2004

GEM Global Entrepreneurship Monitor

Empreendedorismo no Brasil . 2004

Paulo Alberto Bastos Jr. ▪ Simara Maria S. S. Greco ▪ Rodrigo Rossi Horochovski
Joana Paula Machado ▪ Marcos Mueller Schlemm (Diretor)

GEM Global Entrepreneurship Monitor

Empreendedorismo no Brasil . 2004

CURITIBA
2005

Depósito legal junto à Bibliotca Nacional,
conforme Lei nº 10.994 de 14 de dezembro de 2004

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Index Consultoria em Informação e Serviços S/C Ltda.
Curitba - PR

E55 Empreendedorismo no Brasil : 2004 / Paulo Alberto Bastos Júnior... [et al.].— Curitiba : IBQP ; SEBRAE, 2005.

107 p.

ISBN 85-87446-08-8

1. Empreendedorismo - Brasil. I. Bastos Júnior, Paulo Alberto. II.Título.

CDD (20.ed.) 658.42
CDU (2. ed.) 65.012.4(81)

IMPRESSO NO BRASIL/PRINTED IN BRAZIL

GEM BRASIL - INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Coordenação Internacional
Babson College (EUA)
London Business School (Inglaterra)
Global Entrepreneurship Research Association - GERA (Inglaterra)

Parceiros Nacionais

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná – IBQP
Sérgio Marcos Prosdócimo - Presidente do Conselho de Administração
Fulgêncio Torres Viruel - Diretor-Superintendente
Maria José Reis Pontoni - Gerente Administrativo-Financeira

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE
Paulo Tarciso Okamotto - Diretor-Presidente
Luiz Carlos Barboza - Diretor Técnico
César Acosta Rech - Diretor de Administração e Finanças
Enio Duarte Pinto - Gerente da Unidade de Educação e Desenvolvimento da Cultura Empreendedora - UEDCE

Instituto Euvaldo Lodi - IEL/PR
Rodrigo Costa da Rocha Loures - Presidente do Sistema FIEP
Marcos Mueller Schlemm - Superintendente
Gina Paladino - Diretora Executiva

Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
Clemente Ivo Juliatto - Reitor
Nélio Mauro Aguirre de Castro - Decano do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas - CCSA
Eduardo Damião da Silva - Diretor do Programa de Pós-Graduação em Administração

GEM NO BRASIL

Coordenação e Execução
Marcos Mueller Schlemm - Diretor Geral
Mateus Fabrício Feller - Estatístico
Simara Maria de Souza Silveira Greco - Coordenadora Executiva
Rodrigo Rossi Horochovski - Pesquisador Sênior
Paulo Alberto Bastos Junior - Pesquisador Sênior
Joana Paula Machado - Trainee

Entrevistadores da Pesquisa com Especialistas no Brasil
Benedito Júlio de Souza, Claudio Marlus Skora, Paulo Alberto Bastos Junior, Renato Vieira Ribeiro, Otávio Morand Bentes, Valdir Bolivar Martins

Pesquisa de Campo com População Adulta
Instituto Bonilha

Apoio Lingüístico
Francisco Teixeira Neto

Capa
Priscila Bavaresco - SENAI-PR - LABTEC

Direção de Arte
Márcia Donegá Ferreira Leandro, Tânia Regina Rover Virmond, Priscila Bavaresco - SENAI-PR - LABTEC

Revisão e Diagramação
Antônia Schwinden e Stella Maris Gazziero

AGRADECIMENTOS

O GEM Brasil 2004, que está sendo levado a público por meio deste livro, é produto de uma ação integrada que envolve um sem-número de instituições e pessoas que, de alguma forma, contribuíram para a crescente disseminação do fenômeno do empreendedorismo no Brasil e no mundo.

O fortalecimento de formas de associação, promovendo, assim, a possibilidade do intercâmbio de idéias e experiências entre pares, parceiros e instituições, é uma forma de incentivar a cultura empreendedora, representando a grande riqueza do Projeto GEM. Em razão disso, agradecemos à London Business School e ao Babson College no desempenho da função de Equipe de Coordenação Internacional do GEM, pela capacidade de integrar e coordenar as demais Equipes Nacionais, às quais também agradecemos.

