quatro elementos: (i) necessidade de realização; (ii) propensão à inovação; (iii) propensão ao risco e (iv) postura estratégica. Esses quatro elementos foram os mais frequentemente citados na ampla literatura revisada pela autora, conforme GRAF. 4, contemplando o levantamento de setenta e uma características mencionadas por mais de cinquenta diferentes autores. O resultado destas contribuições é apresentado na FIG. 12.

4.2.1 A apresentação dos constructos e variáveis do modelo estrutural

O modelo estrutural contempla, portanto um modelo interno de construtos não observáveis (necessidade de realização, propensão à inovação, propensão ao risco, postura estratégica e propensão ao empreendedorismo) associados a um conjunto de variáveis observáveis que podem influenciar a propensão ao empreendedorismo: superação de desafios, conquista de objetivos, obtenção de desempenho, criatividade, inovatividade, adaptabilidade, aceitação de riscos, tolerância à ambigüidade e incerteza, ação baseada em visão não inteiramente estruturada, busca de oportunidades, iniciativa, persistência, visão direcionadora.

4.2.1.1 Necessidade de realização e variáveis determinantes

A necessidade de realização pode ser entendida como uma característica de motivação social, bem como um traço psicológico, que se manifesta através da responsabilidade pessoal pelas decisões, pela realização de objetivos estabelecidos e pelo desejo de obter *feedbacks* (reconhecimento do seu feito). É compreendida também como fonte de motivação do comportamento humano, seja ela consciente ou inconsciente, e a partir disso os comportamentos e as personalidades vão se delineando.

Nas palavras de McClelland (1971), um dos pioneiros no estudo do comportamento empreendedor, a necessidade de realização pode ser assim definida:

Esse alto desejo de realização que explica o comportamento dos empreendedores pode ser resumido em desejo das pessoas pela responsabilidade das tomadas de decisões pessoais, preferência para as decisões que envolvam um grau de risco moderado e o interesse dessas pessoas em conhecimento concreto dos resultados das decisões tomadas. (McCLELLAND, 1971, p.109).

As pesquisas de McClelland (1971) levaram-no a afirmar que, entre os motivos para empreender, a necessidade de realização é o mais forte deles. Empreendedores têm, em média, uma necessidade mais alta de realização do que

os membros da população em geral. O autor descobriu ainda uma correlação positiva entre a necessidade de realização e a atividade como empreendedor, o que o levou a eleger a primeira variável como força motriz da ação empreendedora. Para esse autor, pessoas com alto desejo de realização preferem depender da própria habilidade para a obtenção de resultados e tendem a dedicar mais tempo a tarefas desafiadoras e que envolvem riscos moderados, o que não é influenciado apenas pelas possíveis recompensas em prestígio e dinheiro.

A necessidade de realização focaliza a disposição, capacidade e inclinação do empreendedor tomar iniciativas, buscar e atingir padrões excelentes de qualidade, produtividade, crescimento e rentabilidade. Característica de pessoas que, entre outras coisas, mantêm maior controle de seu próprio comportamento, desempenham bem tarefas que dependem de habilidade e são mais confiáveis.

Os aspectos do comportamento empreendedor que emergem do referencial teórico como os mais indicados para representar o constructo “necessidade de realização” são:

- a) superação de desafios: os desafios estão fortemente relacionados com a assunção de riscos. Para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora;
- b) conquista de objetivos: estabelecem objetivos e e identificam os recursos necessários para torná-los realidade;
- c) obtenção de desempenho: age de forma que atenda ou supere os padrões de excelência.

4.2.1.2 Propensão ao risco e variáveis determinantes

A propensão ao risco ou a tendência a assumir riscos moderados é outra característica destacada por diversos autores (Carland *et al*, 1984 *apud* Frese *et al*, 1996; Schumpeter, 1982; Peacock, 2000) como diretamente ligada ao

comportamento do empreendedor. Estudos realizados por McClelland lhe permitiram descobrir que os indivíduos com alta necessidade de realização também têm tendências moderadas para assumir riscos. Essa propensão ao risco, segundo o autor, faz alusão a um indivíduo que investe em negócios arriscados mesmo quando a probabilidade de sucesso é baixa.

Na interpretação de Simon, Houghton e Aquino (1999) *apud* Porcaro (2006), o comportamento empreendedor não sinaliza, propriamente, maior propensão ao risco. Segundo esses autores o que ocorre é uma distorção no processo de percepção do empreendedor, que o leva a subestimar o risco das oportunidades que identifica e a razão dessa distorção cognitiva pode ser justificada através de alguns componentes principais como, por exemplo: i) excesso de confiança: impede o empreendedor de conhecer os limites dos seus conhecimentos; ii) ilusão de controle: leva o empreendedor a pensar que consegue dominar e gerir os elementos que envolvem a criação de um novo negócio, quando existem muitos fatores que escapam ao seu controle e iii) excesso de generalização: tendência para generalizar fatos e acontecimentos a partir de poucas observações.

Dentre as variáveis que se destacaram da literatura como determinantes do constructo "propensão ao risco" estão:

- a) aceitação de riscos: essa é uma das características mais reconhecidas nos empreendedores, tidos como indivíduos que assumem riscos calculados e com habilidade para gerenciá-los;
- b) tolerância à ambigüidade e incerteza: essa característica permite aos empreendedores lançarem-se em muitos negócios mesmo quando é difícil imaginar como se desenrolarão;
- c) ação baseada em visão não inteiramente estruturada: faz parte do perfil do empreendedor, tomar atitudes de forma não planejada, expondo o empreendimento a risco não calculados.

4.2.1.3 Propensão à inovação e variáveis determinantes

Para Schumpeter (1982) o empreendedor assume um “espírito animal” em sua busca no processo de inovação, criação de novos produtos e expansão de mercados. Gartner (1985) complementa dizendo que todos os empreendedores acabam por ser inovadores em algum grau, dado que não existem duas empresas iguais, cada novo empreendimento carrega consigo um novo fator ou característica pessoal do empreendedor. Como dizem Brazeal e Herbert (1999) *apud* Ferreira (2005), até mesmo a cópia de uma inovação para outras empresas e regiões também constitui uma forma de inovação.

Os elementos extraídos da literatura que melhor fundamentam o constructo “propensão à inovação” na forma de variáveis observáveis são:

- a) criatividade: capacidade do empreendedor de idealizar novas idéias para o desenvolvimento de seu empreendimento;
- b) inovatividade: busca ou disposição continuada de melhoria dos processos, produtos e serviços, conquista de novos mercados e reconfiguração do negócio;
- c) disposição para se adaptar (adaptabilidade): ao identificar uma oportunidade de mercado o empreendedor reúne recursos e formula estratégias para explorá-la, ou seja, adaptam-se para obter êxito na iniciativa empreendedora.

4.2.1.4 Postura estratégica e variáveis determinantes

A postura estratégica do empreendedor envolve uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócio e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação.

As variáveis formadas por características do comportamento empreendedor e indicadas para explicar o constructo “postura estratégica” são:

- a) busca de oportunidades: o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram na medida em que o seu conhecimento aumenta;
- b) persistência: os empreendedores implementam suas ações com total comprometimento, atropelando as adversidades e ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de fazer acontecer; mantêm-se sempre dinâmicos e encontram energia para continuar seus projetos, mesmo quando encontram problemas pela frente;
- c) iniciativa: realiza tarefas antes de ser demandado por terceiros ou forçado pelas circunstâncias;
- d) visão direcionadora: uma clara visão do futuro, um destino geral que descreve aonde se quer chegar.

4.2.1.5 Propensão ao empreendedorismo e variáveis determinantes

A propensão ao empreendedorismo de acordo com os teóricos Lumpkin e Dess (1996) *apud* Verheul *et al*, (2001) consiste num processo associado a métodos, estilos e escolhas estratégicas. De acordo com o modelo estrutural proposto pela autora, a propensão ao empreendedorismo é uma função constituída pelos constructos necessidade de realização, propensão ao risco, propensão à inovação e postura estratégica e pelas seguintes variáveis externas:

1. tenho um negócio ou gostaria de iniciar um negócio mais do que qualquer outra coisa;

2. penso que o sucesso, mais até do que dinheiro e o prestígio, é a minha principal motivação;
3. se for mal sucedido, ao assumir riscos, eu sou capaz de assumir as conseqüências;
4. estou disposto a assumir riscos se vislumbrar uma boa oportunidade de negócio;
5. sou capaz de me comunicar e persuadir os outros a participar de meu sonho;
6. consigo iniciar um projeto e imaginá-lo realizado, em vez de vislumbrar obstáculos; e
7. tenho experiência e conhecimento sobre o ramo de negócio que exploro ou pretendo explorar ou disposição para aprender sobre o assunto.

As relações de influência dos constructos independentes (Necessidade de Realização, Propensão ao Risco, Propensão à Inovação e Postura Estratégica) no constructo dependente (Propensão ao Empreendedorismo) deram origem a quatro hipóteses (H2, H6, H9 e H11), sendo estas as hipóteses centrais do modelo.

O modelo contempla também a análise da influência dos constructos (dependentes e independentes) com suas variáveis preditoras. Esta relação é medida através de outras cinco hipóteses (H1, H3, H4, H5, H7, H8 E H10) que possuem um grau secundário de importância no contexto de estimação do modelo.

4.2.2 Hipóteses do modelo de propensão ao empreendedorismo

H1: a necessidade de realização está positivamente associada com a propensão à inovação;

H2: a necessidade de realização influencia positivamente a propensão ao empreendedorismo;

H3: a necessidade de realização está positivamente associada à propensão ao risco;

H4: a necessidade de realização está positivamente associada à postura estratégica;

H5: a propensão à inovação está positivamente associada à postura estratégica;

H6: a propensão à inovação influencia positivamente a propensão ao empreendedorismo;

H7: a propensão à inovação está positivamente associada à propensão ao risco;

H8: a propensão ao risco está positivamente associada à propensão à inovação;

H9: a propensão ao risco influencia positivamente a propensão ao empreendedorismo;

H10: a propensão ao risco está positivamente associada à postura estratégica;

H11: a postura estratégica influencia positivamente a propensão ao empreendedorismo;

4.2.3 Universo e amostra da pesquisa

Descrito o modelo estrutural de propensão ao empreendedorismo, a segunda etapa da investigação continua com a delimitação do universo e amostra da pesquisa. O universo da pesquisa é formado por empreendedores das Indústrias Criativas de Fortaleza, além de outros membros da classe criativa, no âmbito da definição adotada por Florida (2004), já explorada no presente estudo.

A seleção da amostra da pesquisa é não probabilística por ser realizada por acessibilidade, sendo os respondentes abordados durante a realização de eventos culturais e artísticos como: exposições, feiras, congressos, shows, mostras, etc., bem como selecionados através de bancos de dados de instituições como o Sebrae, as Secretarias da Cultura do estado e do município, dentre outros.

Para esta pesquisa, o tamanho da amostra é calculado com base na fórmula de população infinita, de acordo com Gil (1999):

$$n = \sigma^2 \cdot p \cdot q / e^2,$$

Onde:

- n = tamanho da amostra;
- σ^2 = nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão;
- p = percentagem com a qual o fenômeno se verifica;
- q = percentagem complementar ($100 - p$);
- e^2 = erro máximo permitido.

Os parâmetros adotados para o cálculo da amostra são:

- $n = ?$
- σ^2 = nível de confiança de 95% $\Rightarrow \sigma = 1,96$ desvios padrões;
- $p = 7,5$ (percentagem do estado do Ceará, em 2004, conforme TAB.1);
- $q = (100 - 7,5) = 92,5$
- $e = 0,05$ (5%)

Assim, o tamanho da amostra é de $n = 107$, considerando que:

$$n = (1,96)^2 \times (7,5) \times (92,5) / (5)^2 = 106,6$$

4.2.4 Coleta de dados

A estimativa do modelo estrutural de propensão ao empreendedorismo ocorre com o uso de dados obtidos através de uma pesquisa de campo, do tipo *survey*, baseada em questionário estruturado (APÊNDICE 2).

Este questionário possui duas partes: 1) caracterização do respondente e da empresa e 2) categorias de fatores relacionados às características empreendedoras do modelo estrutural na forma de constructos e variáveis observáveis. Essa segunda parte, no que diz respeito ao comportamento empreendedor, envolve 68 perguntas fechadas subdivididas por constructo (necessidade de realização, propensão ao risco, propensão à inovação, postura estratégica e propensão ao empreendedorismo) e medidas através de Escala *Likert*, variando entre: 1) discordo inteiramente, 2) discordo, 3) nem discordo nem concordo, 4) concordo e 5) concordo plenamente.

É importante ressaltar que o número de respondentes válidos (157) foi bastante representativo para o trabalho, tendo em vista que superou o quantitativo requerido no cálculo do tamanho da amostra ($n=107$), culminando na redução da margem de erro da pesquisa.

4.2.5 Tratamento e análise dos dados

O modelo conceitual de propensão ao empreendedorismo se compõe de 5 constructos e 20 variáveis observáveis, sendo que as relações entre os constructos não obedecem ao modelo clássico de relação causal entre variáveis independentes e dependentes ou entre variáveis endógenas e exógenas ao modelo. A título de exemplo, o constructo postura estratégica, contemplado no modelo, é antecedente (independente) em relação ao constructo propensão ao empreendedorismo e, ao mesmo tempo, conseqüente (dependente) em relação à necessidade de realização. Além disso, os 5 constructos constituem a parte endógena do modelo, enquanto as 20 variáveis observáveis são a parte exógena.

Esta forma não convencional de relações entre constructos e variáveis, além do fato de estas serem medidas em escalas ordinais, ao invés de cardinais, conduzem a necessidade do uso da modelagem de equações estruturais (*Structural Equations Modeling* – SEM) em lugar da forma mais tradicional de regressões múltiplas (HAIR *et al*, 1998). O tratamento dos dados, contudo, continua a ser o da análise multivariada. Silva (2007, p.1), citando Hershberger (2003), destaca que a SEM “é provavelmente a técnica multivariada mais utilizada, juntamente com a análise de cluster e a MANOVA.

Dentre outros aspectos, a popularidade da SEM foi explicada por Silva *et al* (2007, p.1), citando Hair *et al* (1998), ao realçar as duas vantagens desta técnica sobre outras análises multivariadas. Estas vantagens são

a estimação simultânea de múltiplas relações de dependência inter-relacionadas com eficiência estatística e a habilidade para avaliar as relações em âmbito geral e fornecer uma transição da análise exploratória para a análise confirmatória, a qual permite uma visão mais sistemática e holística de problemas. (*IBIDEM*, p. 1)

De acordo com Lucian *et al* (2007), o exercício de estimar equações estruturais parte da sólida fundamentação teórica das relações entre as variáveis integrantes do modelo para que seja minimizado o risco de erro de especificação das variáveis, comuns a este tipo de técnica estatística, pela omissão de variáveis relevantes ou pela redundância de outras. (FARIAS e SANTOS, 2000).

Os constructos são, portanto, explicados pela teoria e mensurados através de seus preditores, as variáveis observáveis. Estas, por seu turno, são assumidas como dados e medidas através de escalas ordinais, ou intervalares, e, no caso específico, deste trabalho com o auxílio de escala *Likert* de 5 pontos.

Nada obstante isso, o escopo metodológico deste trabalho compreende procedimentos de análise multivariada intermediários, relativamente ao uso da SEM. Esses procedimentos que incluem análise fatorial e a regressão múltipla são, contudo, importantes para um conhecimento mais aprofundado dos dados e da relações das variáveis envolvidas, antes de submetê-las a testes mais sofisticados.

A análise fatorial, segundo Hair *et al* (2005), se destina a reduzir a quantidade de variáveis envolvidas na estimação do modelo, baseando-se ainda na perspectiva de que não há uma clara definição das variáveis quanto a serem independente ou dependente. De seus resultados, pode-se obter uma confirmação do modelo, fortalecendo a visão teórica a ele subjacente.

Lucian *et al* (2007) sugere a respeito o uso da análise de fator confirmatória, porque segundo este autor “tem a vantagem de permitir a inserção do raciocínio teórico na estrutura fatorial de múltiplos itens, como, por exemplo, o controle sobre a covariância do erro entre itens de uma ou mais medidas.

Ainda de acordo com o mesmo autor, a análise de regressão permite conhecer o poder explicativo do modelo, como um todo, e os valores e direção das influências das variáveis independentes na variável dependente, prestando-se, portanto, ao teste de hipóteses das relações das variáveis, fator de grande importância na concepção de um modelo como o tratado nesta dissertação.

O tratamento das variáveis é feito com auxílio do pacote estatístico SPSS – *Scientific Package for Social Sciences, Versão 15*.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS SOBRE OS DETERMINANTES DA OFERTA DE EMPREENDEDORES

A apresentação dos resultados é feita em duas partes, ambas contribuindo para a investigação dos determinantes da oferta de empreendedores. A primeira parte consiste na análise dos dados secundários, de Fortaleza, sobre o crescimento e a densidade populacional, a taxa de urbanização, a estrutura etária da população, a imigração, a participação da mulher, o nível e a disparidade da renda, o desemprego e as políticas públicas. Esses fatores foram apontados pela Teoria Eclética como indutores da propensão para o empreendedorismo.

Por sua vez, a segunda etapa, complementar da primeira, trata da análise de dados primários oriundos de uma pesquisa de campo realizada pela autora, em Fortaleza, por meio da aplicação de questionário estruturado, baseado em Modelo Estrutural de Propensão ao Empreendedorismo proposto neste estudo, a partir da contribuição de autores relevantes. (Figura 12, do Capítulo 4.2). De acordo com este modelo, a propensão ao empreendedorismo em função de quatro elementos: (i) necessidade de realização; ii) propensão à inovação; (iii) propensão ao risco e (iv) postura estratégica. Estes constructos envolvem 20 variáveis observáveis, apresentadas na FIG.12, que foram medidas através da aplicação do questionário.

5.1 Análise dos dados secundários sobre os fatores que Influenciam a propensão ao empreendedorismo, segundo a Teoria Eclética

5.1.1 Crescimento e densidade populacional

A partir da segunda metade do século XX, as taxas demográficas revelaram altos índices de crescimento da população cearense, sobretudo na capital. Conforme se observa na TAB. 10, Fortaleza apresentou um crescimento intercensitário bastante expressivo entre os períodos de 1940 a 1970, chegando a registrar no ápice da curva de crescimento populacional, em 1960, um percentual de

90,5%, em relação à década anterior, decorrente de taxas geométricas de crescimento anual equivalentes a 6,66% para a cidade (GRAF. 5) e 7,5% para o estado do Ceará. (IBGE, 2004).

TABELA 10 – Evolução da população, taxa geométrica de crescimento, e densidade demográfica - Fortaleza - 1940 – 2006

Ano	População *	Crescimento Intercensitário (%)	Taxa Geométrica de Crescimento Anual (%)	Densidade Demográfica (hab/Km ²)
1940	180.185	-	-	575,41
1940/1950	270.169	49,9	4,13**	862,77
1950/1960	514.818	90,5	6,66**	1.644,05
1960/1970	857.980	66,6	5,24**	2.739,93
1970/1980	1.307.611	52,4	4,30**	4.175,80
19680/1991	1.768.638	35,0	2,78**	5.263,80
1991/2000	2.141.402	21,14	2,15**	6.854,70
2001	2.187.442	-	2,15	6.985,51
2002	2.234.472	-	2,15	7.135,70
2003	2.282.513	-	2,15	7.289, 11
2004	2.331.587	-	2,15	7.445,83
2005	2.381.716	-	2,15	7.584,30
2006	2.416.920	-	1,48	7.718,30

Fonte: SEPLA, 2004 e IPECE, 2008

Notas: (*) População no final do período

(**) Taxa de crescimento médio anual do decênio

Lima (1995) relata que, no período entre 1960 a 1980, o Brasil viveu o maior êxodo rural de sua história. Somente no período entre 1960 e 1970, aproximadamente 13 milhões de pessoas abandonaram residências rurais em busca dos centros urbanos, o que correspondia a 33% da população rural do país no início

do período. Já entre os anos de 1970 e 1980, a população de migrantes⁶ que abandonou o meio rural foi de aproximadamente 16 milhões de pessoas, correspondendo a 38% da população rural no início do período.

Nesse contexto, a crise da agricultura cearense, a concentração fundiária e os longos períodos de estiagem (1951 e 1958) contribuíram para as altas taxas de crescimento populacional verificadas em Fortaleza, influenciando o intenso processo de migração campo-cidade. Essa associação entre a temática da urbanização e os movimentos internos da população é clássica pois segue um padrão verificado nos países desenvolvidos e em desenvolvimento à medida que as atividades agrícolas vão perdendo participação na economia, principalmente para o setor de serviços.

Os fluxos migratórios podem provocar transformações no crescimento populacional, tanto para as localidades receptoras quanto para as que “expulsam” sua população. Como qualquer outro fenômeno de grande significado na vida sócio-econômica das cidades, metrópoles e países, as migrações fazem parte de um processo global de mudanças e são de fundamental importância, tanto do ponto de vista demográfico, como político, econômico, social e cultural.