Integração e parceria são palavras-chave em todo o processo de planejamento e execução do GEM Brasil. Assim, é necessário ressaltar o apoio recebido do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e do Instituto Euvaldo Lodi (IEL-PR), no que diz respeito à viabilização da execução da pesquisa, além de todo um conjunto de ações que ambas as instituições desenvolvem para estimular o espírito empreendedor no povo brasileiro e implementar medidas concretas que fortaleçam o empreendedorismo no País. À Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), agradecemos o apoio institucional e acadêmico. Queremos registrar nossa especial gratidão ao Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná (IBQP), na pessoa do Sr. Sérgio Marcos Prosdócimo, presidente do Conselho de Administração do Instituto, por ter acreditado no projeto desde seu início, bem como pela infra-estrutura física disponibilizada e pela colaboração de todo seu corpo técnico e administrativo.

Nosso sincero agradecimento é extensivo à equipe do LABTEC, do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI-PR), pelo excelente trabalho de direção de arte e elaboração da capa deste trabalho.

Na qualidade de pesquisa que revela e analisa o perfil do empreendedorismo no Brasil, o GEM necessita de ampla gama de informações. Portanto, é preciso registrar nosso apreço aos quarenta e sete especialistas que contribuíram com

suas análises abalizadas, bem como aos quatro mil entrevistados, empreendedores ou não, que, espontaneamente, disponibilizaram informações, sementes para a construção de um conhecimento de alto valor agregado acerca do fenômeno empreendedor no país.

Por fim, em nome da Equipe GEM Brasil, aproveito este espaço para compartilhar com o leitor a imensa satisfação em realizar esta pesquisa, que, com o passar do tempo, vem se firmando como o principal estudo científico sobre o empreendedorismo em nosso país.

Marcos Mueller Schlemm
Diretor Geral do GEM no Brasil

APRESENTAÇÃO

Esta nova pesquisa do GEM consolida a necessidade e a urgência de uma série de ações estruturais para dar suporte a uma característica que os dados coletados desde 2001 vêm demonstrando como inerente ao brasileiro: o empreendedorismo.

Mais uma vez, o Brasil se mantém, numa lista de 34 países, entre os sete que mais empreendem no mundo, no sentido de montar um negócio próprio, que exige coragem, ousadia, criatividade. Mais uma vez, contudo, fica demonstrado que algumas das causas dessa alta taxa de empreendedorismo no país estão nas nossas históricas mazelas socioeconômicas.

É o caso, por exemplo, do empreendimento por necessidade, cujos índices, como revela a pesquisa relativa a 2004, embora menores do que a atividade empreendedora por oportunidade, continuam elevados, registrando a proporção de 46%. Mencione-se, ainda, a baixa educação formal dos empreendedores, dado que apenas 14% têm formação superior, contra 23% em média, nos países de renda per capita semelhante à nossa, e 30% sequer concluíram o ensino fundamental.

Os especialistas em empreendedorismo ouvidos pela pesquisa – que, louve-se, aprimora-se a cada ano, inovando em 2004 ao conectar a postura empreendedora com dados da renda nacional dos países – apontam três grandes fatores limitantes à atividade empreendedora, a saber: falta de acesso ao crédito, excesso de burocracia e de impostos e capacitação insuficiente.

Tais elementos formam o ambiente perverso aos pequenos negócios que é urgente mudar, se quisermos construir um país socialmente justo, o que passa necessariamente por dar sustentabilidade às micro e pequenas empresas, as MPEs. Afinal, estamos falando de 99% do número de empresas formais existentes no Brasil, que empregam com carteira assinada 35 milhões de pessoas.