Chiswick (1999) contribui para o estudo dos fenômenos que envolvem a migração e segundo a percepção do autor os migrantes tendem a ser favoravelmente auto-selecionados para o mercado de trabalho. Isto significa que são considerados mais capazes, ambiciosos, agressivos, empreendedores que a média da população. Por inferência, o principal motivo que leva as pessoas a migrarem parece ser a busca por melhores condições de trabalho e renda.

Contudo, segundo Barbalho (2008), os movimentos migratórios no Nordeste parecem fazer parte de sua “essência”, tamanha é a recorrência destes fluxos na história da região, chegando ao ponto de tornarem-se elementos identitários do povo nordestino. De acordo com o autor, o histórico da migração

⁶ **Migração:** De acordo com Sandroni (1999), migração é um movimento populacional que se dirige de uma região (área de emigração) para outra (área de imigração). Por alterar o tamanho e a composição das populações (distribuição por sexo, idade e composição da força de trabalho), a migração é uma das bases da dinâmica populacional, junto com a natalidade e a mortalidade. Distingue-se a migração internacional (entre países) e a migração interna (entre regiões).

cearense aponta para um quadro trágico, tendo em vista que os homens e as mulheres do Ceará não saiam de suas terras para ganhar o mundo respondendo a uma natureza que lhes é própria. As motivações são bem mais perversas e estão associadas, em sua grande maioria, com as intempéries climáticas dos períodos de estiagem que são próprias do seu território qualificado como semi-árido.

Através do estudo da população de Fortaleza, para o período de 1960-70, Moura e Coelho (1980) revelaram não somente a importância direta que, quantitativamente, as migrações representam sobre o crescimento demográfico, mas, também a extrema juventude dos migrantes e a elevada proporção de mulheres nesses contingentes populacionais, sendo a maioria procedente do próprio estado, neste caso em decorrência da seca ocorrida em 1970.

De acordo com o Plano de Desenvolvimento Integrado da Região de Fortaleza - PLAN-DIRF (1972), analisado por Costa (2007), no período de 1940-1970, enquanto o crescimento vegetativo foi responsável por 36,71% (254.219 hab.) da elevação da população de Fortaleza, a migração contribuiu com 63,29% (438.329 hab.).

O fluxo migratório foi induzido também pelo poder de atração das cidades sob diferentes grupos sociais, em virtude do desenvolvimento do comércio e da indústria, da infra-estrutura e serviços públicos essenciais, como hospitais e educação, além da oferta de empregos urbanos (COSTA, 2007).

Entre os anos de 1970 e 2000, segundo Costa (2007), Fortaleza passou dos 850 mil habitantes para 2,1 milhões, atingindo 28,82% da população do estado. Embora se tenha observado um aumento da população ao longo do período analisado, nota-se que o ritmo do crescimento vem diminuindo (GRAF. 5). Além disso, de acordo com Matos (2002), a partir dos anos 70 as migrações internas no Brasil deixam de ser predominantemente do tipo rural-urbano. Essa mudança no padrão dos movimentos muda também o perfil dos imigrantes, que, em função da sua origem urbana, exhibe um avanço em termos da qualificação.

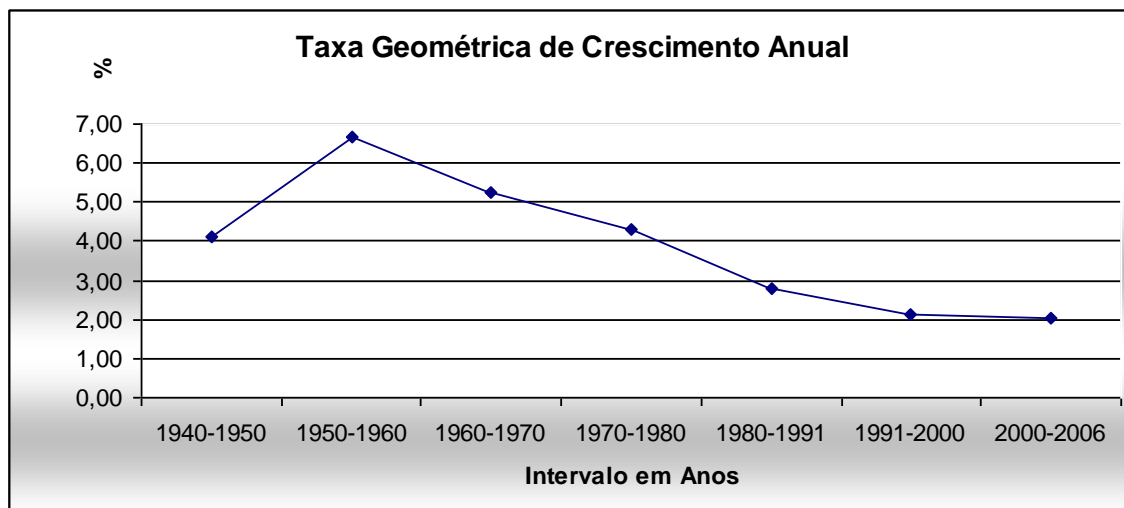


GRÁFICO 5 - Taxa geométrica de crescimento anual populacional – Fortaleza (1940 – 2006)
Fonte: IBGE, 2007

Um dos motivos que contribuiu para a redução do ritmo de crescimento populacional foi a queda na taxa de fecundidade que tem se apresentado como uma tendência nacional investigada pelo IBGE (2007) em meio século de observação (1950 a 2000), período em que a taxa de fecundidade do país foi reduzida em mais da metade, baixando de 6,2 para 2,4 filhos por mulher e levando à redução da taxa média geométrica de crescimento anual do país de 2,99% para 1,64% ao ano.

Os avanços técnico-científicos, a maior presença feminina no mercado de trabalho e o aumento na taxa de escolaridade das mulheres são apontados como causas para o declínio no número de nascimentos (IBGE, 2007). Contudo, a queda no ritmo do crescimento populacional encontra justificativa também na estruturação da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF) cujos municípios, além da própria capital, passaram também a receber os migrantes.

Um estudo do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE (2007), a partir dos números da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, revela que entre 1996 e 2006, a população do Ceará caiu -4,2% nas zonas rurais do interior. Essas pessoas, no entanto, não foram absorvidas pela capital, como ocorria anteriormente, e sim pelas áreas rurais da região metropolitana e pelas zonas urbanas do interior.

O rápido crescimento populacional ocorrido em Fortaleza foi acompanhado por um expressivo adensamento demográfico. A relação entre o número de habitantes de Fortaleza e a sua área em quilômetros quadrados, calculada para 1940 era de 575,41 hab/km², passando para 7.811,20 hab/km², em 2008 (TAB. 10). Concomitantemente a esse crescimento, houve um vertiginoso aumento do número de assentamentos espontâneos e de construção de conjuntos habitacionais de grandes dimensões populacionais, ocasionando a formação de extensas áreas periféricas que concentram a população pobre, sobretudo os migrantes oriundos das áreas sertanejas. Nesse contexto, os moradores vão produzindo a cidade dentro das suas possibilidades.

Fortaleza, como muitas cidades do Brasil, cresce numa dinâmica entre as formas legais e as necessidades reais da população e da diversidade econômica que abriga a cidade. O confronto entre duas lógicas e disputa sistemática de interesses modela a vida da cidade, não há como ser de outra maneira. A cidade pensada e planejada sai sempre fora do esquadro porque a vida é dinâmica e os grupos sociais, constituidores da dinâmica da cidade, atuam de acordo com seus interesses (COSTA, 2007, p. 96).

TABELA 11 - População, Densidade Demográfica e Taxa Geométrica de Crescimento Anual Por Região Administrativa - Fortaleza – 1991 - 2004 (*)

REGIÃO	1991			2004 (*)			TGCA (**) 1991 / 2004 (%)
	População	% Do Total	Densidade Demográfica (HAB / HA)	População	% Do Total	Densidade Demográfica (HAB / HA)	
I	304.295	17,21	119,89	358.515	15,89	141,25	1,27
II	290.521	16,43	58,88	328.508	14,56	66,58	0,95
III	307.087	17,36	110,55	358.741	15,9	129,15	1,20
IV	260.277	14,72	75,94	273.681	12,13	79,86	0,39
V	323.168	18,26	50,92	477.193	21,15	75,19	3,04
VI	283.290	16,02	21,00	459.595	20,37	34,06	3,79
TOTAL	1.768.638	100	52,77	2.256.233	100	67,32	1,89

Fonte: SEPLA (2004)

Nota: (*) População projetada para até julho de 2004

(**) TGCA = Taxa Geométrica de Crescimento Anual

Analisando-se o crescimento da população nas regiões administrativas de Fortaleza, ao longo do período 1991 – 2004 (TAB. 11), percebe-se que o aumento da população se dá de maneira mais expressiva na Região I, cuja densidade demográfica passou de 119,89 Hab/ha, em 1991, para 141,25 Hab/ha, em 2004. Nesta Região estão localizados alguns dos bairros mais populares da capital como

Pirambu (266,28 hab/ha), Cristo Redentor (220,38 hab/ha), Floresta (198,54 hab/ha), Barra do Ceará (179,76 hab/ha), conforme se observa na TAB. 12.

TABELA 12 - Área, população e densidade demográfica por bairro Região I
- Fortaleza - 2004 (*)

BAIRRO	ÁREA (HA)		POPULAÇÃO		DENSIDADE DEMOGRÁFICA (HAB / HA)
	Quantidade	% Do Total	Quantidade	% Do Total	
Alagadiço / São Gerardo	143,10	5,64	13.117	3,86	91,66
Álvaro Weyne	153,70	6,06	23.113	6,80	150,38
Barra do Ceará	385,60	15,19	69.317	20,38	179,76
Carlito Pamplona	126,80	4,99	24.383	7,16	192,29
Cristo Redentor	131,20	5,17	28.914	8,50	220,38
Farias Brito	83,70	3,30	11.634	3,42	139,00
Floresta	141,20	5,56	28.034	8,24	198,54
Jacarecanga	128,10	5,05	13.600	4,00	106,17
Jardim Guanabara	73,70	2,90	14.489	4,26	196,59
Jardim Iracema	130,60	5,15	21.913	6,44	167,79
Monte Castelo	86,80	3,42	12.752	3,75	146,91
Moura Brasil	46,30	1,82	3.738	1,10	80,73
Pirambu	69,30	2,73	18.453	5,43	266,28
Vila Ellery	58,10	2,29	7.209	2,12	124,08
Vila Velha	780,00	30,73	49.468	14,54	63,42
TOTAL	2.538,20	100,00	340.134	100,00	134,00

Fonte: SEPLA (2004)

Nota: (*) População projetada para até julho de 2004

De maneira semelhante, as Regiões III e V registraram também altas taxas de crescimento e adensamento populacional entre os períodos de 1991 e 2000, passando de 110,55 Hab/ha para 129,5 Hab/ha e de 50,92 Hab/ha para 75,19 Hab/ha, respectivamente. Estas Regiões reúnem um grande número de outros bairros populares como Autran Nunes, Bela Vista, Quintino Cunha e Enrique Jorge,

Genibaú, Parque São José, entre outros, além de densos conjuntos habitacionais como os Conjuntos Ceará I e II e o Conjunto Esperança.

O adensamento da população conduz a um entrelaçamento complexo de relações sociais e econômicas que favorecem o surgimento de uma sociedade vibrante e com grande diversidade populacional na atração de talentos (pessoas qualificadas e criativas) que, na concepção de Florida (2005) contribuem em alto grau para o desenvolvimento de cidades e regiões.

Nesse contexto, áreas urbanas com elevadas densidades populacionais são capazes de sustentar o crescimento da atividade empreendedora devido à proximidade do mercado e da infra-estrutura de negócios (Bruderl *et al*, 1998 *apud* Verheul *et al*, 2001). Além disso, altas taxas de urbanização, como é o caso de Fortaleza que possui 100% da sua população em domicílio urbano, têm o poder de intensificar a dinâmica do empreendedorismo, favorecendo a criação de novos negócios (REYNOLDS *et al* e STONEY, 1994 *apud* VERHEUL *et al*, 2001).

De acordo com a Teoria Eclética do Empreendedorismo a migração é um fator que promove, indiretamente, conseqüências para o crescimento populacional e para a estrutura etária da população residente visto que as famílias de imigrantes normalmente possuem mais crianças e uma média de idade menor. Além disso, a imigração pode também exercer um efeito direto sobre o número de profissionais independentes.

Segundo o Censo Demográfico de 1940, o processo migratório no Brasil muito contribuiu para a diversidade e complexidade da composição étnica, sendo mais intenso entre a segunda metade do Século XIX e a primeira do Século XX. Os estados da Região Nordeste receberam contingentes significativos de escravos em navios negreiros ou através de rotas clandestinas de comércio entre províncias, tendo participação decisiva nas atividades agrícolas das fazendas de gado, cacau, algodão, cana-de-açúcar e nas demais lavouras, no transporte e na navegação, assim como nos engenhos, nos moinhos e nas atividades extrativistas, sobremaneira a extração de madeira, ainda que esses empreendimentos arregimentassem, preferencialmente, mão-de-obra indígena.

A migração avolumou a expansão urbana e social da capital para a periferia da cidade conduzindo a aglomeração urbana para assentamentos espontâneos. Neste contexto, percebe-se que o migrante, sobretudo o retirante apresenta uma alta mobilidade espacial para além da mobilidade do trabalho, por sua condição de excluído social que tenta reproduzir no espaço urbano alguns dos padrões culturais que caracterizam a comunidade de meio rural como os repentistas (especialistas no improvisado das rimas), os poetas de cordel, entre outros elementos que multiplicam a diversidade local seguindo uma tradição que remonta aos trovadores e poetas populares da Idade Média lusitana.

Nesse sentido, segundo Vieira (2005), os migrantes trouxeram consigo as particularidades de suas raízes que originaram canções como as do gênero baião, inspiradas nos “causos” e “lendas” que corriam no sertão, que funcionam como uma espécie de tecido cultural cujos fios articulam, vivamente, imagens de diferentes experiências e tradições que, de algum modo, guardam relações com a vida dos sertanejos. A autora faz referências às palavras de Humberto Teixeira que em entrevista concedida ao historiador Nirez conceitua o baião como:

O aboio do vaqueiro consolando a rez magra e sedenta no seu êxodo através da terra calcinada (...). O caboclo que emigra para fingir que vive em outras terras... (...). A primeira chuva fina e peneirada, anunciando a fartura (...). O cheiro gostoso da terra molhada lembrando o cheiro da cabocla do sertão (...) (NIREZ, 1995, p.6).

Contudo, é imprescindível ressaltar que a cultura cearense é de base essencialmente européia e ameríndia, com menores influências afro-brasileiras (Secult, 2006). Em razão disso, a arte popular do Estado, em especial o artesanato, mescla técnicas e tradições européias e afro-brasileiras com técnicas indígenas primitivas de tecelagem do algodão e tingimento de tecidos. Ademais, quando da introdução da cultura portuguesa no Ceará, ao longo do século XVII, os índios já produziam um diversificado artesanato a partir de vegetais como o cipó e a carnaúba.

Seguindo a tradição histórica surge a figura das rendeiras cearenses produzindo labirintos, redes e rendas feitas em bilros com os mais diversos bordados. É destaque também o artesanato feito em madeira e barro formando

esculturas humanas que representam tipos da região, quadros talhados em madeira, vasos adornados, garrafas de areias coloridas onde são reproduzidas, manualmente, paisagens típicas da região. Por fim, como consequência natural de uma economia que, durante séculos, foi essencialmente pecuarista, o couro também é trabalhado artesanalmente, em especial, para a produção de chapéus e outras peças da roupa de vaqueiros, assim como de móveis e esculturas.

Todos esses elementos históricos e culturais do Ceará são como matéria-prima que constitui a oportunidade para criação do valor simbólico e da exploração do valor econômico. Os braços voluptuosos desta terra, como descreve Volpato (2008), “(...) só prendem os fortes (...)”, assim como os empreendedores, “(...) aqueles que com sua tenacidade, a sua energia, a sua vontade indomável, decidida, vitoriosa, a subjugam e se constituem heróis vaqueiros dominadores do sertão e seus perigos”.

5.1.2 Estrutura etária e gênero da população

O declínio generalizado da fecundidade no País, conjugado à redução da mortalidade, contribuiu para que ocorressem mudanças significativas na composição por idade da população. Segundo o IBGE (2007), as alterações da composição etária ao longo dos anos expressam as mudanças no comportamento reprodutivo da população brasileira, bem como o início do envelhecimento da população, tendo em vista que a expectativa de vida, em 1940, era 42,7 anos e, em 2000, atingiu 70,4 anos.

De acordo com o IBGE (2007), o país registrou alta taxa de natalidade nos anos de 1940, passando a apresentar declínio somente a partir dos anos de 1960, juntamente com um processo acentuado da mortalidade, resultando no aumento do crescimento vegetativo nesse período de tempo. Além disso, a consolidação, a partir da década de 1970, da tendência de declínio na taxa de fecundidade produziu um freio e um subsequente decréscimo na taxa de crescimento populacional. Nas áreas urbanas, os altos custos familiares com educação e saúde e a presença cada vez mais freqüente da mulher no mercado de

trabalho, conjugado ao acesso aos métodos anticonceptivos a partir de 1960, contribuíram para o declínio da fecundidade.

A partir da análise das pirâmides etárias apresentadas no GRAF. 6 é possível constatar a evolução do processo de envelhecimento da população da capital, reproduzindo uma tendência nacional típica dos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Este resultado deve-se, em parte, à melhoria nas condições de saúde, implicando na ampliação da expectativa de vida das pessoas.

Paralelamente ao aumento relativo da proporção de pessoas com mais idade na população fortalezense, verifica-se também uma redução na proporção das crianças e adolescentes, sobretudo daquelas menores de 10 anos de idade. Com isso, as pirâmides etárias tomam formas com bases menos achatadas e com picos mais largos ao longo do tempo.

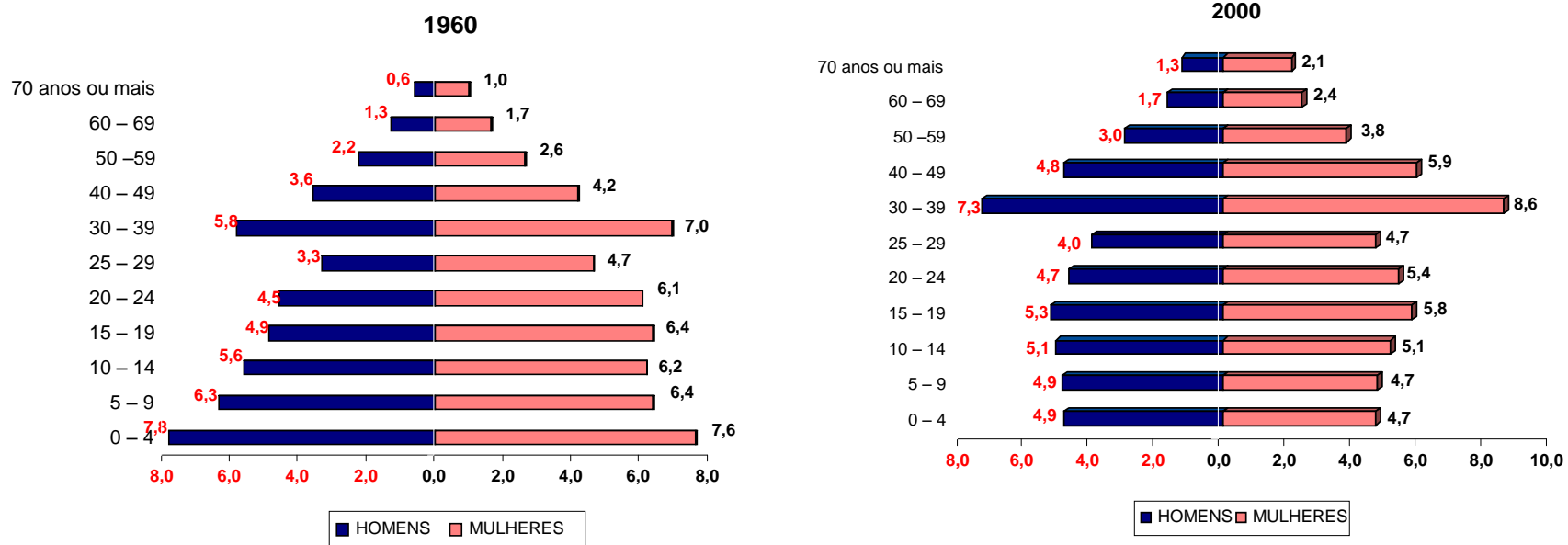


GRÁFICO 6 - Pirâmides Etárias⁷ – Fortaleza – 1960 e 2000
 Fonte: Censos Demográficos de 1960 e 2000 – IBGE

⁷ **Pirâmide etária:** é a representação gráfica (histograma) da população classificada por sexo e grupos quinquenais de idade. Deve ser construída considerando os percentuais de homens e mulheres em cada grupo etário com relação à população total.

A análise da estrutura etária da população de Fortaleza, através das estimativas do IBGE para o ano de 2005 (TAB. 13), ilustradas no GRAF. 7, apresenta um percentual representativo de pessoas com idade entre 20 e 39 anos, intervalo que abrange a faixa de idade de 25 a 40 anos que é apontada pela Teoria Eclética como mais propensa ao surgimento de indivíduos aptos ao auto-emprego.

TABELA 13 - Projeção da População de Fortaleza por Faixa Etária 2000 – 2005

FAIXA ETÁRIA	2000	2001	2002	2003	2004	2005
0 – 4	204.402	208.797	213.286	217.872	222.556	227.341
5 – 9	206.078	210.509	215.035	219.658	224.381	229.205
10 – 14	219.132	223.843	228.656	233.573	238.594	243.724
15	45.580	46.560	47.561	48.584	49.629	50.696
16 – 17	92.917	94.915	96.956	99.041	101.170	103.345
18 – 19	97.298	99.390	101.527	103.710	105.940	108.218
20 – 24	214.961	219.583	224.304	229.127	234.053	239.086
25 – 29	185.679	189.671	193.749	197.915	202.170	206.517
30 – 34	177.144	180.952	184.842	188.816	192.876	197.023
35 – 39	162.807	166.307	169.883	173.535	177.266	181.077
40 – 44	127.102	129.835	132.627	135.478	138.392	141.366
45 – 49	103.205	105.424	107.691	110.006	112.371	114.787
50 – 54	84.980	86.807	88.673	90.579	92.526	94.515
55 – 59	59.886	61.173	62.488	63.831	65.203	66.605
60 – 64	51.565	52.674	53.806	54.963	56.144	57.351
65 – 69	36.840	37.632	38.441	39.267	40.111	40.973
70 – 74	30.614	31.272	31.944	32.631	33.333	34.050
75 – 79	20.628	21.071	21.524	21.987	22.460	22.943
Acima de 80 Anos	20.584	21.027	21.479	21.940	22.412	22.894
TOTAL	2.141.402	2.187.442	2.234.472	2.282.513	2.331.587	2.381.716

Fonte: SEPLA (2004)

Em termos de distribuição etária, verifica-se, em 2005, uma expressiva quantidade de pessoas entre 0 a 14 anos de idade, representando 29,4% da população do município. A faixa etária entre 15 a 49 anos constitui mais da metade da população da cidade, caracterizando importantes segmentos da população em idade ativa. Os intervalos de idade entre 50 e 64 anos (9,2%) e de 65 anos a mais (5,1%), têm menor participação na estrutura etária. Essa distribuição configura uma pirâmide etária (GRAF. 8) cuja população é jovem e em idade produtiva.

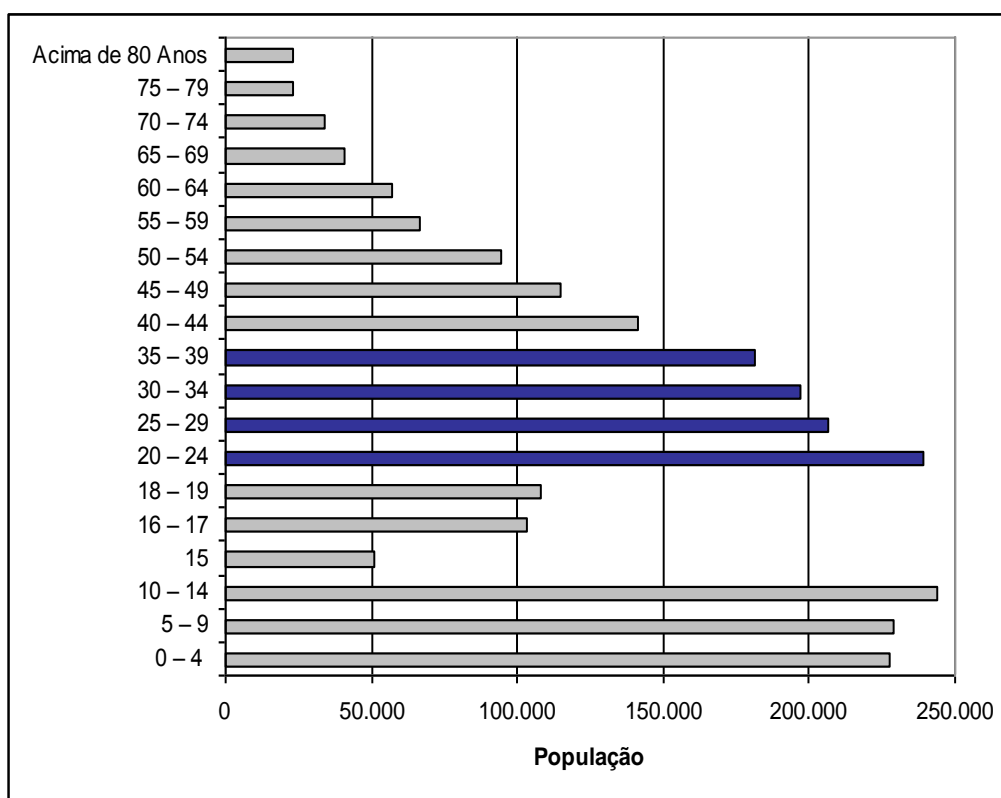


GRÁFICO 7 - População de Fortaleza por Faixa de Idade – 2005
Fonte: SEPLA (2004)

No que diz respeito à distribuição da população por sexo (TAB. 14), a população feminina mostra-se predominante no município, mantendo a sua participação aproximadamente constante em torno de 53,4% ao longo do período de 1970 a 2005.

TABELA 14 - População total de Fortaleza por gênero (1970 – 2005)

ANO	GÊNERO		TOTAL	% FEMININO/ TOTAL	% MASCULINO/ TOTAL
	FEMININO	MASCULINO			
1970	457.393	400.587	857.980	53,31%	46,69%
1980	701.023	606.585	1.307.608	53,61%	46,39%
1991	941.270	827.368	1.768.638	53,22%	46,78%
1996	1.046.136	919.377	1.965.513	53,22%	46,78%
2000	1.139.226	1.002.176	2.141.402	53,20%	46,80%
2005	1.283.604	1.097.851	2.381.455	53,90%	46,10%

Fonte: IPEA (2008)

Uma das razões que leva a população feminina a assumir maiores proporções frente à masculina encontra justificativa na maior expectativa de vida das mulheres que, de acordo com o IPECE (2006), vivem aproximadamente 3,5 anos a mais que os homens. Isto pode ser verificado através da análise das pirâmides etárias de Fortaleza para os anos de 1960 e 2000 (GRÁF.6).

5.1.3 PEA, emprego, renda e educação

A pesquisa mensal realizada pelo Instituto de Desenvolvimento do Trabalho – IDT (2006), e publicada pelo Sistema Nacional de Emprego – SINE/CE, revelou que a taxa da População Economicamente Ativa – PEA de Fortaleza apresentou uma estabilidade razoável no período que compreende os anos de 1984 a 2006. Pelos dados da TAB. 15, que podem ser mais bem visualizados por meio do GRAF. 8, observa-se que a população economicamente ativa da cidade passou de 51,72% em 1984 para 50,47% em 2006, tendo registrado, nesse ínterim, um leve decréscimo ao longo dos anos, que se reverteu para uma taxa de crescimento positiva que se mantém durante os últimos cinco anos da série histórica. Com base nos dados populacionais projetados para o ano de 2005 (TAB. 13), esse percentual corresponde a mais de 1,202 milhão de pessoas em condições de se inserir no mercado de trabalho do município.

TABELA 15 - Indicadores do mercado de trabalho acumulados no período jan-maio – Fortaleza – 1984-2006

Ano	Participação	Ocupação	Ocupação Informal	Desemprego Aberto
1984	51,72	44,09	44,12	14,74
1985	49,66	42,35	45,28	14,72
1986	49,39	44,41	45,70	10,08
1987	49,15	43,58	44,00	11,32
1988	47,19	42,71	48,34	9,29
1989	45,86	41,66	49,21	8,91
1990	48,19	42,34	49,10	11,21
1991	46,61	41,10	50,18	11,30
1992	45,52	39,66	51,59	12,52
1993	45,71	40,04	53,04	12,04
1994	45,24	40,30	54,81	10,64
1995	46,37	41,96	54,99	9,13
1996	46,09	40,98	53,47	10,72
1997	45,87	40,57	53,94	11,08
1998	43,96	38,05	53,43	12,72
1999	44,54	38,08	53,54	13,56
2000	43,32	37,35	51,43	12,95
2001	46,87	38,87	50,00	16,12
2002	45,49	38,00	50,51	15,30
2003	46,72	38,28	51,07	16,91
2004	47,62	38,98	52,22	17,03
2005	49,95	41,54	54,96	15,68
2006	50,47	42,44	55,48	14,91

Fonte: IDT, 2006

A taxa de ocupação formal seguiu um comportamento semelhante ao da PEA, registrando pequenas oscilações no período analisado (1984 – 2006), com tendência de crescimento evidenciada entre o período de 2003 e 2006 (GRAF. 8), acompanhando a trajetória positiva da PEA. No início da série histórica, o percentual de trabalhadores ocupados formalmente era de 44,09%, em 1984, contra 42,44% em 2006.

O número de trabalhadores presentes no mercado informal da economia manteve-se equiparado ao do mercado formal de 1984 a 1987. A partir daí, entretanto, observa-se que o mercado informal “descolou-se” do formal, registrando taxas de participação de massa trabalhadora sucessivamente superiores. A taxa de ocupação informal registra um notório crescimento no período analisado, variando de 44,12%, em 1984, a 55,48%, em 2006.

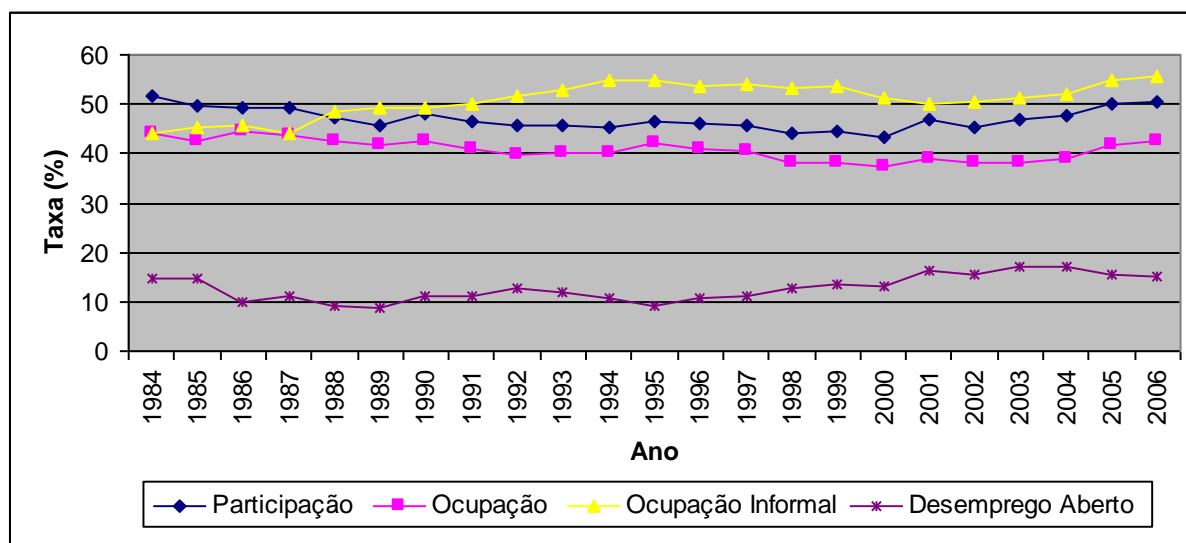


GRÁFICO 8 - Indicadores do mercado de trabalho acumulados no período jan-maio - Fortaleza - 1984-2006

Fonte: IDT, 2006

Parte desse crescimento do mercado informal se deve à queda observada no desemprego aberto da cidade, especialmente no período de 1984 a 1989, quando a taxa de trabalhadores em idade produtiva e à procura de ocupação caiu de 14,74% para 8,91%. Dada a relativa estabilidade da taxa de ocupação formal nesse período, é razoável deduzir que um bom contingente populacional que estava à procura de emprego passou a exercer atividades no mercado informal da economia. Entretanto, o desemprego aberto retoma sua trajetória altista a partir de 1990, sem prejuízo para a continuidade da escalada das taxas de ocupação informal. De 1990 a 2001, o avanço do mercado informal é mais bem explicado por uma migração de trabalhadores oriundos do mercado formal. De 2001 a 2006, o crescimento do número de trabalhadores sem vínculo empregatício volta a ser justificado mais pela queda do desemprego.

Analisando-se a ocupação da população, segundo o sexo, verifica-se que ao longo dos anos 90, a redução da taxa de ocupação afetou sobremaneira a força de trabalho masculina, pois enquanto a taxa de ocupação dos homens reduziu-se de um patamar de 56%, no final dos anos 80, para pouco mais de 46% (2002/2003), a ocupação feminina manteve-se estável, oscilando entre 30% e 31%. Em compensação, no triênio 2004-2006, a elevação do nível global de ocupação fez-se

presente em ambos os gêneros, sendo que os homens ampliaram sua taxa de ocupação para 50,56% e as mulheres, para 35,79%, em 2006 (FIG. 13).

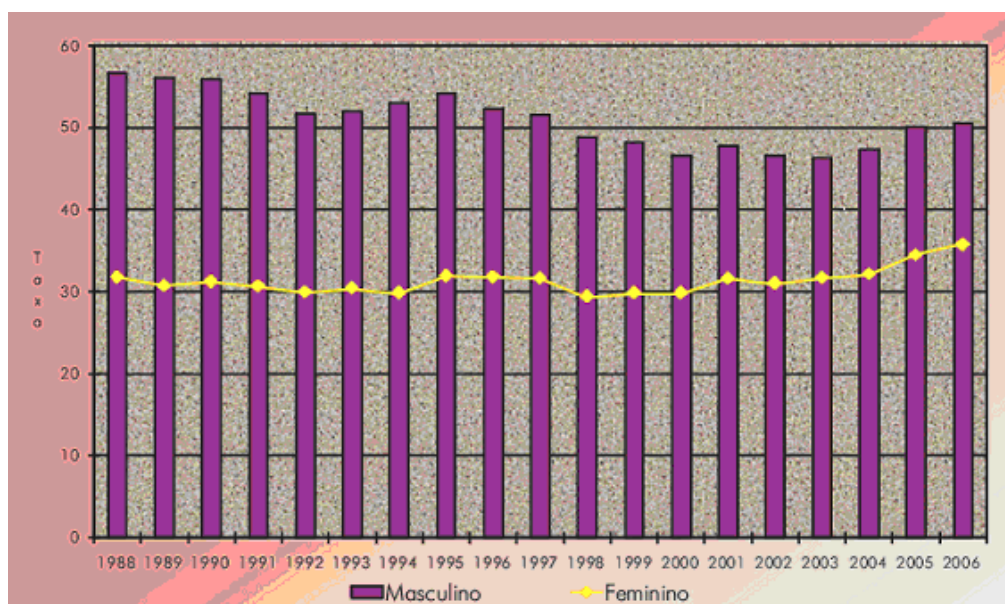


FIGURA 13 – Taxa de Ocupação, Segundo o Sexo – Fortaleza 1988 - 2006
Fonte: IDT (2006)

Além do mais, a taxa masculina de 2006 (50,56%) é a mais expressiva desde 1998 e a ocupação feminina dos últimos três anos é a mais elevada da série histórica. Isto fez com que o nível de ocupação das mulheres, que era, aproximadamente, 56% da ocupação masculina, no triênio 1988/1990, passasse para quase 66%, em 2000/2002, atingindo a casa dos 70%, em 2005/2006. De outra forma, o diferencial de patamar de ocupação, entre homens e mulheres de Fortaleza, foi reduzido em 14 pontos percentuais.

De acordo com Macambira (2006), o contínuo crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho é explicado por uma combinação de fatores econômicos e culturais. Primeiro, o avanço da industrialização transformou a estrutura produtiva, a continuidade do processo de urbanização e a queda das taxas de fecundidade, proporcionando um aumento das possibilidades das mulheres encontrarem postos de trabalho.

Segundo Antunes (1999, p.87) os principais pontos que contribuíram para a expansão da participação da mulher no mercado de trabalho foram:

Em primeiro lugar, a necessidade econômica que se intensificou com a deterioração dos salários dos trabalhadores obrigou as mulheres a buscar uma complementação para a renda familiar, sendo que não só as mais pobres entraram no mercado de trabalho, mas também as mais instruídas e das camadas médias. Em segundo lugar, tem-se a crescente urbanização, trazendo milhares de pessoas do campo para a cidade e o ritmo acelerado de industrialização favorável à incorporação de novos trabalhadores, incluindo os do sexo feminino. Um terceiro ponto refere-se às mudanças nos padrões de comportamento e nos valores relativos ao papel social da mulher, para as quais contribuíram os movimentos feministas e a presença feminina cada vez mais atuante nos espaços públicos, facilitando a oferta de trabalhadoras. Como quarto ponto, destaca a queda da fecundidade que reduziu o número de filhos por mulher, sobretudo nas cidades, facilitadas pelo acesso a métodos como pílula e laqueadura, liberando a mulher para o trabalho fora de casa; e, por fim, a expansão da escolaridade e acesso das mulheres às universidades.

A Teoria Eclética enfatiza que as mulheres atuam de forma diferente dos homens no que diz respeito ao empreendedorismo, com destaque para o modo como financiam os seus negócios, o tipo de negócio escolhido e as experiências vividas como empreendedora. A atuação diferenciada da mulher envolve também a área de formação que para os homens concentra-se nas áreas tecnológicas e para as mulheres nas áreas econômicas, administrativas e comerciais. (VERHEUL e THURIK, 2001 *apud* VERHEUL *et al*, 2001).

O mercado de trabalho de Fortaleza apresenta uma segmentação no que diz respeito às ocupações exercidas por homens e mulheres (TAB. 16).

TABELA 16 - População ocupada por gênero, segundo o emprego formal em Fortaleza - 2001 e 2005

Subsetor de atividades	Gênero Feminino		Taxa de crescimento
	2001	2005	
Administração pública direta e autárquica	53.419	69.327	29,78%
Comércio varejista	21.957	28.971	31,94%
Indústria têxtil	19.521	21.861	11,99%
Serviços de alojamento, alimentação e manutenção	17.738	25.275	42,49%
Ensino	11.414	13.050	14,33%
Gênero Masculino			
Administração pública direta e autárquica	63.000	53.808	-14,59%
Comércio varejista	34.765	46.232	32,98%
Serviços de alojamento, alimentação e manutenção	25.949	31.174	20,14%
Construção civil	19.931	20.461	2,66%
Transportes e comunicações	19.735	20.805	5,42%

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2005.

Esta tabela demonstra algumas das atividades que concentram o maior número de mulheres, com destaque para a prestação de serviços, o setor social e o comércio. Outro ramo em expansão, marcado pela presença de mulheres, foi o do emprego público, incluindo atividades administrativas, de ensino e saúde.

Ainda no que diz respeito aos tipos de ocupação, segundo as premissas da Teoria Eclética, acelerados crescimentos demográficos, a exemplo do ocorrido com a população de Fortaleza, contribuem para a expansão da força de trabalho e para o surgimento de parcelas cada vez maiores de profissionais adeptos ao auto-emprego.

A TAB. 17 mostra a evolução da população ocupada de Fortaleza por categoria ocupacional. O empregado particular ainda corresponde ao maior percentual de pessoas ocupadas (54,5%) em maio de 2008, seguido do profissional autônomo (29,1%). Neste contexto, tomando-se essa última categoria como uma *proxí* do empreendedorismo, é possível admitir que os empreendedores compõem uma parcela da população ocupada da capital, com tendência de crescimento.

TABELA 17 - População ocupada, por categoria ocupacional – Fortaleza – Maio 2004 – 2008

Mês/Ano	05/2004	05/2005	05/2006	05/2007	05/2008	
Categoria Ocupacional	%	%	%	%	%	Absoluto
Empregado público	8,77	7,30	6,51	6,52	7,02	64.906
Empregado doméstico	7,28	7,12	7,13	7,09	7,07	65.368
Empregado particular	52,71	51,95	52,13	52,71	54,55	504.363
Subtotal	68,76	66,37	65,77	66,32	68,64	634.637
Profissional liberal	0,29	0,10	0,15	0,24	0,10	925
Membro de família sem remuneração	1,79	1,35	1,40	0,85	0,86	7.951
Empregador	1,654	1,43	0,95	1,28	1,34	12.389
Autônomo	27,51	30,75	31,73	31,31	29,06	268.685
Subtotal	31,24	33,63	34,23	33,68	31,36	289.950
Total Geral	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	924.587

Fonte: SINE/CE – IDT, 2008.

A atividade exercida e a renda auferida são fatores que determinam o papel de cada habitante na expansão e no desenvolvimento local. Neste contexto,

os dados da renda *per capita* sobre a população de Fortaleza, levantados pelo IBGE e expostos na TAB. 18 e no ANEXO 4 mostram que houve uma melhoria na distribuição de renda no período de 1991 a 2000.