Mudanças com maior foco e precisão requerem conhecer bem as necessidades e carências dos empreendedores. Daí a importância dos levantamentos do GEM, uma feliz parceria entre o SEBRAE, IBQP, IEL-PR e PUC-PR. Eles não apenas desvendam o universo desses empreendedores e rastreiam suas particularidades, como balizam, vale insistir, os rumos a tomar para que se exerça com sucesso, no nosso país, a saudável capacidade de empreender.

Paulo Okamotto
Diretor-Presidente do SEBRAE

PREFÁCIO

O projeto Global Entrepreneurship Monitor anualmente consolida-se como a iniciativa de maior escopo no estudo do empreendedorismo global. Mais do que uma abrangência meramente geográfica, o GEM reforça sua capacidade de influenciar e orientar os formuladores de políticas voltadas para o desenvolvimento econômico e social dos países. Esta conquista só é possível mediante o poder de articulação e formação de rede que o projeto atesta.

Tal rede congrega equipes, instituições e parceiros de mais de quarenta países, residindo aí a força e o diferencial deste projeto de pesquisa. Há equipes de trabalho do GEM distribuídas por todos os continentes, trocando informações, compartilhando experiências e produzindo conhecimentos de suma relevância para o mundo do empreendedorismo.

A participação destacada da equipe brasileira nesta rede, sob orientação do Prof. Marcos Mueller Schlemm, Diretor Geral do GEM, é motivo de honra para todos nós. Inegavelmente nos valemos de seus resultados e de suas proposições para apoiar iniciativas empreendedoras no Brasil.

As atividades empreendedoras, ao contrário do que muitos defendem, não são um "modismo" passageiro, mas a força motriz de toda a realização ocidental que deu origem às grandes organizações que hoje geram empregos e impostos, promovendo o desenvolvimento econômico.

Da análise criteriosa dos resultados contidos neste relatório, percebe-se o quão pujante é a força do empreendedorismo no Brasil. Sua importância em nosso contexto socioeconômico é inegável, uma vez que o estímulo ao empreendedorismo pode ser considerado como alternativa significativa para a superação dos graves problemas que assolam a nação brasileira, em especial no tocante à geração de emprego e renda.

Contudo, embora a elevada taxa de empreendedorismo identificada na sociedade brasileira represente, essencialmente, motivo de orgulho, é preciso apontar para outras questões. Há que se considerar a qualidade do empreendimento como um aspecto que merece destaque especial nesta avaliação.

Os estudos realizados pela pesquisa GEM têm mostrado, ano após ano, que o empreendedorismo no Brasil ocorre tanto pelo fato de as pessoas se motivarem a aproveitar uma boa oportunidade de negócio como pela necessidade de sobrevivência do cidadão. A mesma pesquisa detectou que nos países desenvolvidos a ação empreendedora está mais ligada a uma real oportunidade de negócio.

Se, por um lado, esta condição reflete as mazelas do contexto econômico nacional, por outro podemos concluir que o grande ativo para o crescimento de nosso país está diante de nossos olhos: a vontade que o brasileiro tem de investir, de crescer, de empreender, apesar das constantes dificuldades econômicas e estruturais.

A tarefa de canalizar adequadamente este desejo realizador detectado entre os brasileiros cabe a nós, agentes da sociedade civil organizada, formuladores de políticas públicas, educadores e empresários. Para tanto, é necessário que ouçamos o "recado" do GEM Brasil e assumamos nosso papel na criação das condições que favoreçam o empreendedor brasileiro, e que o empreendedorismo no país possa contribuir crescentemente para a geração de emprego e renda, vale dizer, para o desenvolvimento econômico.