TABELA 18 - Renda mensal per capita dos chefes de família -
Fortaleza - 1991 – 2000

RENDAMENTO MENSAL em salários mínimos	FORTALEZA (%)	
	1991	2000
0 – 1	35,33	22,78
1 – 3	33,76	32,95
3 – 5	9,04	11,07
5 – 10	9,75	11,70
10 – 20	5,41	6,95
Acima de 20	2,81	4,51
Sem Renda e Sem Declaração	3,90	10,05
TOTAL	100	100

Fonte: SEPLA, 2004

Conforme pode ser mais bem visualizado no GRAF. 9, a proporção dos chefes de família que possuíam uma renda mensal superior a 20 salários mínimos quase dobrou, passando de 2,81% para 4,51%. Por seu turno, a proporção dos que ganhavam não mais do que o equivalente a um salário mínimo por mês experimentou uma queda sensível no mesmo período, passando de 35,33% para 22,78%. A queda também foi observada entre aqueles que recebiam o equivalente a mais de um e menos do que três salários mínimos. Esse percentual era de 33,76% em 1991 e passou para 32,95% em 2000.

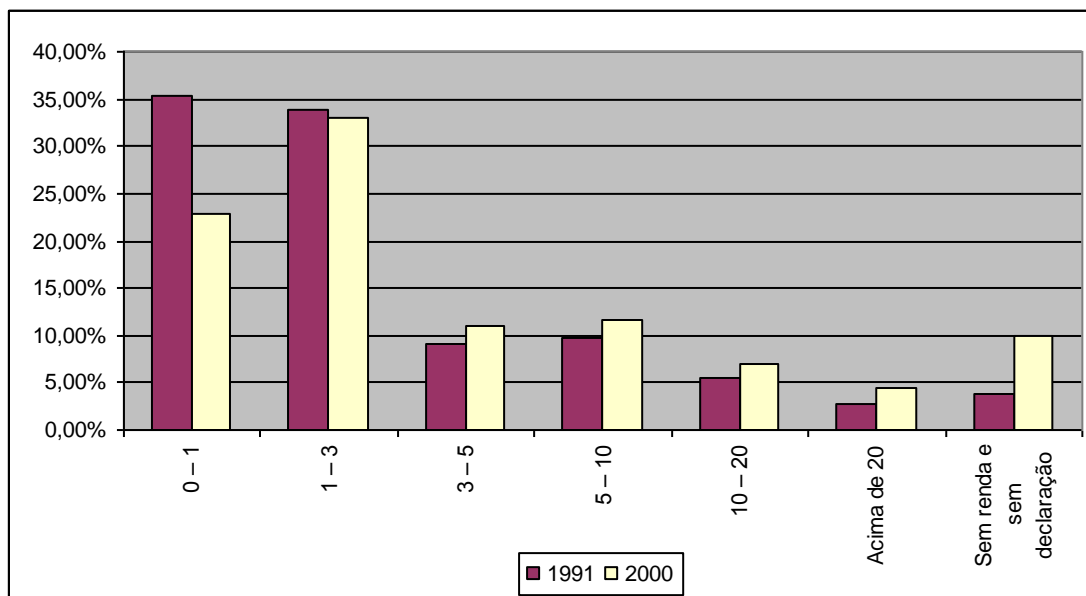


GRÁFICO 9 - Renda Mensal Per Capita dos Chefes de Família – Fortaleza – 1991 - 2000

Fonte: SEPLA, 2004 e IPECE, 2008

Nas demais faixas de renda – isto é, acima de três salários mínimos –, houve um acréscimo na proporção observada durante o período analisado, sendo o crescimento mais expressivo registrado na faixa de renda acima de 20 salários mínimos. O percentual da população que não declarou seus rendimentos ou que se considera sem renda aumentou também de forma significativa no período – de 3,9% para 10,05% –, mas não a ponto de justificar a queda no extrato da população de menor poder aquisitivo.

Através do GRAF. 9, pode-se observar também a sensível queda, entre os anos de 1991 e 2000, da proporção da população componente das menores faixas de renda (até três salários mínimos) e o avanço ocorrido na proporção da população integrante dos grupos de maior poder aquisitivo (acima de três salários mínimos per capita por chefe de família).

Um indicador relevante na análise da distribuição de renda da população é o índice de Gini que mede a desigualdade existente na distribuição de renda domiciliar *per capita*. Em razão da limitação de dados para a construção de uma série histórica representativa desse indicador para a cidade de Fortaleza, optou-se pela apresentação e análise da evolução do Índice de Gini no Ceará

comparativamente com a Região Nordeste e o Brasil, a partir do ano de 1981 até 2005 (GRAF. 10).

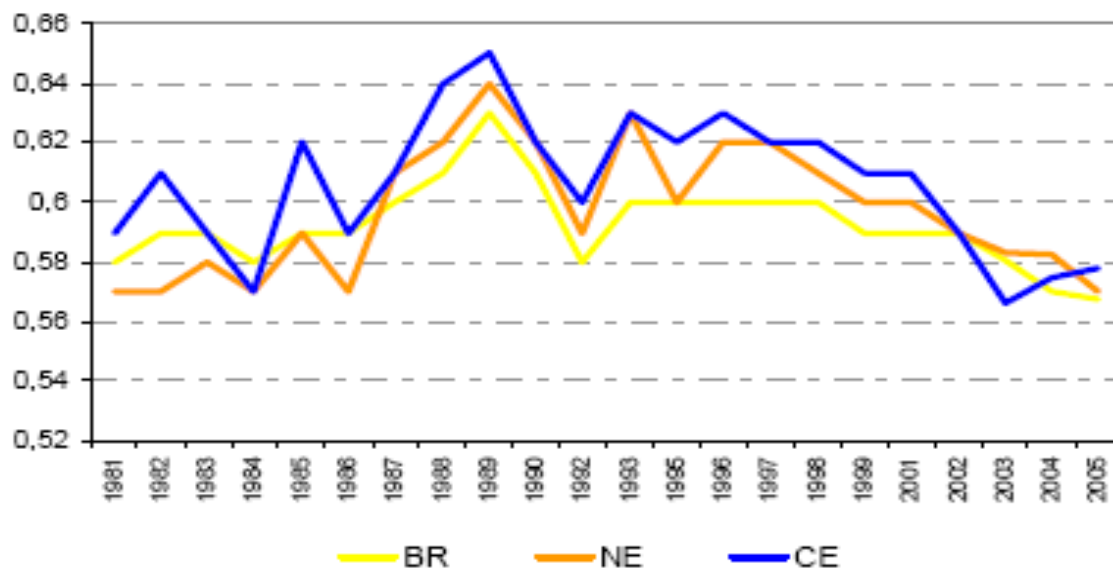


GRÁFICO 10 - Evolução do Índice de Gini – Brasil, Nordeste e Ceará – 1981-2005.
Fonte: IPECE, 2006

Através deste gráfico é possível observar que o Estado do Ceará apresentou uma redução desse índice no período analisado, saindo de 0,600 em 1992 para 0,578 em 2005, resultando em uma redução de 3,7% no período, superior às reduções verificadas na região Nordeste (3,3%) e no Brasil (2,2%). Entretanto, quando se comparam estes índices em 2004 e 2005 com os valores dos anos imediatamente anteriores, nota-se que ocorreu elevação na desigualdade de renda, quebrando a tendência observada no Brasil e na região Nordeste, além da tendência temporal do próprio Estado.

Apesar da significativa redução da desigualdade de renda no Estado do Ceará, no último decênio, Fortaleza ainda registra uma expressiva concentração de renda, conforme GRAF. 11 que mostra como a renda domiciliar total gerada na Capital do Ceará é apropriada pela parcela da população que corresponde aos 60% mais pobres, 30% não pobres e os 10% mais ricos.

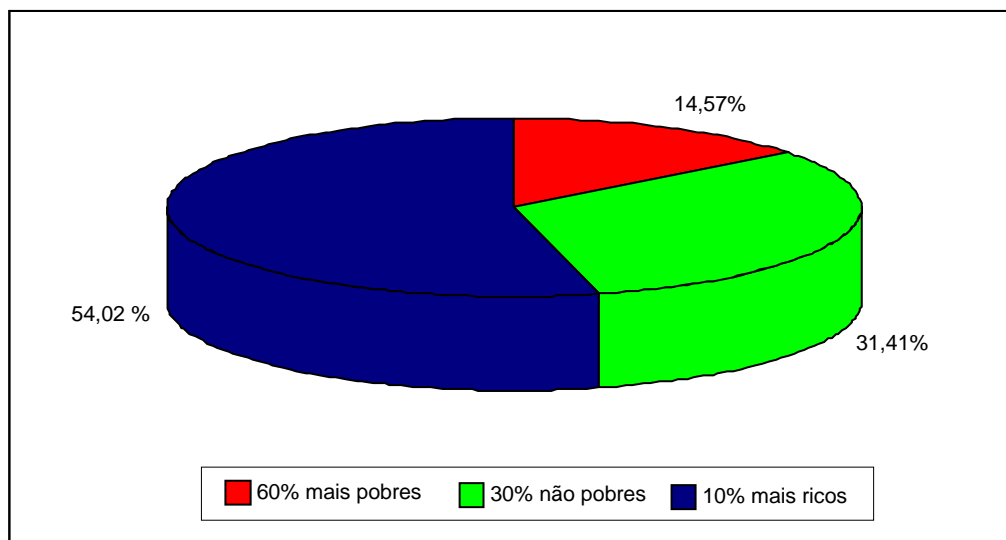


GRÁFICO 11 - Apropriação da Renda Domiciliar Total Gerada – Fortaleza - 2000
Fonte: IPECE, 2006

Através dessa representação apreende-se que a parcela da população da capital que correspondente aos 60% mais pobres se apropriam apenas de 14,6% da renda domiciliar total gerada, enquanto os 30% não pobres e os 10% mais ricos se apropriam de 31,4% e 54,0%, respectivamente em 2000.

A educação é um dos mais importantes itens para o desenvolvimento de uma nação. Deste modo, considerando-se o grau de qualificação da mão-de-obra como fundamental para a dinâmica do mercado de trabalho, é possível observar que a taxa de ocupação da população de Fortaleza torna-se mais expressiva na medida em que o grau de instrução se torna mais elevado (GRAF. 12).

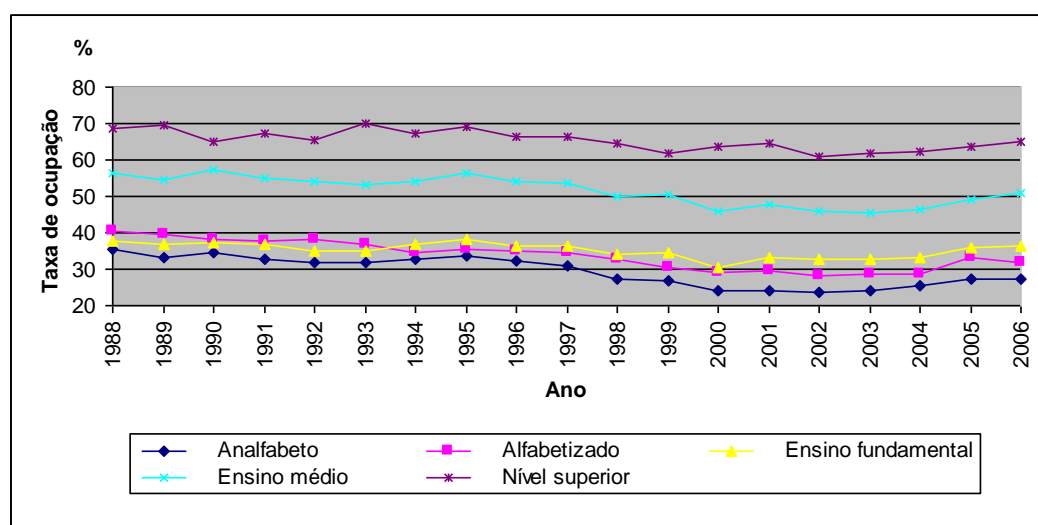


GRÁFICO 12 – Taxa de ocupação, segundo o grau de instrução - Fortaleza – 1988-2006
Fonte: IDT, 2006

Analisando-se a evolução do grau de instrução da população ocupada na capital, ao longo do período de 1988 a 2006 observa-se, paralelamente à redução da taxa de ocupação de analfabetos, um pequeno aumento da taxa de ocupação de pessoas alfabetizadas e com ensino fundamental. Em razão disso é possível inferir que esta constatação representa um avanço em termos de inclusão social da população local, através da melhoria no acesso à educação. Entretanto, o gráfico revela também a população de maior instrução chega a perceber taxas de ocupação até duas vezes maiores que os menos instruídos.

O baixo grau de escolaridade da população ocupada da capital (41,6% - ensino fundamental e 43,1% - ensino médio) somado à elevadas taxas de densidade demográfica, especialmente nos bairros populares da cidade, juntamente com a expressiva disparidade de renda, a estrutura etária da população composta por um representativo número de pessoas com idade entre 20 e 39 anos, intervalo que segundo a Teoria Eclética, conforme QUADRO 6 explorado anteriormente, corresponde a faixa de idade mais propensa ao surgimento de indivíduos aptos ao auto-emprego e os traços da cultura local construída sob forte influência dos migrantes, induzem ao empreendedorismo sobretudo, por necessidade.

Os resultados constantes no Relatório GEM (2007) confirmam a vocação empreendedora do povo brasileiro. De acordo com o relatório treze em cada cem brasileiros adultos estão envolvidos com alguma atividade empreendedora e estes resultados colocam o país entre os dez mais empreendedores. No entanto, dos 7,5 milhões de brasileiros que empreendem, 41,6% não o fazem voluntariamente, mas por necessidade.

5.1.4 Políticas públicas

Diante do reconhecimento do potencial das Indústrias Criativas como instrumento de desenvolvimento econômico e de expressão cultural, esse setor passou a ser pensado como insumo necessário para a construção de vantagens competitivas e como meio de materialização de oportunidades empreendedoras em atividades dinâmicas, a exemplo dos segmentos de uso intenso do

conhecimento. Conforme corrobora Leitão (2007), os bens e serviços culturais estão se tornando o grande insumo da economia, sendo a criatividade, mais que o capital e o trabalho, a essência desses bens e serviços.

No Ceará, a Secretaria da Cultura presidida por Cláudia Leitão (2003-2006) estruturou um Plano Estadual de Governo cujo tema é “Valorizando a Diversidade e Promovendo a Cidadania Cultural”. Em seu discurso de apresentação do plano de cultura, a secretária comenta que a política cultural proposta no plano parte do pressuposto de que a cultura é o elemento fundamental para dar consistência a qualquer programa público de desenvolvimento social e econômico. Portanto, pensar a cultura com perspectiva de afirmação da cearensidade, construção da cidadania e inclusão social, significa permitir o acesso de todos os equipamentos da cultura do Estado concretizando, desta forma, o principal objetivo da ação cultural que consiste na geração de conhecimento, criação, circulação, e preservação dos bens e serviços culturais (LEITÃO, 2003).

Neste contexto, o Plano de Cultura desenvolveu uma política de editais cuja ação consiste na democratização do acesso aos bens culturais, possibilitando aos artistas e instituições a garantia de investimentos governamentais no fomento e na promoção das cadeias criativa e produtiva do teatro, da dança, da música, da literatura, da fotografia, das artes visuais, do cinema e do vídeo, contempla várias categorias de diferentes tipos de manifestações culturais de onde se destacam as seguintes:

(continua...)

Categoria	Sub-categoria	Produto	Conteúdo
Cinema e vídeo	Vídeo	Profetas da Chuva	Documentário de um fenômeno que abrange aspectos ecológicos, científicos, culturais e sociais: a adivinhação das chuvas em Quixadá.
		Padaria Espiritual	O mais original e reverente movimento artístico-literário que ocorreu no Ceará de 1892 a 1898.

(Continuação)

Categoria	Sub-categoria	Produto	Conteúdo
Incentivo às Artes	Teatro	Curral de Lembranças	Conta a história de um ator com conflitos existenciais diante da renúncia de sua cultura e identidade para se tornar um artista.
	Pesquisa	Cadernos de Drama de Guaramiranga	Compilação dos tradicionais “dramas” encenados na cidade de Guaramiranga e responsáveis pela popularização do teatro do Maciço de Baturité.
Manifestações regionais	Carnaval do Ceará	Carnaval dos Três Climas - Itapipoca; Corredor da Folia Cultural de Maranguape; Carnaval do Maracatu - Baturité.	Diversas agremiações carnavalescas resgatando tradicionais manifestações das cidades cearenses.
Capital cultural	Crato-2004 Viçosa-2005 Iço-2006	-	No ano de seu reinado de Capital da Cultura, cada cidade se envolve em ações que estimulam a população a revelar seus talentos, proporcionando alegria, beleza e desenvolvimento.

QUADRO 8 – Instrumentos de valorização das culturas regionais
Fonte: Adaptado de Seminário Cultura XXI, 2006.

Um dos aspectos mais relevantes da cultura neste novo século é a constatação de que as sociedades da informação, que privilegiam a indústria do lazer, do entretenimento e do mercado de bens simbólicos, movimentam uma economia cada vez mais significativa, criando empregos e redistribuindo renda. Em razão disso, além dos editais, o Plano Estadual projetou programas como:

- a) Ceará Empreendedor: onde o empreendedorismo cultural representa uma das importantes opções para o Estado, no sentido de permitir a reconfiguração do perfil do trabalhador cearense, que poderá desenvolver novos negócios e profissões voltadas ao mercado de bens simbólicos;

- b) Ceará Vida Melhor: elege a melhoria da qualidade de vida dos cearenses como um dos seus eixos, compreendendo a cultura como elemento fundamental nesse processo;
- c) Ceará Integração: onde a cultura constitui um meio estratégico para a criação de canais de interlocução dos diversos grupos sociais, para que se atinja uma real integração entre regiões a partir da valorização do território;
- d) Ceará-Estado a serviço do cidadão: onde as ações culturais são tomadas como instrumentos para o estabelecimento do diálogo entre a sociedade civil e o poder público, auxiliando na construção de processos integrados e solidários, formando extensa rede de cooperação. Posicionar o Estado a serviço do cidadão é compreender a pluralidade de interesses, compreensão esta baseada no conhecimento das culturas locais.

Além dos programas, as ações estruturantes da Secult contemplaram também, no período 2003-2006, diversos projetos como: Agentes de Leitura, Biblioteca Cidadã, Biblioteca Volante, Bienal Internacional do Livro do Ceará, Constituinte Cultural, Feira do Sebo do Ceará, Feira Regional do Livro, Formação em Rede, Tesouros Vivos da Cultura, Orquestra Eleazar de Carvalho, Sistema Estadual Bandas de Música, Selo de Responsabilidade Cultural e Talentos da Cultura.

No tocante às ações da Secult, no campo das Indústrias Criativas, são ofertados, atualmente, cursos de formação profissional em desenho para histórias em quadrinhos, produção de curtas metragens, audiovisual modular e edição não linear, design, serigrafia artística e de desenhos de patchwork/bordados, pintura e gravura, além de oficinas de criatividade com joalheiros. Segundo Cláudia Leitão, em seu discurso de apresentação do Plano de Cultura:

Temos um longo caminho a percorrer para o desenvolvimento das indústrias criativas. Certamente nosso modelo não será exatamente o proposto pela indústria cinematográfica aos moldes de Hollywood, mas podemos, nós brasileiros, ousar construir novas experiências que produzam novos impactos para as relações humanas, a tolerância, a qualidade de vida e a cultura de paz (LEITÃO, 2003).

5.2 Análise dos dados primários

Foram aplicados cento e oitenta e sete questionários, para empreendedores do segmento das Indústrias Criativas, dos quais 30 foram utilizados como pré-teste. Este recurso, por sua vez, permitiu a identificação de lacunas associadas ao objetivo da pesquisa resultando na ampliação do número de questões referentes à segunda parte do instrumento de pesquisa que diz respeito às categorias de fatores relacionados às características empreendedoras que a princípio eram 56 e passaram para um total de 68 perguntas.

As respostas ao questionário estruturado foram registradas em um arquivo de dados eletrônico, no programa SPSS (*Statistical Package for the Social Science*), versão 15.0. Em uma primeira etapa, foram realizadas análises descritivas e exploratórias para investigar a exatidão da entrada dos dados, a distribuição dos casos omissos, o tamanho da amostra, os casos extremos e a distribuição das variáveis. Em seguida, com o intuito de identificar com que frequência os respondentes das indústrias criativas de Fortaleza apresentam uma atitude propensa ao empreendedorismo, realizaram-se as análises descritivas de cada variável do instrumento utilizado (médias, desvios padrão, mínimo, máximo e moda).

5.2.1 Caracterização dos respondentes

A distribuição da faixa etária, partilhada segundo o sexo do respondente, demonstra-se equilibrada, 49,7% dos empreendedores são homens e 50,3% são mulheres (GRAF. 13).

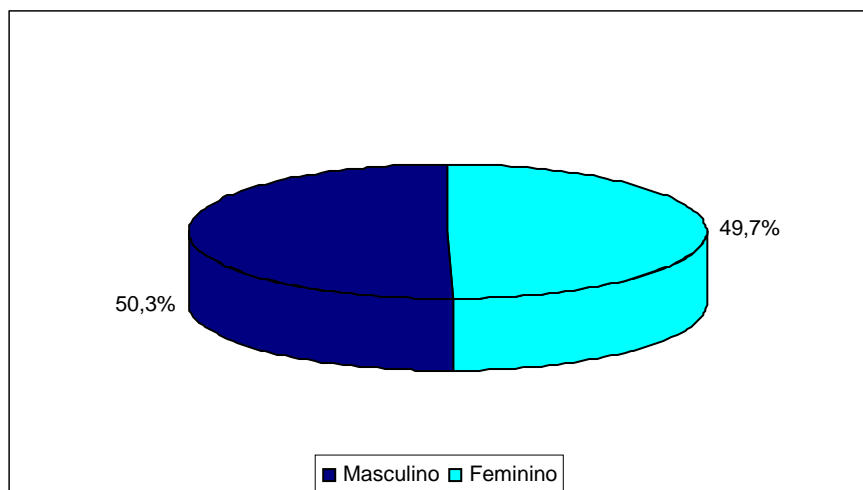


GRÁFICO 13 - Distribuição da amostra pesquisada por gênero
Fonte: a autora

Observando-se a pirâmide etária da amostra pesquisada verifica-se que a maioria dos respondentes - 62,4% - possui idade variando de 17 a 35 anos (GRAF. 14), ressaltando a característica jovem da população de Fortaleza, um importante indicador local da força de trabalho, da dinâmica econômica e, sobretudo da oferta de empreendedores no seguimento das indústrias criativas.

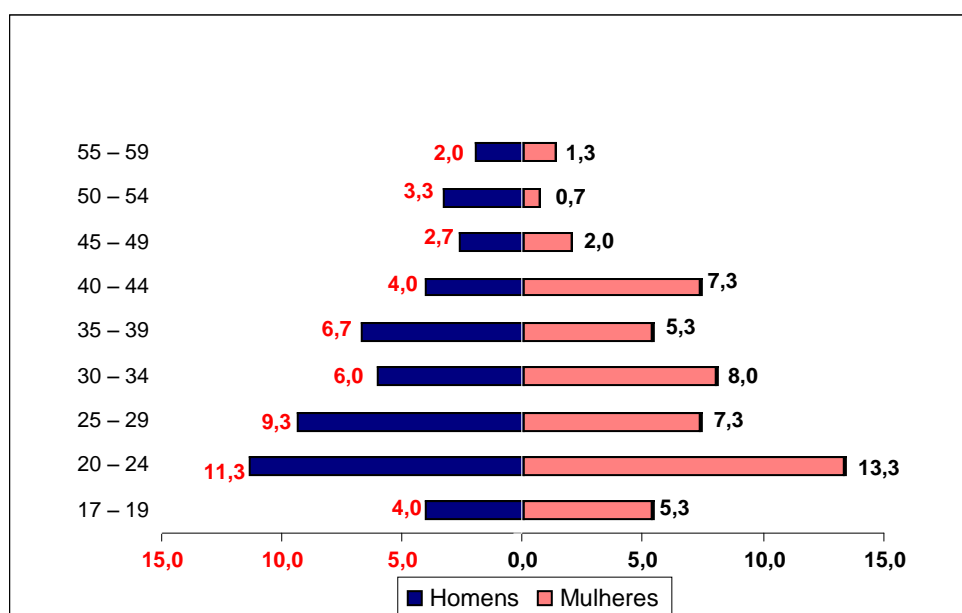


GRÁFICO 14: Pirâmide etária da amostra pesquisada
Fonte: a autora.

Cerca de 45,2% dos respondentes possuem grau de instrução de nível superior, contudo uma parcela expressiva dos entrevistados - 54,8% - está concentrada em patamares de grau de instrução inferiores (ensino fundamental e

médio) – GRAF. 15 – conforme já constatado na análise do perfil educacional da população de Fortaleza registrada no capítulo anterior. Observa-se ainda uma ligeira superioridade na escolarização dos homens (47,4% deles possuem graduação ou pós-graduação, ao passo que entre as mulheres esse percentual é de 43%).

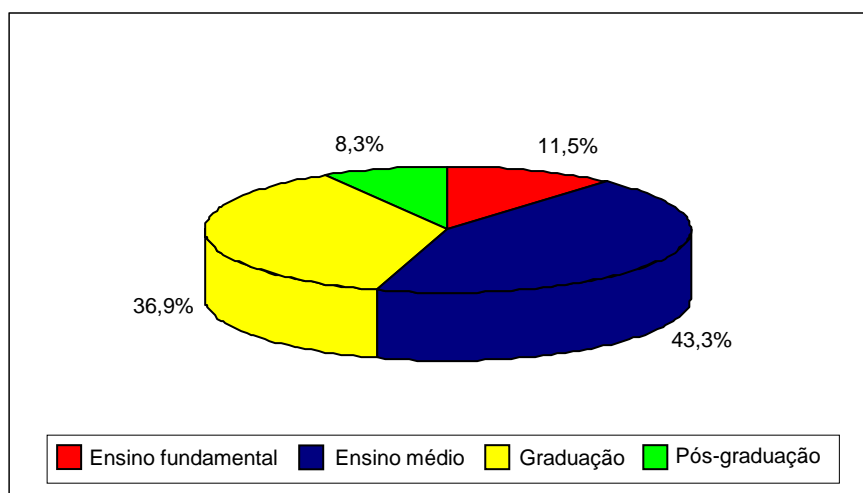


GRÁFICO 15 - Distribuição da amostra por grau de instrução
Fonte: a autora

Um importante fator em estudos sobre desenvolvimento e diversidade regionais consiste na distribuição espacial de capital humano e de indivíduos criativos (Florida, 2002a). Grosso modo, a escolaridade é um dos alicerces para a qualificação do capital humano. Seguindo essa perspectiva, os resultados da pesquisa de campo permitem inferir que a cidade de Fortaleza evidencia uma necessidade latente de desenvolvimento da sua classe criativa, através do maior acesso à educação e capacitação, entre outros, para que o talento e as vocações local ampliem suas proporções e impulsionem o vasto poder de expansão da Economia Criativa do município.

Praticamente a metade dos respondentes – 49,7% – exerce atividades autônomas (GRAF. 16), reforçando a idéia de concepção do profissional autônomo como uma *proxi* do empreendedorismo sobretudo, nas indústrias criativas. Ademais, entre aqueles que trabalham com vínculo empregatício ou à frente de negócios próprios, 48,6% deles estão em empresas com mais de cinco anos de atividade.

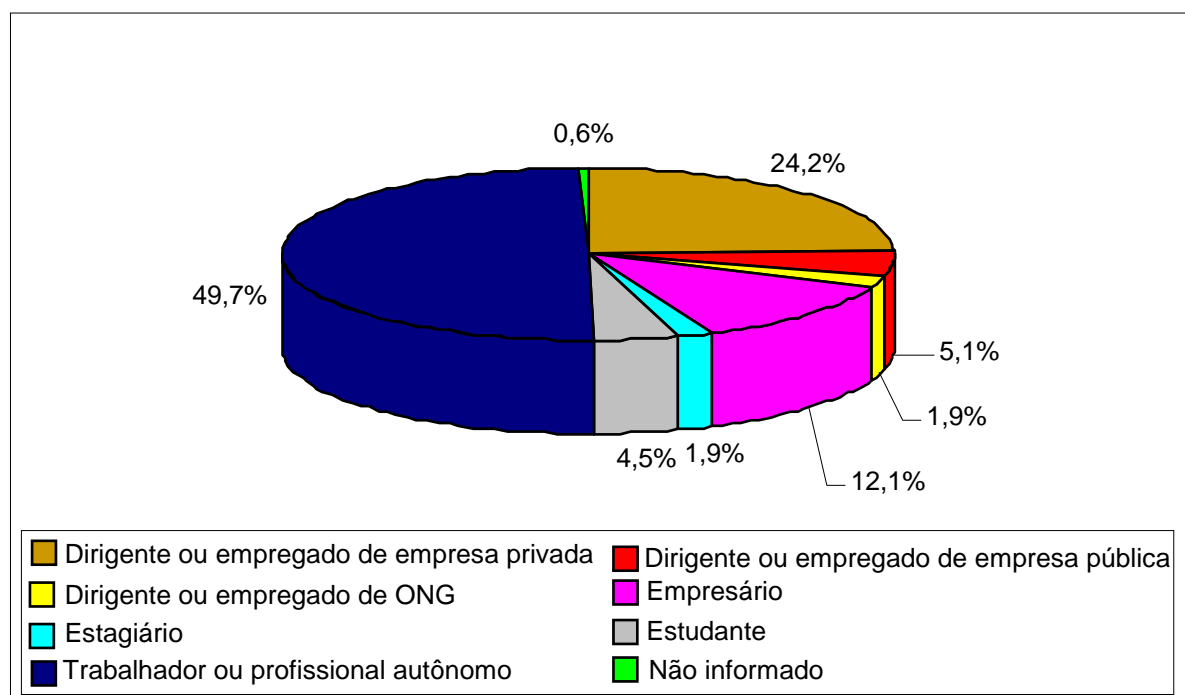


GRÁFICO 16 - Classificação da amostra por tipo de ocupação

Fonte: a autora

A amostra também incluiu, dentre os empregados ou dirigentes de empresas, uma grande representação proporcional de negócios de médio e grande porte: apenas 26,4% dos respondentes afirmaram trabalhar em empresas com menos de 10 funcionários, e 38,9% deles pertencem ao quadro de empresas com mais de 50 funcionários.

Os homens são a maioria entre os respondentes que estão vinculados a negócios mais longevos – 58,1% dos empreendimentos com mais de cinco anos de duração mencionados na pesquisa foram citados por homens – e maiores – eles respondem pela maior parte de todas as faixas de porte dos empreendimentos pesquisados. Esses dois últimos quesitos estão associados diretamente à preponderância feminina em atividades autônomas que na amostra pesquisada representam 60,8%.

Ao analisar a caracterização da amostra sob o prisma das atividades do segmento das Indústrias Criativas em Fortaleza, observou-se que o patrimônio imaterial (manifestações culturais, saberes populares, artesanato e gastronomia) acolheu a maior parcela dos respondentes 44,6% (GRÁF. 17).

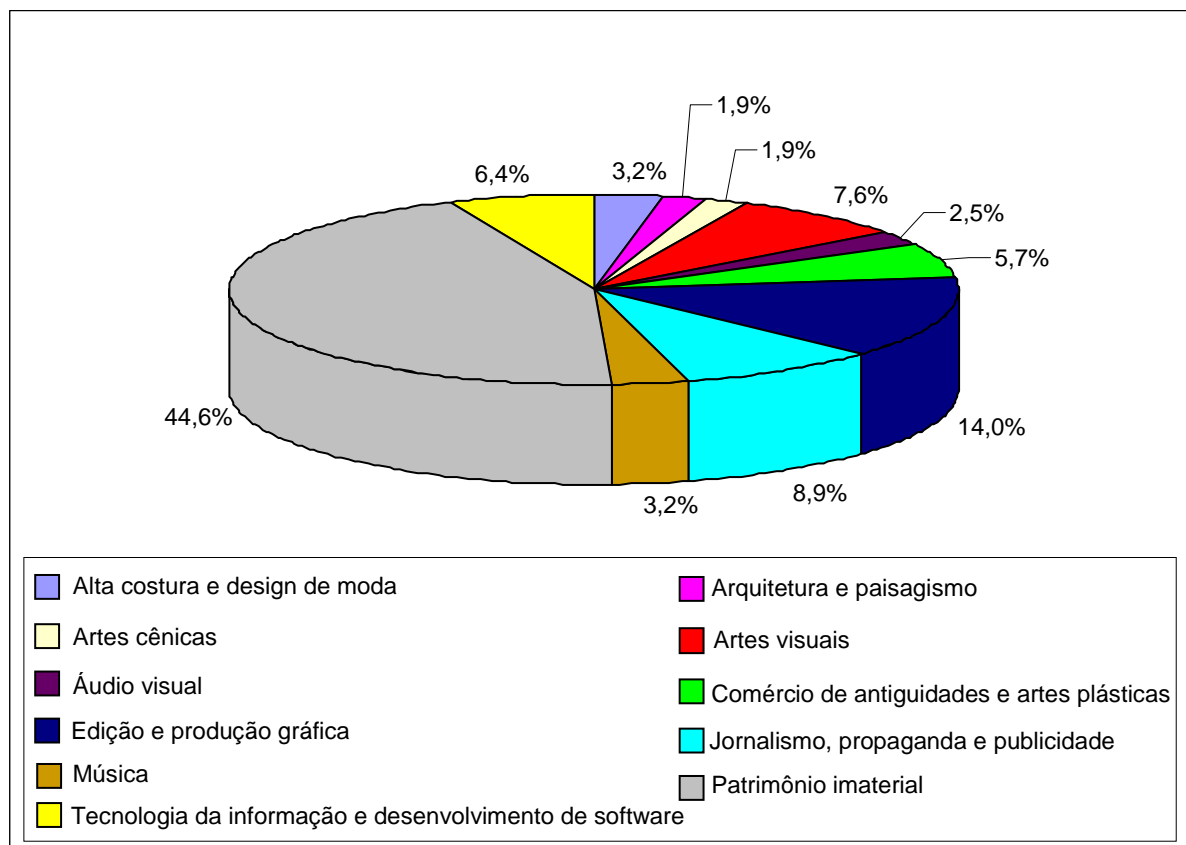


GRÁFICO 17 - Distribuição da amostra por segmentos de atividades das Indústrias Criativas
Fonte: a autora

5.2.2 Fatores relacionados às características empreendedoras

Os fatores relacionados às características empreendedoras constituem os quatro constructos influenciadores da propensão ao empreendedorismo, em si também um constructo. Esses constructos são medidos, através de sessenta e oito questões, por respostas afirmativas com o uso de uma escala *Likert* de cinco pontos, na qual uma resposta “um” significa que o item abordado está mais distante da realidade do indivíduo e quanto mais próxima do valor “cinco”, há maior ligação com a realidade do indivíduo. Essas questões, que são as variáveis observáveis do modelo são, para quatro dos constructos, agrupadas em categorias. No caso, por exemplo, do constructo Necessidade de Realização, essas categorias são a obtenção de desempenho, a conquista de objetivos e a superação de desafios.

Dois tipos de análises são feitas nos dados coletados. A primeira corresponde a uma análise descritiva que tem o propósito de favorecer um melhor

conhecimento da natureza desses dados e de suas relações. A segunda é feita pela aplicação de técnicas de análise multivariadas, no caso específico a análise fatorial e a regressão múltipla.

5.2.2.1. Resultados da análise descritiva

No contexto da análise descritiva, o Gráfico 18 é o primeiro de uma seqüência de ilustrações sobre os dados coletados. Nele, é apresentada a freqüência de respostas dos 157 respondentes de variáveis associadas ao constructo Necessidade de Realização, sendo os resultados apresentados segundo categorias. O impacto médio dessas variáveis no constructo é também apresentado e representa o grau médio de concordância dos respondentes com respeito à variável.

O eixo de projeção primário do gráfico (eixo horizontal inferior) apresenta a freqüência de respostas para cada categoria, enquanto o eixo de projeção secundário (eixo horizontal superior), ilustra o impacto médio destas categorias sobre o constructo.

Esse impacto médio foi calculado por transformação da escala *Likert* de 1 a 5 pontos numa escala de 0 a 4, com um modo de enfatizar as concordâncias com as questões.

De acordo com o GRÁF. 18, a categoria Conquista de Objetivos é a que apresenta o maior impacto médio (2,92), seguida das categorias superação de desafios (2,66) e obtenção de desempenho (2,63). Esse resultado parcial é coerente com a afirmativa de Logen (1997), segundo a qual a criação de uma empresa é o instrumento utilizado pelo empreendedor para satisfazer suas necessidades, materializando-as através dos objetivos conquistados.

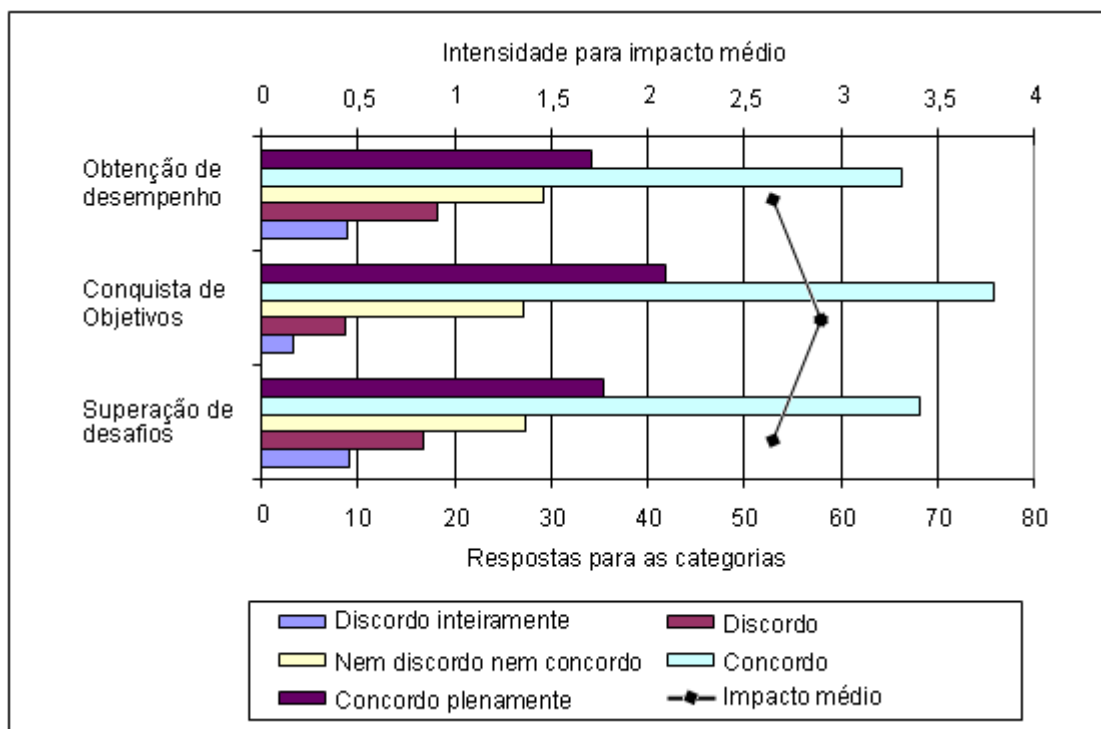


GRÁFICO 18 - Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Necessidade de Realização

Fonte: a autora

O GRAF. 19 ilustra os resultados da Propensão ao Risco. A categoria de maior destaque para este constructo foi a Aceitação de Risco com uma medida equivalente a 2,49 na escala de impacto médio, seguidas das Ações tomadas com base em visão não inteiramente estruturada (2,32) e Tolerância à ambigüidade e incerteza (2,20).

O risco desperta a imaginação em certos indivíduos que vêm num empreendimento chances de lucros. Neste contexto, o risco funciona como alimento para o ato de imaginar, bem como para a identificação de oportunidades conduzindo o indivíduo ao empreendedorismo por meio do qual poderá concretizar o seu potencial imaginativo.

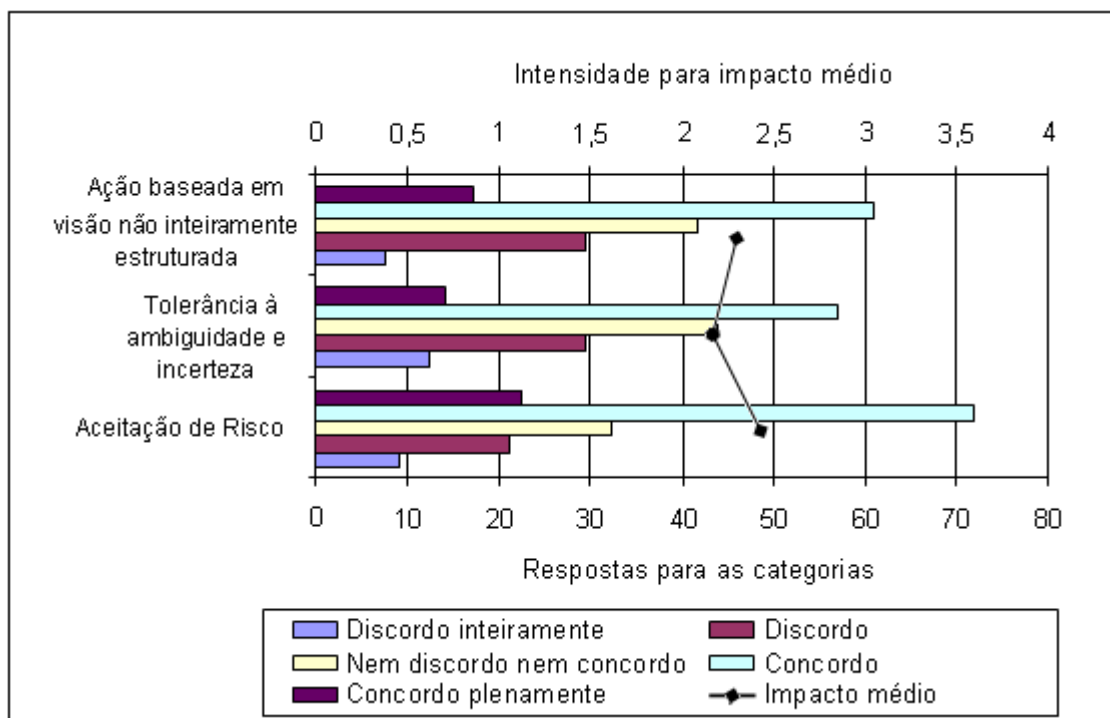


GRÁFICO 19 - Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Propensão ao Risco

Fonte: a autora

A Criatividade foi a categoria de maior impacto médio atribuída pelos respondentes como determinante do constructo Propensão para Inovação, com 2,96 na escala secundária. A Inovatividade vem logo em seguida, apresentando impacto médio de 2,94, ao passo que a Adaptabilidade teve um peso de 2,88 (GRAF. 20).