Rodrigo da Rocha Loures
Presidente do Sistema FIEP

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS 5

APRESENTAÇÃO 7

PREFÁCIO 9

INTRODUÇÃO 15

1 EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL (TEA) E MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER 19

2 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES 31

3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO 37

4 AS CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL SEGUNDO O MODELO GEM 47

5 IMPLICAÇÕES PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS 58

TÓPICOS ESPECIAIS 63

1 EMPREENDEDORISMO E GÊNERO 63

2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL 75

REFERÊNCIAS 80

APÊNDICE 1 - PRESSUPOSTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS 81

APÊNDICE 2 - PRINCIPAIS TAXAS E ESTIMATIVAS 96

APÊNDICE 3 - EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES 102

SIGLAS

ANPROTEC	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
APL	Arranjos Produtivos Locais
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNT	Confederação Nacional dos Transportes
EFC	Condições Estruturais para o Empreendedorismo (Entrepreneurial Framework Conditions)
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
ISIC	International Standard Industry Codes
MPE	Micro e Pequenas Empresas
OCDE	Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento
ONG	Organização Não Governamental
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PIB	Produto Interno Bruto
PISA	Programme for International Student Assessment
PME	Pesquisa Mensal de Emprego
PUCPR	Pontifícia Universidade Católica do Paraná
SEA	Taxa de Atividade do Empreendedorismo Social (Social Entrepreneurship Activity)
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
TEA	Taxa de Atividade Empreendedora Total (Total Entrepreneurial Activity)

LISTAS

FIGURAS

1 ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL (TEA), SEGUNDO OS PAÍSES PARTICIPANTES - 2004 19

2 CORRELAÇÃO TEA E RENDA NACIONAL DOS PAÍSES PARTICIPANTES (TENDÊNCIA PARABÓLICA AJUSTADA) - 2004 21

3 EVOLUÇÃO DA TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA -TEA BRASIL - 2001-2004 24

4 EVOLUÇÃO DA TEA, SEGUNDO NECESSIDADE - BRASIL - 2001-2004 26

5 EVOLUÇÃO DA TEA, SEGUNDO OPORTUNIDADE - BRASIL - 2001-2004 26

6 PARTICIPAÇÃO DOS PAÍSES NA TEA, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - 2001-2004 27

7 TEA SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA - 2004 33

8 TEA SEGUNDO ESCOLARIDADE E GRUPOS DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA) - 2004 34

9 PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO, SEGUNDO SITUAÇÃO LABORAL (PESSOAS TRABALHANDO) E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA - 2004 37

10 PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORES, SEGUNDO SETOR ECONÔMICO E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA - 2004 39

11 TIPO DE EMPREENDIMENTO, SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO CNAE BRASIL - 2004 39

12 PROPORÇÃO DE EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE EMPREGO E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA 41

13 PROPORÇÃO DE EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO INTENSIDADE DE EXPORTAÇÃO ESPERADA E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA 42

14 TAXA DE INVESTIDOR INFORMAL - 2001-2004 46

15 CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÕES ESPECIALISTAS - 2004 58

16 TEA SEGUNDO GÊNERO E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA 2004 66

17 TEA MULHER 2004: OPORTUNIDADE E NECESSIDADE POR GRUPOS DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA) 66

18 DISTRIBUIÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA POR GÊNERO - 2004 69

19 MULHERES QUE CONHECEM OUTROS EMPREENDEDORES POR GRUPOS DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA) 71

20 MULHERES QUE PERCEBEM OPORTUNIDADE PARA INICIAR NOVO NEGÓCIO POR GRUPO DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA) 72

21 MULHERES QUE AFIRMAM TER EXPERIÊNCIA, HABILIDADE E CONHECIMENTO PARA INICIAR NOVO NEGÓCIO POR GRUPO DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA) 73