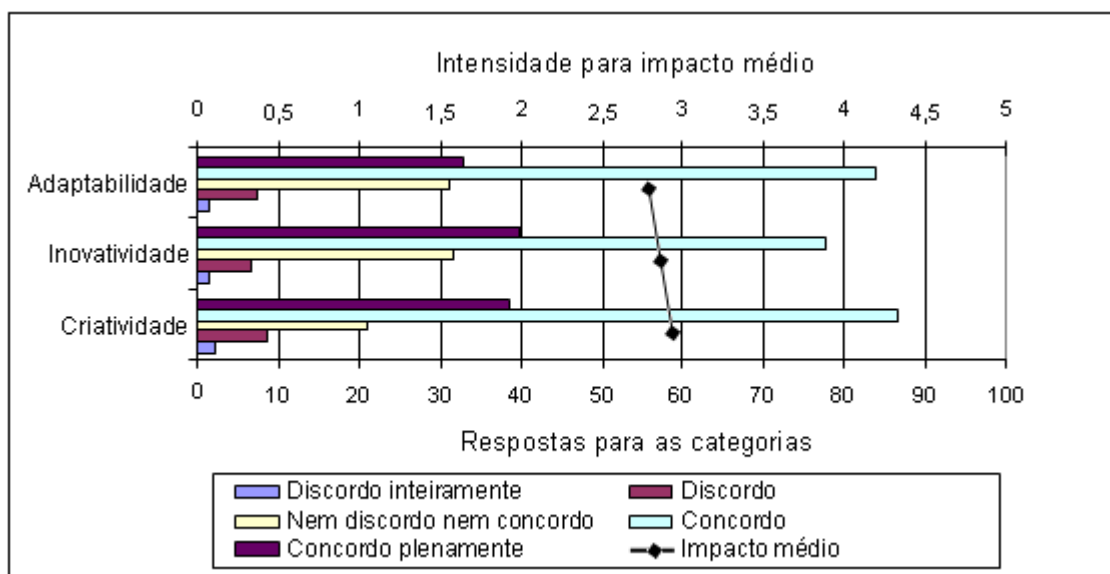


GRÁFICO 20 - Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Propensão para Inovação

Fonte: a autora

Para o constructo Postura Estratégica os resultados evidenciam que a Busca de oportunidades é a mais expressiva categoria na opinião dos pesquisados. Com 2,98 de impacto médio, essa categoria ficou sensivelmente à frente das demais categorias para a mesma variável na escala de impacto médio, a exemplo de persistência (2,89), visão direcionadora (2,68) e iniciativa (2,60) (GRAF. 21).

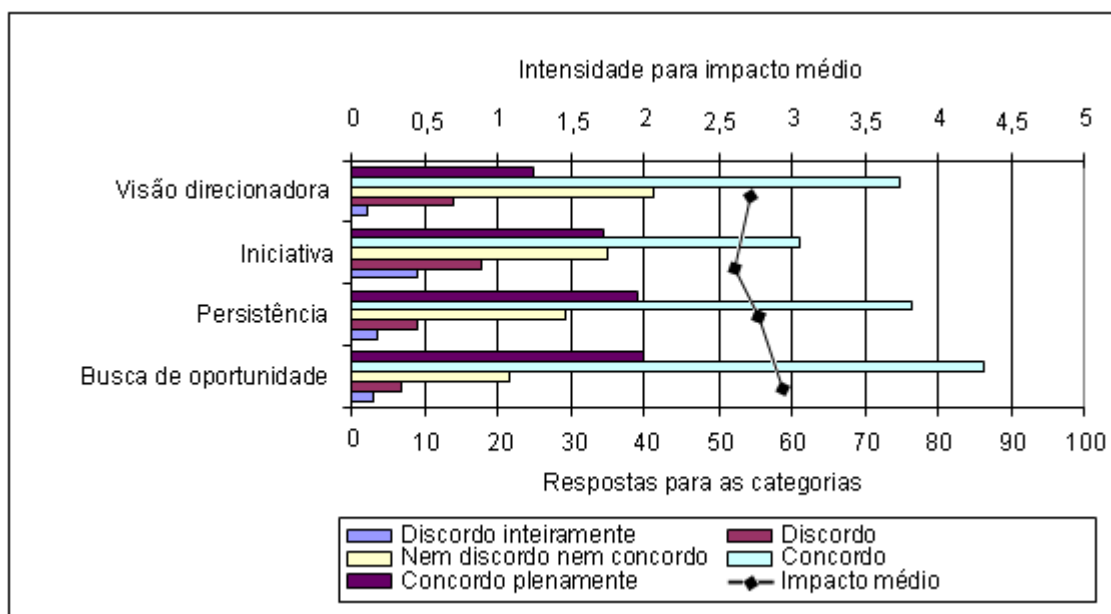


GRÁFICO 21 - Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Postura Estratégica

Fonte: a autora

A mensuração do indicador de impacto médio da Propensão ao Empreendedorismo, constructo dependente do modelo, permitiu identificar as categorias V7 e V4 como aquelas de maior peso, com valores correspondentes a 3,11 e 2,96, respectivamente. Neste contexto, seguindo a ordem decrescente do grau de impacto médio destacam-se outras três categorias V1, V6 e V3, com valores bem próximos, equivalentes a 2,89, 2,88 e 2,87, respectivamente. Por último estão as categorias V5 e V2, com valores iguais a 2,7 e 2,4, nessa ordem (GRAF. 22).

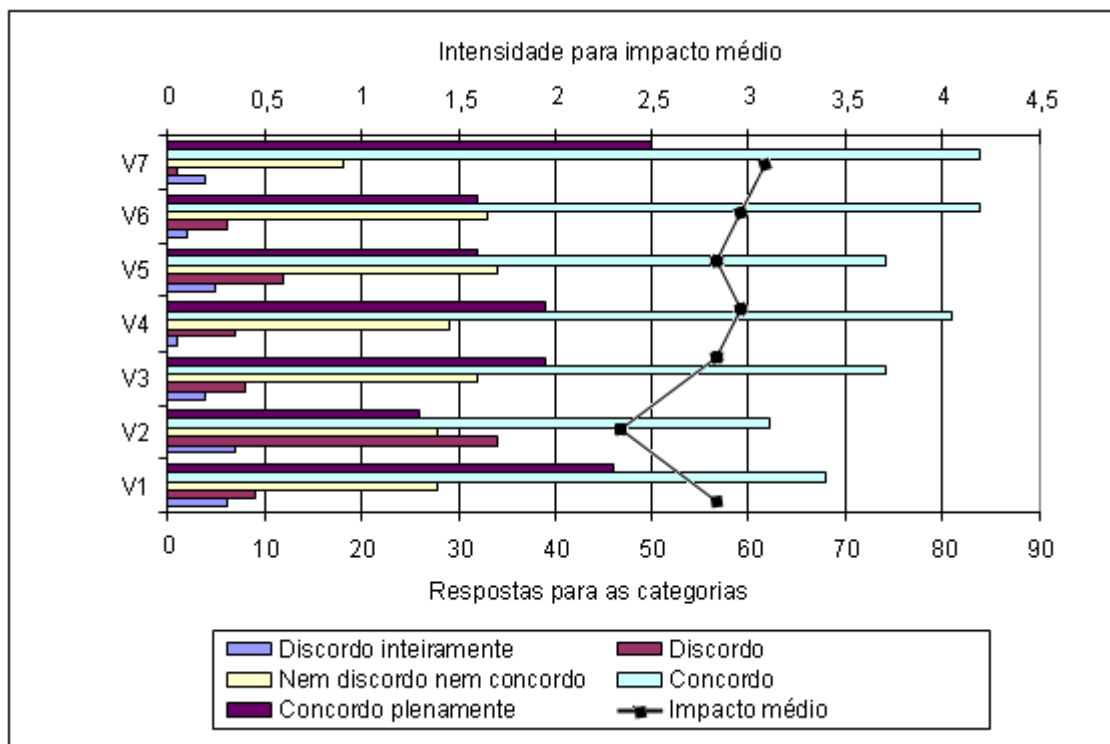


GRÁFICO 22 - Frequências de respostas e impactos médios das categorias do constructo Propensão ao Empreendedorismo

Fonte: a autora

- Nota: V1 - disposição para iniciar o negócio;
 V2 - sucesso como principal motivação
 V3 - disposição para arcar com as consequências do risco assumido
 V4 - disposição para o risco frente a oportunidade de negócios
 V5 - capacidade de persuasão para conquistar sonhos
 V6 - postura positivista diante da abertura do negócio
 V7 - grau de experiência e disposição para o aprendiz

O quadro geral contemplando os resultados para todos os constructos do modelo proposto, indica uma mensuração de 2,84 para Propensão ao Empreendedorismo. Entre as variáveis que explicam esse constructo dependente, a Propensão a Inovar foi a que apresentou maior impacto médio (2,99), seguido da Postura Estratégica (2,79) e da Necessidade de Realização (2,73). A Propensão ao Risco foi a variável que exerceu o menor impacto na amostra pesquisada, com um peso médio atribuído pelos respondentes de 2,34 (GRAF. 23).

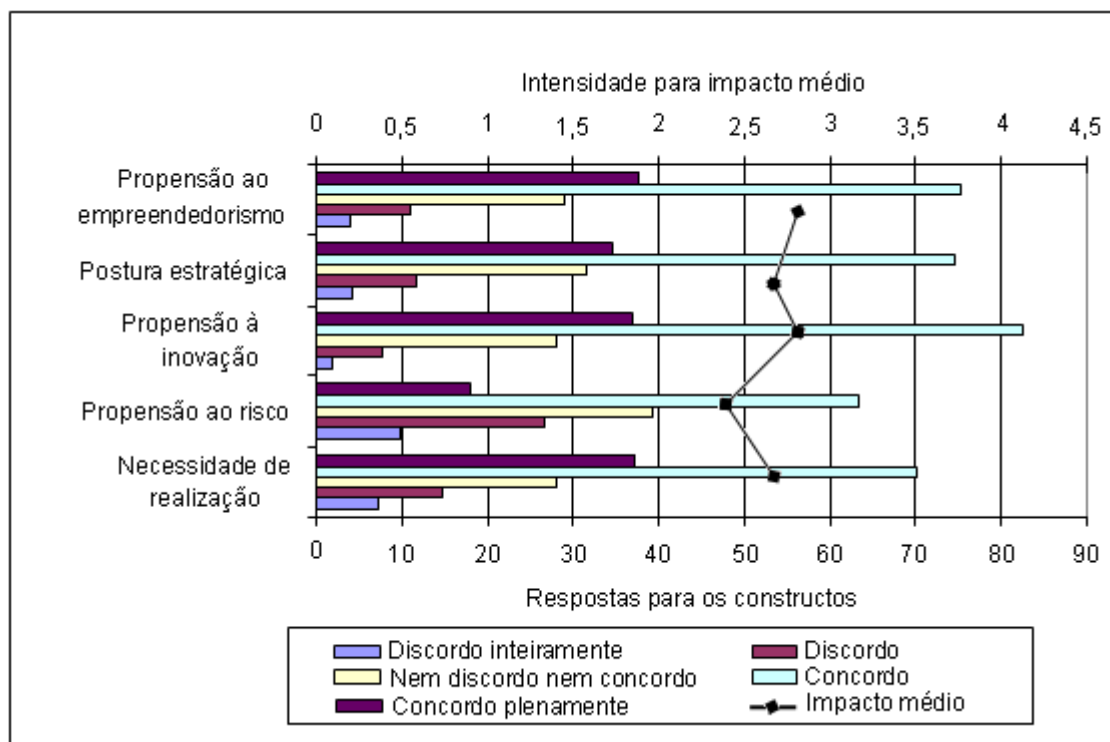


GRÁFICO 23 - Frequências de respostas e impactos médios dos constructos de medição da Propensão ao Empreendedorismo (constructo dependente).

Fonte: a autora

É importante ressaltar que entre as sessenta e oito questões elaboradas para medir os constructos do modelo estrutural estão treze afirmativas que envolvem a percepção dos indivíduos sobre diferentes contextualizações no âmbito da cultura e da criatividade. As respostas apresentaram concordância significativa dos respondentes (71,34% concordaram ou concordaram plenamente) para os referidos questionamentos, confirmando a significativa sensibilidade dos empreendedores das Indústrias Criativas no tocante aos elementos culturais e criativos.

5.2.2.2. Resultados da análise multivariada

A primeira das técnicas aplicadas foi a análise fatorial, com o propósito de verificar a possibilidade de redução do número de variáveis mensuradoras dos componentes dos constructos do modelo (68 variáveis), favorecendo maior explicação do fenômeno com menor esforço em termos de informação.

O QUADRO 9 apresenta as principais estatísticas da análise fatorial. O valor do teste geral de significância (Bartlett Test) indica que a matriz de correlação

das variáveis é significativa num nível inferior a 0,001. O índice KMO, por sua vez, atesta a adequação da amostra uma vez que seu valor estimado – 0,675 – é superior ao valor mínimo de 0,5. (HAIR *et al*, 2005)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,675
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4018,057
	df	1770
	Sig.	,000

QUADRO 9 – Teste de Adequação Geral da Amostra(KMO) e de Esfericidade de Bartlett

Fonte: resultados da pesquisa com o uso do SPSS 15

A despeito disso, uma inspeção da matriz de correlação apresenta correlações baixas entre as variáveis (grande número menor do 0,30), indicando que a análise fatorial pode não atingir o seu objetivo principal de uma redução significativa do número de variáveis a serem submetidas a análise adicional por outros métodos de análise multivariadas.

A TAB. 19 confirma a inferência feita com base na matrix de correlação. De fato, foram extraídos 20 fatores para agrupar as 68 variáveis do modelo, a partir do método dos componentes principais. Esses fatores explicam 71,29% da variância total do modelo.

TABELA 19 – Variância Total Explicada

(continua...)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,580	15,967	15,967	9,580	15,967	15,967
2	3,631	6,051	22,019	3,631	6,051	22,019
3	3,000	5,000	27,019	3,000	5,000	27,019
4	2,700	4,500	31,518	2,700	4,500	31,518
5	2,504	4,174	35,692	2,504	4,174	35,692
6	2,053	3,421	39,113	2,053	3,421	39,113
7	1,971	3,285	42,398	1,971	3,285	42,398
8	1,819	3,031	45,430	1,819	3,031	45,430
9	1,759	2,932	48,362	1,759	2,932	48,362
10	1,565	2,609	50,971	1,565	2,609	50,971
11	1,549	2,582	53,552	1,549	2,582	53,552
12	1,379	2,299	55,851	1,379	2,299	55,851
13	1,310	2,183	58,034	1,310	2,183	58,034
14	1,280	2,134	60,168	1,280	2,134	60,168

(continuação)

Component	Initial Eigenvalues	Extraction Sums of Squared Loadings	Component	Initial Eigenvalues	Extraction Sums of Squared Loadings	Component
15	1,193	1,989	62,157	1,193	1,989	62,157
16	1,183	1,972	64,129	1,183	1,972	64,129
17	1,150	1,916	66,045	1,150	1,916	66,045
18	1,071	1,786	67,830	1,071	1,786	67,830
19	1,042	1,737	69,567	1,042	1,737	69,567
20	1,034	1,723	71,290	1,034	1,723	71,290
21	,969	1,616	72,906			
22	,938	1,563	74,469			
23	,892	1,487	75,956			
24	,817	1,361	77,317			
25	,781	1,302	78,620			
26	,762	1,269	79,889			
27	,728	1,214	81,103			
28	,658	1,096	82,199			
29	,641	1,068	83,267			
30	,626	1,043	84,310			
31	,597	,995	85,305			
32	,547	,911	86,217			
33	,539	,898	87,114			
34	,491	,818	87,933			
35	,485	,809	88,741			
36	,457	,761	89,502			
37	,454	,756	90,259			
38	,439	,732	90,991			
39	,413	,689	91,680			
40	,400	,666	92,346			
41	,381	,636	92,981			
42	,366	,610	93,592			
43	,358	,597	94,188			
44	,326	,543	94,731			
45	,306	,509	95,240			
46	,296	,493	95,734			
47	,282	,470	96,204			
48	,278	,464	96,667			
49	,257	,429	97,096			
50	,245	,408	97,504			
51	,212	,353	97,857			
52	,203	,338	98,195			
53	,189	,316	98,511			
54	,164	,273	98,784			
55	,155	,259	99,042			
56	,149	,248	99,290			
57	,127	,212	99,502			
58	,117	,195	99,696			
59	,105	,175	99,872			
60	,077	,128	100,000			

Fonte: Resultados de pesquisa com o uso do SPSS 15

Esse número elevado de fatores dificultou a extração da Matrix Rodada de Componentes e, isso, por sua vez prejudica a identificação com segurança das variáveis componentes de cada fator, tornando a análise fatorial inconclusiva.

Esse resultado pode ser explicado pelo baixo nível de correlação entre as variáveis do modelo, o que por outro lado pode favorecer uma aplicação direta da técnica de regressão múltipla, para investigar o poder explicativo do modelo e testar as hipóteses apresentadas.

O Modelo testado pode ser escrito matematicamente como:

$$P.EMP = Co + \beta_1 NR + \beta_2 PR + \beta_3 PI + \beta_4 PE + \epsilon,$$

Onde:

- P.EMP = propensão ao empreendedorismo;
- NR = necessidade de realização;
- PR = propensão ao risco;
- PI = propensão à inovação;
- PE = postura estratégica;
- Co = constante;
- β_i (i= 1.....4) = coeficiente das variáveis;
- ϵ = erro não sistemático;

Para a realização da análise de regressão múltipla as respostas às diversas variáveis foram tomadas em sua média de modo a produzir um valor médio para cada constructo, por respondente. A mesma transformação foi aplicada à variável proposta como dependente pelo modelo – a Propensão para Empreender. As médias gerais de todos os constructos e seus desvios padrões são apresentados na TAB. 20. Essas médias são compatíveis com os indicadores médios apresentados na análise descritiva.

TABELA 20 – Sumário das Médias dos Constructos

		NR_MEDIA	PR_MEDIA	PI_MEDIA	PE_MEDIA	P_EMP_MEDIA
N	Valid	157	157	157	157	157
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,82	3,32	3,94	3,80	3,90
Std. Deviation		,504	,494	,470	,593	,727

Fonte: Resultados da pesquisa com o uso do SPSS 15.

Nota: NR – necessidade de realização; PR – propensão ao risco; PI – propensão à inovação; PE – postura estratégica e P. EMP – postura empreendedora.

Os resultados da análise de regressão múltipla então analisados. A TAB. 21 apresenta o sumário desses resultados, revelando que o modelo tem uma probabilidade próxima de zero de ser originário de observações aleatórias. Nada obstante isso, o modelo explica, de acordo com o valor do R^2 ajustado (0,252), cerca de 25% da propensão ao empreendedorismo dos respondentes.

TABELA 21 – Sumário das Estatísticas Relevantes do Modelo

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	Sig. F Change	R Square Change	F Change	df1
1		,521(a)	,271	,252	,628	,271	14,136	4	152	,000

Fonte: Resultados da pesquisa com o uso do SPSS 15.

Nota: Predictors: (Constant), PE_MEDIA, PR_MEDIA, NR_MEDIA, PI_MEDIA

O baixo poder explicativo do modelo, contudo, não prejudica o teste das hipóteses principais propostas na dissertação, e de fato, de acordo com a TAB. 22, dos coeficientes da regressão, três das quatro variáveis independentes apresentaram betas significativos em níveis inferiores a 0,5. Essas variáveis são a Necessidade de Realização, a Propensão à Inovação e a Postura Estratégica.

A constante e a variável Propensão ao Risco seriam significativas apenas com um rigor estatístico menor, representado por um grau de significância de 0,10, o que não é de todo afastado em pesquisa no campo das ciências sociais.

Esse resultado é coerente com a análise descritiva apresentada, que revelou diferença relevante do indicador de impacto médio da variável Propensão ao Risco em valor significativamente inferior aos demais. Encontra ainda amparo na literatura sobre empreendedorismo, e os achados teóricos da dissertação, segundo os quais a preferência pelo risco do empreendedor ocorre, quando muito, para níveis moderados deste risco, sendo romântica a idéia de que estes buscam riscos, independente de seus níveis percebidos.

Além disso, em todos os casos a direção dos impactos das variáveis independentes na variável dependente Propensão ao Empreendedorismo se comportou com previsto nas hipóteses; ou seja, a Necessidade de Realização, a Propensão ao Risco, a Propensão à Inovação e a Postura Estratégica influenciam positivamente a Propensão ao Empreendedorismo (betas padronizados positivos).