22 MODELO CONCEITUAL DO GEM 82

QUADROS

1 POSIÇÕES DOS PAÍSES NA CURVA DE TENDÊNCIA, SEGUNDO A TEA E A RENDA PER CAPITA - 2004 21

2 CARACTERÍSTICAS DE ALGUNS PAÍSES, SEGUNDO A RENDA NACIONAL E A TEA - 2004 24

3 TEA TOTAL E POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA - BRASIL - 2004 33

4 TEA TOTAL E POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO ESCOLARIDADE - BRASIL - 2004 35

5 TEA TOTAL E POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO FAIXA DE RENDA - BRASIL - 2004 36

6 RELACÃO DO INVESTIDOR INFORMAL COM O EMPREENDEDOR - 2004 45

7 TEA POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO GÊNERO - BRASIL - 2004 65

8 TEA SEGUNDO GÊNERO, POR RENDA FAMILIAR - 2004 67

9 TEA SEGUNDO GÊNERO, POR ESCOLARIDADE - 2004 68

10 EXPECTATIVA DE GERAÇÃO DE EMPREGOS POR GÊNERO - 2004 70

11 TAXA E PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL (SEA) POR GÊNERO - 2004 77

12 TAXA E PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL (SEA) POR ESCOLARIDADE - 2004 77

13: REGIÕES DO MUNDO, PIB PER CAPITA E TEA 85

14 NÚMERO DE ENTREVISTADOS POR REGIÕES DO BRASIL 87

15 CRONOGRAMA DA PESQUISA NO BRASIL 95

16 DADOS SOBRE A POPULAÇÃO ADULTA (18 A 64 ANOS) DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004 96

17 TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004 97

18 TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES HOMENS DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004 98

19 TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES MULHERES DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004 99

20 TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES, SEGUNDO OPORTUNIDADE E GÊNERO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004 100

21 TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES, SEGUNDO NECESSIDADE E GÊNERO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004 101

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é a chave do crescimento das nações. Compreender o fenômeno é essencial para traçar políticas e programas para o fortalecimento dos negócios e o conseqüente desenvolvimento socioeconômico da sociedade, por meio de geração de riqueza, ocupação e renda para as famílias.

O GEM vem se notabilizando como o mais bem-sucedido esforço de compreensão da dinâmica empreendedora – a única que, aplicando uma metodologia baseada em ferramentas padronizadas, permite a comparação entre países. Desde o início do projeto, em 1999, mais de 40 países foram envolvidos, representantes de todos os continentes e reunindo a maior parte da população e da economia do globo.

O principal indicador do GEM é a taxa de Atividade Empreendedora Global, cuja sigla TEA já é de amplo conhecimento nos meios empresarial, governamental e acadêmico e que, nos últimos tempos, vem ganhando expressivo espaço na mídia. A TEA praticamente já constitui um novo substantivo, utilizado para designar a proporção de componentes da força de trabalho envolvidos na criação e no desenvolvimento de novos negócios.

Em 2004, diversas novidades foram introduzidas no GEM. No plano internacional, deu-se maior destaque para a relação entre a renda dos países e suas taxas de empreendedorismo. Além disso, um novo indicador foi proposto às equipes nacionais: o empreendedorismo social.

No plano interno, inovações foram trazidas principalmente na forma de publicar os resultados.

A exposição da metodologia da pesquisa está bastante diferenciada. Esta passou a ser um apêndice em que cada aspecto constitui uma nota com remissão ao longo dos capítulos do livro. Portanto, é possível ler esta parte de dois modos: ou como um capítulo independente – para uma compreensão geral de como a pesquisa foi feita –, ou remetendo-se a cada aspecto conforme se avança na leitura dos resultados – de modo a obter definições de cada indicador ou procedimento utilizado.

A principal novidade, contudo, está na produção de dois documentos extensos. O sumário executivo ficou mais encorpado, quase do tamanho de um relatório completo, trazendo um panorama geral de todos os achados. Isso deu mais liberdade para a equipe fazer análises mais aprofundadas. Este livro é o resultado dessas análises e, para uma melhor apreensão dos resultados, seus capítulos correspondem a temas relacionados ao empreendedorismo.

No primeiro capítulo, *Evolução da Atividade Empreendedora Total (TEA) e Motivação para Empreender*, são apresentados os resultados gerais da investigação. A tônica da seção é a relação entre o empreendedorismo e a economia global, com que as taxas de empreendedorismo dos países participantes são analisadas segundo sua renda per capita. A seção traz também as taxas de empreendedorismo no Brasil, interpretadas à luz de aspectos culturais e econômicos do País.

A seguir, em *Características Demográficas dos Empreendedores*, são apresentadas as características demográficas do empreendedor, no tocante a: gênero, faixa etária, escolaridade, renda familiar e situação laboral. O objetivo aqui é traçar um perfil geral das pessoas envolvidas com a criação e o desenvolvimento dos negócios.

O capítulo 3, *Características do Empreendimento*, enfoca o perfil dos negócios liderados pelos empreendedores descritos na seção anterior. Assim, são discutidas as atividades econômicas dessas empresas, a expectativa que estas têm de gerar empregos, inovação tecnológica e mercados, dentro e fora do país, bem como as fontes dos recursos que as viabilizam.

As Condições para Empreender no Brasil segundo o Modelo GEM é o quarto capítulo deste livro. Nele, são trazidas as posições dos especialistas entrevistados em 2004 sobre os fatores que favorecem e limitam a criação de negócios no País, especialmente no plano da formalidade. Sempre que necessário, dados secundários reforçam as análises presentes nesta seção, com o fito de traçar a cena na qual os negócios se desdobram.

O quinto capítulo, *Implicações para Formuladores de Políticas*, fecha o núcleo central desta obra. Com base nos resultados do GEM 2004 e em sugestões formuladas pelos especialistas, constrói-se um conjunto de propostas para melhorar o empreendedorismo no Brasil que, se, por um lado, apresenta

vigoroso nos números absolutos, por outro, tem muito a fazer do ponto de vista da qualidade e da sustentabilidade dos negócios.

Este ano, o GEM desenvolveu dois estudos específicos que publicamos como tópicos especiais deste livro. O primeiro, *Empreendedorismo e Gênero*, além da relação entre os temas presentes no título, enfatiza a mulher diante dos negócios, suas conquistas e desafios. O segundo, *Empreendedorismo Social*, é uma nova contribuição do GEM: medir e analisar a criação de empreendimentos sem fins lucrativos e de finalidade social. Frise-se a iniciativa da Equipe GEM Brasil, como uma das primeiras, juntamente com sua congênere no Reino Unido, a fazer esta investigação.

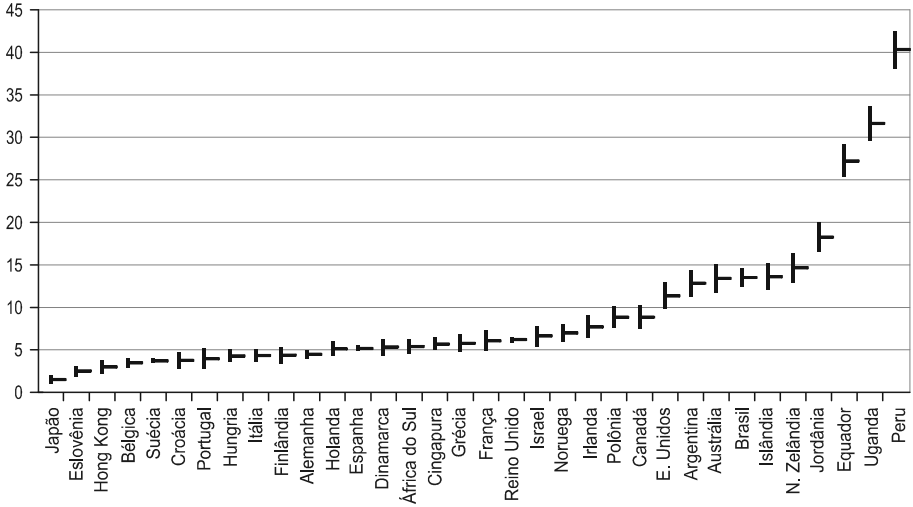
O GEM Brasil 2004 é superlativo: entrevistas com milhares de pessoas no País e a produção de diversos documentos. Adicionalmente, a realização de pesquisas em cinco anos consecutivos propiciou a reunião de um número muito significativo de dados que, agregados, formam um retrato dos mais completos do empreendedorismo no Brasil, tanto para uma melhor compreensão do fenômeno quanto para a formulação de políticas e programas.