TABELA 22 – Coeficientes da Regressão Múltipla

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial
1	(Constant)	-,254	,583		-,436	,664			
	NR_MEDIA	,266	,103	,185	2,576	,011	,298	,205	,178
	PR_MEDIA	,185	,104	,125	1,778	,077	,216	,143	,123
	PI_MEDIA	,392	,125	,253	3,125	,002	,414	,246	,216
	PE_MEDIA	,257	,100	,210	2,575	,011	,399	,204	,178

Fonte: Resultados da pesquisa com o uso do SPSS 15.

Nota: a variável dependente: P_EMP_MEDIA

5.2.2.3. Avaliação das hipóteses do modelo

Em vista dos resultados da análise multivariada pode-se resumir a validação das hipóteses do modelo associadas à relação entre as variáveis independentes e a variável dependente na forma apresentada no QUADRO 10.

Hipóteses	Valor e sinal do Coeficiente	Grau de significância estatística
H2: A Necessidade de Realização influencia positivamente a Propensão ao Empreendedorismo (P. Emp.)	+0,185	Menor que 0,05
H6: A Propensão à Inovação influencia positivamente a Propensão ao Empreendedorismo (P. Emp.)	+0,253	Menor que 0,05
H9: A Propensão ao Risco influencia positivamente a Propensão ao Empreendedorismo (P. Emp.)	+0,125	0,07 (Menor que 0,10)
H11: A Postura Estratégica influencia positivamente a Propensão ao Empreendedorismo (P. Emp.)	+0,210	Menor que 0,05

QUADRO 10 – Síntese da Validação das Hipóteses do Modelo

Fonte: Resultados da pesquisa com o uso do SPSS 15.

A despeito dos resultados favoráveis na validação dessas hipóteses principais do Modelo, novas formas de tratamento das variáveis e diferentes métodos de análise multivariada necessitam ser utilizados para lidar com a complexidade das relações entre os constructos do modelo, na forma como identificada ao nível do referencial teórico.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo deste trabalho é analisar os fatores determinantes da oferta de empreendedores nas Indústrias Criativas de Fortaleza. No presente estudo, as Indústrias Criativas são aquelas que têm a sua origem na criatividade, talento e capacidade individual e que são dotadas de um potencial de criação de riqueza e emprego através da exploração da propriedade intelectual.

As Indústrias Criativas compreendem assim a publicidade, a arquitetura, as artes e os ofícios, design, moda, televisão, rádio, filme e vídeo, software interativo de lazer, música, artes performáticas, edição, criação de software, entre outros. Neste contexto, a sociedade de informação e do conhecimento desenvolve-se a par e passo com a valorização da criatividade como fator chave de sucesso e competitividade.

A análise dos dados secundários, realizada à luz dos determinantes do empreendedorismo propostos pela Teoria Eclética que, por sua vez, representa o marco teórico deste estudo, revelou que Fortaleza registrou períodos de vertiginoso adensamento populacional e demográfico atribuídos aos movimentos migratórios associados, em grande parte, aos anos de seca que aceleraram o processo do êxodo rural, engrossando a fila de sertanejos em direção à capital. Este aspecto histórico contribuiu para o delineamento da cultura local - sendo imprescindível registrar, contudo, que a base da cultura cearense é essencialmente européia e ameríndia - e para a construção do perfil sócio-econômico da população.

Tendo como pano de fundo a confluência da cultura indígena e européia, juntamente aos processos migratórios e de hibridação cultural, o patrimônio imaterial da capital foi ampliado favorecendo o surgimento de uma rica diversidade de expressões artísticas, culturais e criativas, com forte potencial de transformação em oportunidades de negócios no campo das Indústrias Criativas.

O perfil sócio-econômico da população de Fortaleza foi identificado como sendo composto por uma maioria de indivíduos de baixa renda e baixo grau de escolaridade - reflexos do intenso adensamento populacional provocado por uma leva de retirantes que fugiam do sertão para a cidade nos períodos de seca que assolavam a região - que se aglomeram nos bairros populares da cidade e em um número cada vez maior de assentamentos espontâneos. Esse crescimento aumentou a defasagem entre o tamanho da população e as condições de infraestrutura e serviços urbanos da cidade para comportar toda essa massa. São pessoas com escassos recursos para investir em educação, saúde, moradia e lazer.

Outro fator agravante identificado no perfil sócio-econômico é que a disparidade de renda na capital é alta, visto que a parcela dos 10% mais ricos da população se apropria de mais da metade (54%) da renda domiciliar total gerada, ao passo que os 60% mais pobres ficam com apenas 14,6% dessa renda, conforme dados do Censo de 2000. Além disso, observou-se que as taxas de ocupação informal e desemprego aberto na capital ainda se mantêm em patamares elevados, 55,48% e 14,91%, respectivamente, para o ano de 2006.

A análise da estrutura etária da população de Fortaleza, para o ano de 2005, revelou um percentual representativo de indivíduos (25%) com idade entre 25 e 40 anos, faixa de idade apontada pela Teoria Eclética como mais propensa ao surgimento de indivíduos aptos ao auto-emprego. A participação da mulher no mercado de trabalho da capital tem registrado taxas crescentes sobretudo, na prestação de serviços, no setor social e no comércio varejista, confirmando a abordagem da Teoria Eclética que fala da propensão das mulheres em desenvolverem atividades ligadas às respectivas áreas ora mencionadas.

Os dados secundários contemplaram também a análise das políticas públicas de incentivo à oferta de empreendedores nas Indústrias Criativas, através das quais constatou-se a existência de uma gama de projetos, programas e ações voltados para a valorização da diversidade, construção da cidadania e inclusão social através da cultura, geração de conhecimento, criação, circulação e preservação dos bens e serviços culturais, com perspectiva de afirmação da cearensidade.

Como parte dos objetivos específicos deste estudo e instrumento essencial e complementar de investigação dos determinantes da oferta de empreendedores foi estimado um modelo estrutural explicativo da propensão ao empreendedorismo, aplicável às Indústrias Criativas. Essa etapa contemplou uma pesquisa de campo do tipo *survey* realizada através da aplicação de questionário estruturado. A análise dos dados primários resultantes da pesquisa, outro objetivo específico do estudo, permitiu identificar, entre as variáveis estimadas no modelo, aquelas que exercem maior impacto na propensão ao empreendedorismo.

Assim, entre as variáveis que explicam a propensão ao empreendedorismo, constructo dependente, a Propensão a Inovar foi a que apresentou maior impacto médio (2,99), seguido da Postura Estratégica (2,79) e da Necessidade de Realização (2,73). A Propensão ao Risco foi a variável que exerceu o menor impacto na amostra pesquisada, com um peso médio atribuído pelos respondentes de 2,34.

É importante ressaltar que no questionário estruturado, utilizado na pesquisa de campo destinada à investigação das variáveis explicativas do modelo estrutural, foram incluídas treze questões, distribuídas entre os cinco constructos do modelo, envolvendo a percepção dos indivíduos sobre diferentes contextualizações no âmbito da cultura e da criatividade. As respostas apresentaram concordância significativa (concordaram e concordaram plenamente) dos respondentes (71,34%) para os referidos questionamentos, confirmando a sensibilidade dos empreendedores do segmento das Indústrias Criativas com relação aos elementos culturais e criativos.

Outro objetivo específico deste estudo diz respeito à verificação da possibilidade de redução do número de variáveis explicativas do modelo, afim de diminuir seu grau de complexidade. Assim, através da análise fatorial, foram identificadas correlações baixas entre as variáveis do modelo, indicando que o referido método não alcançou o seu objetivo principal de promover uma redução significativa do número de variáveis a serem submetidas a análise adicional por outros métodos de análise multivariadas.

Entretanto, os resultados da análise multivariada mostram coerência com a análise descritiva tendo em vista que, de acordo com os coeficientes da regressão, três das quatro variáveis independentes apresentaram betas significativos em níveis inferiores a 0,5. Essas variáveis são a Necessidade de Realização, a Propensão à Inovação e a Postura Estratégica. Assim como na análise descritiva a Propensão ao Risco apresenta valor significativamente inferior às demais variáveis.

Além disso, com o intuito de se alcançar o quinto e último objetivo específico do presente estudo, foi testada a influência exercida pelas variáveis independentes na variável dependente, conforme estabelecido nas hipóteses H2, H6, H9 e H11, ou seja, a Necessidade de Realização, a Propensão à Inovação, a Propensão ao Risco e a Postura Estratégica influenciam positivamente a Propensão ao Empreendedorismo (betas padronizados positivos).

Diante da complexidade verificada nas relações entre os constructos e variáveis do Modelo sugere-se, para pesquisas futuras, a utilização de novas formas de tratamento das variáveis e diferentes métodos de análise multivariada para investigar mais profundamente o poder explicativo do modelo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AMIT, R.; VILLALONGA, B. **How do family ownership, control y management affect firm value**. EFA, 2004.

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e negação do trabalho. 3. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 1999. p. 69-90.

ASHEIM, B.; VANG, J. **Talents and innovative regions**: exploring the importance of face-to-face communication and buzz. In: ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE , London, 2005. **Resumos...**London.

BARBALHO. A. A. Emigrantes / imigrantes: trânsitos de cultura entre o sertão cearense e as metrópoles brasileiras. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 11, p. 1-12, 2008.

BATISTA, P. C. S.; GOMES, E. C. F.; VIEIRA, G. I. **Indústrias criativas como fator de desenvolvimento local: o estudo de caso do município de Guaramiranga no Ceará**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE PODER LOCAL - DESENVOLVIMENTO E GESTÃO DE TERRITÓRIOS. Salvador, 2006.

BATISTA, P. C. S.; GOMES, E. C. F.; VIEIRA, G. I. **Modelos organizacionais de indústrias criativas**. Fortaleza: 2008 (pré-publicação).

BEGLEY, M. W.; BOYD, D. P. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. **Journal of Business Venturing**, 1987, v. 2, p. 79-93.

BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T. **Indústrias criativas e a “virada cultural”**. São Paulo: GV Pesquisa, 2006. Disponível em: <<http://www.pedrobendassolli.com/download.htm>>. Acesso em: 24 fev. 2008.

BOGÉA, A. **Política externa brasileira na área da cultura**, 2004. In: LEITÃO, Cláudia Sousa; SANTOS, Fabiano dos. (Org.). SEMINÁRIO CULTURA XXI - Seleção de Textos SECULT - Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2006, p. 69-74.

BOSCHMA, R. A., FRITSCH, M. Creative class and regional growth: empirical evidence from eight European countries. **Jena Economic Research Paper**, n. 66, set., 2007. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1023869>>. Acesso em: 14 mar. 2008.

BRUYNE, P. de; HERMAN, J. ; SCHOUTHEETE, M. de. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os pólos da prática metodológica**. 5 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

BUARQUE, Sérgio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

BYGRAVE, W. D. Theory building in the entrepreneurship paradigm. **Journal of Business Venturing**, 1993, p. 255-280.

CAMPOS, M. M. DA C. **Processos de desenvolvimento local: uma análise da implementação do projeto aliança com o adolescente**. Dissertação (Mestrado Profissional da Escola de Administração) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

CARVALHO FILHO, M. V. de. **Assessoria ao processo de desenvolvimento local**. Natal: INCRA/IICA, 1999.

CAVES, R. **Creative Industry: contracts between arts and commerce**. Harvard University Press, 2000.

CHISWICK, B. R. Are immigrants favorably self-selected? **AEA Papers and proceedings**, v. 89, n. 2, may ,1999.

CHURCHILL Jr.; GILBERT A. **Marketing research: methodological foundation**. Orlando: The Dryden Press, 1999.

COCCO, G; NEGRI, A. O monstro e o poeta. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 03 Mar. 2006.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural, cultura e imaginário**. São Paulo: FAPESP; Iluminuras, 1997. 383 p.

CONSELHO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS E SÍTIOS. Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais. México, 1985. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/documento/patrimonio/patrimonio23.asp>>. Acesso em: 10 set. 2007.

COSTA, M. C. L. **Fortaleza: expansão urbana e organização do espaço**. In: Silva, Jose Borzacchiello da; Cavalcante, Tércia C.; DANTAS, Eustógio W. C.. (Org.). Ceará: um novo olhar geográfico. 2 ed. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007, p. 51-100.

CREATIVE INDUSTRIES TASK FORCE. **The creative industries mapping document 2001**. Disponível em: <<http://www.labforculture.org/>>. Acesso em: 20 out. 2007.

DE KLERK, G. J.; KRUGER, S. **The driving force behind entrepreneurship: an exploratory perspective**. Disponível em: <www.kmu.unisg.ch/rencontres/band2002/F_04_deKlerk.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2006. Rencontres, 2002.

DIAS, E. L. **Um estudo comparativo entre empreendedores e intraempreendedores sobre os valores referentes ao trabalho.** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2001. Dissertação.

DINIS, A.; USSMAN, A. M. Empresarialidade e empresário: revisão da literatura. *Comportamento Organizacional e Gestão*, v. 12, n.1, p. 95-114, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/cog/v12n1/v12n1a06.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2007.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOWBOR, L. **A reprodução social:** propostas para uma gestão descentralizada. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito inovador (entrepreneurship):** práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

_____. P. F. **Administrando para o futuro:** os anos 90 e a virada do século. São Paulo: Pioneira, 1992.

_____. P. F. **Inovação e espírito empreendedor:** prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2003, 378p.

FARIAS, S. A. de; SANTOS, R. da C. Modelagem de equações estruturais e satisfação do consumidor: uma investigação teórica e prática. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n. 3, p. 107-132, set./dez. 2000.

FARRELL, G.; THIRION, S.; SOTO, P. DURIEUX, E. FRANÇOIS, M. **A competitividade territorial: conceber uma estratégia de desenvolvimento territorial à luz da experiência LEADER.** **OBSERVATÓRIO EUROPEU LEADER**, v. 6, n.1, dez. 1999.

FERREIRA, J. M. **Potencial empreendedor e liderança criativa**: um estudo com varejistas de materiais de construção da cidade de Curitiba. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Curitiba, 2005.

FILHO, C. G.; VEIT, M. R.; GONÇALVES, C. A. Mensuração do perfil do potencial empreendedor e seu impacto no desempenho das pequenas empresas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 12, n. 3, p. 29 - 44, jul./set., 2007.

FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class**. New York: Perseus Book Groups, 2002.

_____. The economic geography of talent. **Annals of the Association of American Geographers**, v. 92, n. 4, p. 743 – 755, 2002a.

_____. **The flight of the creative class**. New York: HarperCollins Publishers, 2004.

_____. **Cities and the creative class**. New York: Routledge, 2005.

FLORIDA, R.; TINAGLI, I. **Europe in the creative age**. Pittsburg: s.n. 2004. Disponível em: <<http://creativeclass.org/>>. Acesso em: 08 ago. 2007.

FÓRUM CULTURA E CRIATIVIDADE, 2007. **De cultura criativa a cidade criativa**: alguns contributos para refletir sobre o caso português, Lisboa: 2007. Disponível em: <http://www.cultdigest.pt/cultdigest/imdata/n5_216.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2008.

FRESE, M.; UTSCH, A.; ROTHFUSS, R.; RAUCH, A. **Another look at Schumpeter's theory of entrepreneurs**: a comparison of entrepreneurs and managers in east Germany. In: INTERNATIONAL COUNCIL FOR SMALL

BUSINESS, 1996. Disponível em: <<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1996/pdf/91.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2008.

GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n.4, p. 696-706, 1985.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2006**. Curitiba: IBPQ, 2006.

_____. **Empreendedorismo no Brasil - 2007**. Curitiba: IBPQ, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO Jr., E.; SUNSIN, L. A. de S. B. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: SOUZA, E. C. L. de (Org.). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: ANPROTEC, 2001. p. 9-24.

GLOBAL ENTERTAINMENT AND MEDIA OUTLOOK 2006-2010. S.l.: PricewaterhouseCoopers, 2006.

GOLGHER, A. B. **Fundamentos da migração**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2004.

_____. **As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2006.

GORDON, R. **Entrepreneurs are born, not created**. Whales: University of Whales, 2004.

GREAT BRITAIN. Department of Trade and Industry. **Development of the information society: an international analysis**. London: HMSO Publications Centre, 1996.

GREBEL, T.; PYKA, A.; HANUSCH, H. An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. **Industry and Innovation**, v.10, n. 4, p. 493-514, 2003. Disponível

em: <<http://www.wiwi.uni-augsburg.de/vwl/institut/paper/206.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2008.

HAIR, J. F., Jr, ANDERSON, R. E., TATHAN, R. L.; BLACK, W. C. **Multivariate data analysis**. S.l.: Prentice Hall, 1998.

HISRICH, Robert D.; PETER, Michael P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2006.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Books, 2001.

HÜHNE, L. M. **Metodologia científica: caderno de textos e técnicas**. 5. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1992.

IBGE. **Censo demográfico, 1960**: recenseamento geral do Brasil. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 01 set. 2008.

____. **Censo demográfico, 2000**: características gerais da população - resultados da amostra. Rio de Janeiro: IBGE, 2003. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 01 set. 2008.

____. **Sistema de informações e indicadores culturais 2003**. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

____. **Tendências demográficas: uma análise dos resultados da amostra do Censo Demográfico 2000**. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

____. **Tendências demográficas: uma análise da população com base nos resultados dos censos demográficos 1940 e 2000**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

Instituto de Desenvolvimento do Trabalho. **Indicadores médios anuais do mercado de trabalho**: município de Fortaleza. Fortaleza: IDT, 2006.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipeadata. Disponível em : <<http://www.ipeadata.gov.br/>>. Acesso em: 18 set. 2008.

IPECE. **Análise dos indicadores sociais do Ceará – 2005**. Fortaleza: IPECE, 2006.

_____. **Análise dos indicadores sociais do Ceará – 2006**. Fortaleza: IPECE, 2007.

_____. **Anuário estatístico do Ceará – 2007**. Disponível em: <<http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/anuario/anuario2007/>>. Acesso em: 18 set. 2008.

JACOBS, J. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JAGUARIBE, A. **As indústrias criativas: parâmetros para as políticas públicas**. In: ___. WORKSHOP da UNCTAD sobre as indústrias criativas empreendedoras. São Paulo: s.n., 2004.

KORUNKA, C.; FRANK, H.; LUEGER, M.; MUGLER, J. The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process - a configurational approach. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, p. 23–42, sept., 2003.

KRAMPEN, G. Political participation in a action-theory model of personality; theory and empirical evidence. **Political Psychology**, v. 12, n. 1, p.1-25, 1991.

LEADERSHIP BUSINESS CONSULTING. **Leadership agenda, 2007**. Disponível em: <<http://www.leadership-agenda.com>>. Acesso em: 15 fev. 2008.

LEITÃO, C. S. **Economia da cultura e economia do áudio visual no Brasil e no mundo: diagnóstico, desafios e perspectivas**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ECONOMIA DA CULTURA, 2007. Disponível em: <<http://www.pacc.ufrj.br/z/ano3/03/saleitao.htm>>. Acesso em: 10 out. 2007.

_____. **Plano estadual de cultura**: valorizando a diversidade e promovendo a cidadania cultural. Fortaleza: Secretaria de Cultura, 2003.

_____. Políticas públicas para a cultura e os desafios da descentralização e democratização: a experiência do Ceará (2003-2006). In: **ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3.**, Salvador, 2007.

LIMA, C. L. C. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. **Revista do DESENBAHIA**, Salvador, n.5, set. 2006, p 103-130. Disponível em: http://www.desenbahia.ba.gov.br/recursos/news/video/%7B49A0C70C-CFEC-4DBA-9578-6099BFCB5B4C%7D_Artigo%2005%20-20Ind%C3%BAstria%20Criativa%20-%20Carmen%20Lima.pdf. Acesso em: 07 jan. 2008.

LIMA, R. C. Chaves. Um exame dos determinantes das migrações rural-urbanas no Brasil. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 12, n. 1/3, p. 55-67, 1995.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W., PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

LUCIAN, R.; BARBOSA, G. L.; FILHO, J. M. de S.; PEREIRA, F. A.; SILVA, I. M. da. O que há na cabeça de um estrategista? O uso da modelagem de equações estruturais na compreensão do processo estratégico. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 3., São Paulo, 2007. **Anais Eletrônicos...** Foz do Iguaçu: 3E's, 2007.

MACAMBIRA, Jr. **O mercado de trabalho formal no Brasil**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2006.

MACULAN, A M. **Analisando o empreendedorismo**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. Curitiba. v. 4., 2005. **Anais...**Curitiba: SEBRAE, 2005. p. 497-507.

MATOS, R. E. S. A contribuição dos imigrantes em áreas de desconcentração demográfica do Brasil contemporâneo. **Revista Brasileira de Estudos de População**, Campinas, v.19, n.1, p.49-72, 2002.

MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.

_____. **Achievement motivation can be developed**. Harvard: Harvard Business Review, 1965.

_____. The achievement motive in economic growth. In: KILBY, Peter. (Ed.) **Entrepreneurship and economic development**. New York: The Free Press, 1971. p. 109-122.

MINAYO, M. C. de S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

MOURA, H. A.; COELHO. J. O. M. Migrações para as grandes cidades do Nordeste: intensidade e características demográficas. In: MOURA. H. (org.). **Migração Interna; textos selecionados**. Fortaleza: BNB, 1980.