1 EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL (TEA) E MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER

O EMPREENDEDORISMO E A ECONOMIA GLOBAL

O empreendedorismo[1] atinge um número expressivo de pessoas ao redor do mundo, como revela o GEM[2] em 2004. Nos 34 países pesquisados, a Taxa de Atividade Empreendedora Total (TEA) variou de 1,5% até mais de 40%, com média de 9,3%, o que significa cerca de 73 milhões indivíduos adultos (18 a 64 anos) envolvidos na abertura de novos negócios ou administrando empreendimentos recentes dos quais também são proprietários.

FIGURA 1 - ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL (TEA), SEGUNDO OS PAÍSES PARTICIPANTES - 2004



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

[1] Apêndice 1, item 1.1.

[2] Apêndice 1, item 1.2.

O ranking dos países participantes do GEM não tem variado significativamente de ano para ano, sugerindo que o empreendedorismo é reflexo das características estruturais dos países, sejam essas condições macroeconômicas gerais ou fatores culturais, sociais e institucionais. Assim, conquanto as flutuações macroeconômicas gerem mudanças de curta duração no nível de atividade empreendedora, o desempenho de cada país tende a se estabelecer em torno de uma linha ao longo do tempo. Essa observação tem importantes implicações:

- Intervenções políticas de curto prazo podem apresentar resultados momentâneos, mas não efeitos de longa duração;
- Políticas bem-sucedidas em um país podem falhar em outros. No entanto, o Brasil pode e deve aprender com as experiências de outros países, as quais, com as devidas adaptações, podem inspirar programas contextualizados à realidade brasileira.

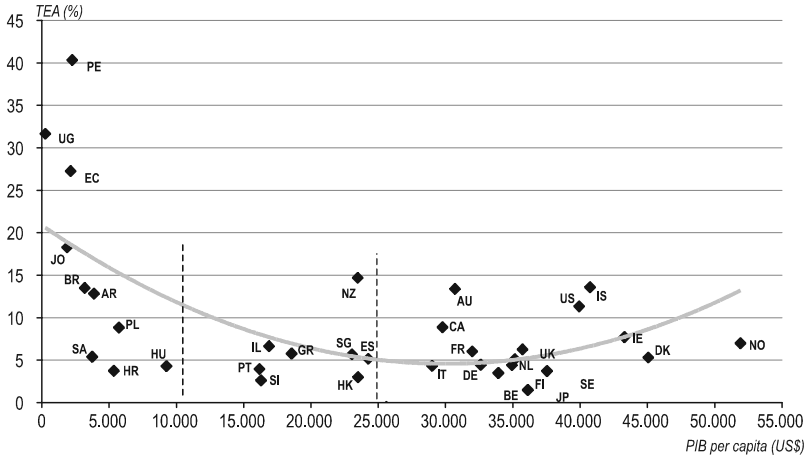
Em face das considerações acima, a análise do GEM 2004 é aprimorada em relação aos anos anteriores ao explorar a relação entre atividade empreendedora e renda nacional expressa pelo PIB per capita[3]. Embora seja de senso comum que empreendedorismo e desenvolvimento econômico compõem um círculo virtuoso, esta relação é complexa, pois envolve muitas outras variáveis, e conclusões mais consistentes exigem um período mais longo de observações. Todavia, os dados obtidos até o momento pelo GEM permitem avançar em interpretações muito importantes sobre a relação entre os níveis de empreendedorismo e a renda nacional dos países.

A Figura 2 indica uma possível relação em formato de parábola entre as variáveis TEA[4] e PIB per capita dos países participantes, formando nove subgrupos, apresentados no Quadro 1.

[3] Apêndice 1, item 1.3.

[4] Apêndice 1, item 1.4.