OLIVEIRA, J. M. DE. **Modelo para a integração dos mecanismos de fomento ao empreendedorismo no âmbito das universidades: o caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

OLIVEIRA, P. C. M. DE. **A organização da cultura na "cidade da Bahia"**. Salvador, 2002. Tese (Doutoramento em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2002.

PEACOCK, R. **Entrepreneurs and small business owner-managers**. S.l.: s.n., 2000.

PEDRO, A. M. **Características comportamentais dos empreendedores no modelo do ciclo de vida das organizações de Greiner**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

PEREIRA, B. S. **A produção poética de Paula Nei**: recanto das letras, 2005. Disponível em: <<http://recantodasletras.uol.com.br/teorialiteraria/44129>>. Acesso em: 29 set. 2008.

PORCARO, E. O. **O empreendedor e seu perfil psicológico**: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal. Dissertação (Mestrado em Administração e Economia) - Faculdade de Economia e Finanças, Rio de Janeiro, 2006.

PRATI, V. **O empreendedor**: descoberta e desenvolvimento do potencial empresarial. In: __. **CRIANDO seu próprio negócio**: como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília: SEBRAE, 1995.

RÉ, A. M. De. **Um método para identificar características predominantes em empreendedores que obtiveram sucesso utilizando um sistema neurodifuso**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

REIS, A. C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. Barueri, São Paulo: Manole, 2007.

RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS. Ministério do Trabalho, Secretaria de Políticas de Emprego e Salário, 2005.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. 2. ed. São Paulo: Schwarcz, 1998. 476 p.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica**: guia prático para eficiência nos estudos. São Paulo: Atlas, 1979.

SANDRONI, P. **Novíssimo dicionário de economia**. São Paulo: Best Seller, 1999. 651p.

SCHLEMM, M. M. In: GEM, **Empreendedorismo no Brasil**: 2006. Curitiba: IBQP, 2007. p. 9.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA. **Infocultura – carnaval 2007**: uma festa de meio bilhão de reais. v.1, n.1, set. 2007.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DO CEARÁ. **Guia turístico e cultural do Estado Ceará**. Fortaleza: Terra da Luz, 2006.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO. **Fortaleza em números**. Fortaleza: SEPLA, 2004.

SEGRS K; HUIJGH, E. Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries. **Working paper**; n. 2, p. 17, 2006.

SHANE, S.; VENKATARAMAN S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, Jan. v. 25, p. 217-236, 2000.

SISTEMA NACIONAL DE EMPREGO (CEARÁ) - IDT. **Ocupação e desemprego no município de Fortaleza**. Disponível em: < <http://www.idt.org.br/idt/principal.asp>>. Acesso em: 27 ago. 2008.

SOUZA, E. C. L. de. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. In: Souza, Eda C. L. de (Org.). **Empreendedorismo**:

competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: ANPROTEC, 2001, p. 28 – 41.

THROSBY, D. **Economics and culture**. S.l.: Cambridge University Press. 2001.

TRIGO, V. M. **Entre o estado e o mercado**: empreendedorismo num contexto de mudança. S.l.: s.n., 2002. Disponível em: <<http://opac.porbase.org/>>. Acesso em: 10 fev. 2008.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

UNCTAD 2008. **Creative economy report**: the challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making. Disponível em: <<http://www.unctad.org>>. Acesso em: 22 abr. 2008.

UNESCO. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. New York: 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2008.

_____. **International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003**: defining and capturing the flows of global cultural trade. New York: Unesco, 2005. Disponível em: <<http://www.uis.unesco.org>>. Acesso em: 7 fev. 2006.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VERHEUL, I.; WENNEKERS, S.; AUDRETSCH D.; THURIK, R. **An eclectic theory of entrepreneurship**: policies, institutions and culture. S.l.: s.n., 2001. Disponível em: <www.tinbergen.nl/discussionpapers/01030.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2006.

VIEIRA, A. S. Bases para o Brasil na sociedade da informação: conceitos, fundamentos e universo político da indústria e serviços de conteúdos. In: _____. **SOCIEDADE da informação**. Brasília: CNPq/IBICT, 1998. p. 69-164.

VIEIRA, M. S. de A. **Na pisada dos retirantes, um outro sertão**. In: REUNIÃO ANUAL DA SBPC, 57., 2005. Fortaleza: SBPC, 2005.

VIRTANEN, M. The role of different theories in explaining entrepreneurship. In S. Kunkel (Ed.), **Entrepreneurship: the engine of global economic development**. San Francisco: s.n., 1997.

VOLPATTO, R. **Ceará terra que seduz**. Disponível em: <<http://www.rosanevolpatto.trd.br/lendaceara1.htm>>. Acesso em: 29 set. 2008.

YUSOF, M.; SANDDHU, M. S.; JAIN, K. K. Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: a case study of students at University Tun Abdul Razak. **Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability**. Sep. 2007. Disponível em: <<http://findarticles.com/>>. Acesso em: 09 mar. 2008.

(continuação)

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS	AUTORES														FREQUÊNCIA										
	Carland, Carland e Hoy (1992, 1996) <i>apud</i> FILHO <i>et al</i> (2007)	McClelland (1961)	Schumpeter (1982)	Blawatt (1995); Homaday (1982); Meredith; Nelson e Neck (1982); Timmons (1978) <i>apud</i> Filion (1999)	Dornelas (2001)	Drucker (1992, 2003)	Bygrave (2003) <i>apud</i> Oliveira (2006)	Morris <i>et al</i> (2001) <i>apud</i> Pedro (2003)	Prati (1995)	Shapero (1975) <i>apud</i> Porcado (2006)	D'Ávila (1996) <i>apud</i> Ré (2000)	Little e Iverson (1996) <i>apud</i> Ré (2000)	Peacock (2000)	Clark (1899), Higgins (1959), Baumol (1968), Schloss (1968) e Leibenstein (1978) <i>apud</i> Fillion (1999)	Higgins (1959), Penrose (1959) e Kirzner (1976) <i>apud</i> Fillion (1999)	Ely and Hess (1893), Oxenfeldt (1943) e Schloss (1968) <i>apud</i> Fillion (1999).	Leibenstein (1968), Kihlstrom e Laffont (1979), e Buchanan e Di Pierro (1980) <i>apud</i> Fillion (1999)	Sexton e Bowman (1984)	Begley e Boyd (1987); Brockhaus, Sr. e Horwitz (1986) <i>apud</i> Yusof, 2007	Modick (1977) <i>apud</i> Frese <i>et al</i> (1996)	Krampen (1991)	Frese (1997, 1998) <i>apud</i> Korunka <i>et al</i> (2003)	(Korunka <i>et al.</i> , 2003).	Absoluta	Relativa
Possui disposição para o sacrifício											1													1	1%
Dinâmicos				1																				1	1%
Ser organizado				1																				1	1%
Baixa necessidade de status												1												1	1%
Atração por desafios													1											1	1%
Preferência por direcionamentos amplos mais do que por detalhes												1												1	1%
Orientação para o trabalho mais do que orientação para pessoas													1											1	1%
Criam valor para a sociedade					1																			1	1%
Busca por excelência													1											1	1%

Fonte: a autora

APÊNDICE 2 – Questionário de pesquisa



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA
Curso de Mestrado Acadêmico em Administração - CMAAd

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Prezado(a) Entrevistado(a):

Este questionário é um instrumento de pesquisa científica, com finalidade exclusivamente acadêmica, que tem como objetivo avaliar os fatores determinantes da propensão ao empreendedorismo nas Indústrias Criativas de Fortaleza, medindo o perfil dos membros desse segmento. Sua participação é vital para a consecução do projeto. Por favor, responda as questões abaixo, sabendo que não existem respostas “corretas”, mas apenas alternativas diferenciadas segundo a percepção do respondente. As respostas não serão individualizadas. Agradecemos a sua participação.

Caso queira receber o resultado da pesquisa, por favor, indique o e-mail para comunicação:

_____.

PARTE I – CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE	
1. Sexo: 1.1 () Masculino 1.2 () Feminino	2. Idade: _____ anos
3. Estado Civil: 3.1 () Casada(o) 3.2 () Solteira(o) 3.3 () Separada(o) 3.4 () Viúva (o)	
4. Seu Salário/Renda Média Mensal: R\$ _____	
5. Qual o seu grau de instrução?	
5.1 () Primeiro grau incompleto ou completo	
5.2 () Ensino médio incompleto ou completo	
5.3 () Graduação incompleta ou completa	
5.4 () Pós-graduação: () especialização () mestrado () doutorado () pós-doutorado	
6. Ocupação (marque com X as alternativas que se apliquem ao seu caso):	
6.1 () empresário 6.2 () dirigente ou empregado de empresa privada	
6.3 () dirigente ou empregado de empresa pública 6.4 () dirigente ou empregado de ONG	
6.5 () trabalhador ou profissional autônomo 6.6 () outros: _____.	
7. Indique, marcando com X, a(s) suas principal(is) atividade(s) ou de sua empresa:	
7.1 () Alta costura e Design de moda	7.7 () Edição e Produção Gráfica
7.2 () Arquitetura e Paisagismo	7.8 () Jornalismo, Propaganda e Publicidade
7.3 () Artes Cênicas (teatro, dança e circo)	7.9 () Música
7.4 () Artes Visuais (artes plásticas, fotografia e design)	7.10 () Patrimônio Imaterial (manifestações culturais, saberes populares, artesanato e gastronomia)
7.5 () Áudio Visual (cinema, multimídia, vídeo e tv)	7.11 () Tecnologia da Informação e Desenvolvimento de Softwares
7.6 () Comércio de Antiguidades e Artes Plásticas (esculturas, pinturas etc.)	7.12 () Outro (identifique): _____

8. Se for empresário, dirigente ou funcionário de empresa pública ou privada, indique, marcando com X, o intervalo a que pertence o número de funcionários da empresa.		
8.1 () até 9 funcionários		
8.2 () de 10 a 49 funcionários		
8.3 () de 50 a 99 funcionários		
8.4 () 100 ou mais funcionários		
9. Indique, marcando com X, o tempo de funcionamento da empresa:		
9.1 () até 1 ano		
9.2 () mais de 1 ano e até 3 anos		
9.3 () mais de 3 anos e até 5 anos		
9.4 () acima de 5 anos		
PARTE II – FATORES RELACIONADOS ÀS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS		
Indique, marcando com X, o grau de sua concordância quanto às questões indicadas em cada uma das seguintes categorias de fatores: Necessidade de Realização; Propensão ao Risco; Propensão para Inovação; Postura Estratégica e Propensão ao Empreendedorismo.		
(Legenda da Escala):		
1 - Discordo Inteiramente;		
2 - Discordo;		
3 - Nem discordo nem concordo;		
4 - Concordo;		
5 - Concordo Plenamente.		
2.1. NECESSIDADE DE REALIZAÇÃO		
Nº	QUESTOES	ESCALA
1	Conservo meus objetivos independentemente dos obstáculos.	1() 2() 3() 4() 5()
2	Estou disposto a fazer sacrifícios pessoais para realizar objetivos.	1() 2() 3() 4() 5()
3	Prefiro trabalhos fáceis àqueles que envolvem desafios.	1() 2() 3() 4() 5()
4	Vejo as tarefas desafiadoras como um estímulo.	1() 2() 3() 4() 5()
5	Na vida busco a minha realização através de novas conquistas.	1() 2() 3() 4() 5()
6	Permaneço firme diante de fracassos iniciais.	1() 2() 3() 4() 5()
7	Estabeleço objetivos, frequentemente, e me empenho em realizá-los.	1() 2() 3() 4() 5()
8	Confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
9	Acredito que ser um empreendedor tem grande reconhecimento social.	1() 2() 3() 4() 5()
10	Penso que ter sucesso é mais importante que ganhar dinheiro.	1() 2() 3() 4() 5()
11	O meu objetivo é ir mais longe do que qualquer outra pessoa antes de mim.	1() 2() 3() 4() 5()
12	Gosto de desfrutar e ter o reconhecimento dos meus êxitos pessoais.	1() 2() 3() 4() 5()
13	A cultura da cidade oferece oportunidade de negócios de grande potencial para a promoção, pela empresa, da inclusão social da população.	1() 2() 3() 4() 5()
14	Avalio as manifestações e práticas culturais e as formas de expressão artísticas e criativas como oportunidades para o desenvolvimento de negócios bem sucedidos.	1() 2() 3() 4() 5()

2.2. PROPENSÃO AO RISCO		
15	Assumo riscos com o intuito de superar a concorrência.	1() 2() 3() 4() 5()
16	Aceito riscos moderados, na busca de novas oportunidades de negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
17	Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
18	Costumo ponderar o risco envolvido nos negócios que faço.	1() 2() 3() 4() 5()
19	Não tenho dificuldades em lidar com imprevistos.	1() 2() 3() 4() 5()
20	Eu fico desconfortável quando tomo decisões com resultados incertos.	1() 2() 3() 4() 5()
21	Desisto de fazer negócios só por ser um pouco arriscado.	1() 2() 3() 4() 5()
22	Prefiro uma vida aventureira a uma vida calma e segura.	1() 2() 3() 4() 5()
23	Tenho medo das conseqüências das decisões que tomo.	1() 2() 3() 4() 5()
24	Estabeleço, frequentemente, objetivos que são difíceis de alcançar.	1() 2() 3() 4() 5()
25	Normalmente, parto logo para a ação, a partir de uma idéia sobre um bom negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
26	Tomo decisões sem analisar as possíveis conseqüências.	1() 2() 3() 4() 5()
27	Tenho inclinação por negócios nas áreas das indústrias criativas, a despeito de reconhecer nessas atividades maior risco do que nas atividades tradicionais.	1() 2() 3() 4() 5()
28	A venda dos produtos da Indústria Criativa é mais incerta do que a dos produtos tradicionais, porque o consumidor precisa reconhecer, além do valor econômico, o valor simbólico desses primeiros bens.	1() 2() 3() 4() 5()
29	A produção de bens de valor simbólico incorpora mais risco do que a de bens tradicionais, pela dificuldade de se estabelecer a priori a capacidade do artista de produzi-lo.	1() 2() 3() 4() 5()
2.3. PROPENSÃO PARA INOVAÇÃO		
30	A cultura da cidade é uma fonte de geração de produtos e serviços inovadores que fortalecem a competitividade das empresas.	1() 2() 3() 4() 5()
31	Eu gosto de pensar que sou uma pessoa criativa.	1() 2() 3() 4() 5()
32	Sou bastante criativo nas diversas esferas de minha vida.	1() 2() 3() 4() 5()
33	Eu aprecio o desafio de inventar, mais do que qualquer coisa.	1() 2() 3() 4() 5()
34	Tenho novas idéias e as coloco em prática.	1() 2() 3() 4() 5()
35	Tenho facilidade em identificar maneiras de melhorar processos e produtos.	1() 2() 3() 4() 5()
36	Crio promoções e novas formas de comercialização para meu negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
37	Busco novas soluções para atender necessidades de clientes.	1() 2() 3() 4() 5()
38	Tenho facilidade para antecipar e prever os acontecimentos.	1() 2() 3() 4() 5()
39	Gosto de improvisar em busca de novas soluções.	1() 2() 3() 4() 5()
40	Procuro sempre novos caminhos para tornar mais variada minha rotina diária.	1() 2() 3() 4() 5()
41	Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta.	1() 2() 3() 4() 5()
42	Entendo que a cultura de um povo representa uma fonte de inovação, pelo conteúdo simbólico que incorpora aos produtos e serviços de mercado.	1() 2() 3() 4() 5()
43	Embora resultado da tradição e do aprendizado transmitido ao longo de gerações, os bens culturais também apresentam capacidade de adaptação a novas necessidades de mercado.	1() 2() 3() 4() 5()
44	Os bens da Indústria Criativa incorporam um conteúdo de criatividade maior do que os bens de produção em massa.	1() 2() 3() 4() 5()

2.4. POSTURA ESTRATÉGICA		
45	Busco identificar continuamente novas oportunidades de negócios	1() 2() 3() 4() 5()
46	Sou curioso e atento a informações.	1() 2() 3() 4() 5()
47	Não me incomodo em repetir um trabalho se for importante para o negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
48	Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes.	1() 2() 3() 4() 5()
49	Analiso pessoalmente meus concorrentes.	1() 2() 3() 4() 5()
50	Sou persistente na resolução de problemas.	1() 2() 3() 4() 5()
51	Procuo fazer previsões claras para o futuro do meu negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
52	Defino e reviso, continuamente, objetivos de curto prazo.	1() 2() 3() 4() 5()
53	Ajo antes de ser forçado pelas circunstâncias.	1() 2() 3() 4() 5()
54	Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.	1() 2() 3() 4() 5()
55	Estabeleço redes de informações para beneficiar meu negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
56	Tenho facilidade de sentir as mudanças do ambiente.	1() 2() 3() 4() 5()
57	Vejo oportunidades de negócio onde ninguém vê.	1() 2() 3() 4() 5()
58	Identifico a cultura de um povo como fonte de oportunidades de negócios.	1() 2() 3() 4() 5()
59	Tenho inclinação para realizar negócios no campo das atividades culturais e expressões artísticas, tecnológicas e de conhecimento.	1() 2() 3() 4() 5()
60	Minha inclinação pelas atividades das indústrias criativas decorre do valor simbólico dos produtos e serviços desse segmento da economia.	1() 2() 3() 4() 5()
61	A persistência na produção de bens simbólicos, mesmo na presença de resultados econômicos não satisfatórios, pode ser associada à vocação e à sensibilidade artística dos agentes produtivos.	1() 2() 3() 4() 5()
2.5. PROPENSÃO AO EMPREENDEDORISMO		
62	Tenho um negócio ou gostaria de iniciar um negócio mais do que qualquer outra coisa.	1() 2() 3() 4() 5()
63	Penso que o sucesso, mais até do que dinheiro e prestígio, é a minha principal motivação.	1() 2() 3() 4() 5()
64	Se for mal sucedido, ao assumir riscos, eu sou capaz de assumir as conseqüências.	1() 2() 3() 4() 5()
65	Estou disposto a assumir riscos se vislumbrar uma boa oportunidade de negócio.	1() 2() 3() 4() 5()
66	Sou capaz de me comunicar e persuadir os outros a participar de meu sonho.	1() 2() 3() 4() 5()
67	Consigo iniciar um projeto e imaginá-lo realizado, em vez de vislumbrar obstáculos.	1() 2() 3() 4() 5()
68	Tenho experiência e conhecimento sobre o ramo de negócio que exploro ou pretendo explorar ou disposição para aprender sobre o assunto.	1() 2() 3() 4() 5()

APÊNDICE 3 – Tabela da relação entre constructos e variáveis preditoras

Constructos e Variáveis	Variáveis preditoras do questionário
Necessidade de realização	
- Superação de desafios	1, 2, 3, 4, 6
- Conquista de objetivos	5, 7, 8, 9, 13
- Obtenção de desempenho	10, 11, 12, 14
Propensão ao risco	
- Aceitação de risco	15, 16, 17, 26, 28
- Tolerância à ambiguidade e incerteza	19, 21, 22, 27, 29
- Ação baseada em visão não inteiramente estruturada	18, 20, 23, 24, 25
Propensão à inovação	
- Criatividade	30, 31, 37, 39, 44
- Inovatividade	32, 33, 34, 40, 42
- Adaptabilidade	35, 36, 38, 41, 43
Postura Estratégica	
- Busca de oportunidade	45, 46, 58, 59
- Persistência	47, 50, 52, 61
- Iniciativa	48, 49, 53, 54
- Visão direcionadora	51, 55, 56, 57, 60
Propensão ao Empreendedorismo	
- V1	62
- V2	63
- V3	64
- V4	65
- V5	66
- V6	67
- V7	68

Fonte: a autora.

APÊNDICE 4 – Quadro da renda mensal per capita dos chefes de família por região administrativa – Fortaleza – 1991 - 2000

RENDA MENSAL (salários mínimos)	Região I (%)		Região II (%)		Região III (%)		Região IV (%)		Região V (%)		Região VI (%)		FORTALEZA (%)	
	1991	2000	1991	2000	1991	2000	1991	2000	1991	2000	1991	2000	1991	2000
0 – 1	41,62	26,75	21,06	12,56	37,67	23,91	26,53	17,78	44,39	26,67	38,04	25,65	35,33	22,78
1 – 3	34,37	35,18	24,85	19,87	35,44	34,72	31,56	28,45	38,46	40,62	37,08	34,65	33,76	32,95
3 – 5	8,85	11,12	9,42	8,34	9,30	12,31	11,84	13,10	7,27	11,74	8,17	10,19	9,04	11,07
5 – 10	7,84	10,09	15,50	15,21	8,69	12,21	15,48	17,67	4,63	8,26	7,91	9,71	9,75	11,70
10 – 20	2,76	4,10	14,97	17,92	3,31	5,34	7,88	10,83	1,11	1,92	3,45	4,88	5,41	6,95
Acima de 20	0,75	1,26	11,12	19,43	1,09	1,80	2,82	4,18	0,26	0,47	1,15	2,18	2,81	4,51
Sem Renda e Sem Declaração	3,81	11,50	3,08	6,67	4,50	9,71	3,89	7,98	3,88	10,31	4,20	12,74	3,90	10,05
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: SEPLA (2004)