FIGURA 2 - CORRELAÇÃO TEA E RENDA NACIONAL DOS PAÍSES PARTICIPANTES (TENDÊNCIA PARABÓLICA AJUSTADA) - 2004



FONTE: GEM 2004 - Executive Report

QUADRO 1 - POSIÇÕES DOS PAÍSES NA CURVA DE TENDÊNCIA, SEGUNDO A TEA E A RENDA PER CAPITA - 2004

POSIÇÃO	RENDA PER CAPITA (US$)		
	Baixa (menos de US$ 10.000)	Média (Entre US$ 10.000 e US$ 25.000)	Alta (Mais de US$ 25.000)
Acima da curva	Peru (PE)	Nova Zelândia (NZ)	Canadá (CA)
	Uganda (UG)		Austrália (AU)
	Equador (EC)		Islândia (IS)
			Estados Unidos (US)
Na curva	Jordânia (JO)	Israel (IL)	França (FR)
	Brasil BR)	Grécia (GR)	Alemanha (DE)
	Argentina (AR)	Cingapura (SG)	Holanda (NL)
		Espanha (ES)	Bélgica (BE)
			Reino Unido (UK)
			Finlândia (FI)
			Irlanda (IE)
			Itália (IT)
Abaixo da curva	Polônia (PL)	Eslovênia (SI)	Japão (JP)
	África do Sul (SA)	Portugal (PT)	Suécia (SE)
	Croácia (HR)	Hong Kong (HK)	Dinamarca (DK)
	Hungria (HU)		Noruega (NO)
	China* (CN)		

FONTE: GEM 2004 - Executive Report

Os países componentes de cada um dos subgrupos apresentam características comuns que trazem implicações para a definição de políticas voltadas ao empreendedorismo.

Países de renda baixa

Entre os países de baixa renda, o setor empreendedor gera oportunidades de trabalho e espaços para a criação de mercados, o que explica as elevadas taxas de atividade empreendedora. Este grupo, entretanto, não é monolítico, sendo possível identificar subgrupos, dos quais destacamos dois:

- Países acima da curva – Equador, Peru e Uganda são os de mais baixa renda. O empreendedorismo aí praticado apresenta altas taxas e é tipicamente baseado na necessidade econômica de sobrevivência, liderado por empreendedores com menos educação formal e tende a utilizar tecnologias menos sofisticadas, oferecendo ao mercado produtos e serviços tradicionais.
- Países na curva: Brasil e Argentina estão entre esses países, cujo PIB per capita está mais próximo dos 10 mil dólares e que apresentam razoáveis níveis de diversificação industrial e dinamismo no setor de serviços. Suas TEAs refletem um processo de acomodação macroeconômica em anos recentes e uma tendência à estabilização.

Países de renda média

À medida que cresce a renda dos países, a maior difusão de novas tecnologias e economias de escala permite o atendimento às crescentes demandas do mercado pelas grandes empresas, que fortalecem seu papel na economia. Como conseqüência, diminui a intensidade de criação de novos negócios nesses países, uma vez que um crescente número de pessoas passa a encontrar empregos estáveis, além de um eficaz sistema de seguridade social.

Esta é a realidade dos países de médio PIB per capita que, entre outros países, reúne Israel, Cingapura, Grécia, Espanha, Portugal entre outros. A alta TEA da Nova Zelândia posiciona o país acima da curva deste grupo, fazendo dela uma exceção, explicada, sobretudo, por fatores culturais, principalmente sua colonização recente, de marcada herança anglo-saxônica.

Países de renda alta

A partir de um determinado ponto da curva, em que se passa dos países de renda média para os de renda alta, observa-se que o papel do empreendedorismo volta a crescer em importância, na medida em que mais pessoas passam a dispor de recursos para envolver-se em novos negócios e o ambiente econômico permite a exploração de novas oportunidades. Alguns casos típicos merecem análise:

- países acima da curva: Austrália e Estados Unidos são sociedades de fronteira, em construção e de colonização relativamente recente, sobretudo anglo-saxônica, de forte espírito empreendedor. Além disso, o arcabouço institucional facilita a abertura de novos negócios, na medida em que são reduzidas as barreiras burocráticas. Daí suas elevadas taxas de empreendedorismo.
- países na curva: Itália e Alemanha refletem a situação do empreendedorismo neste grupo de países mais afluentes. A TEA neles é composta por maior proporção de negócios inovadores e com expansão de mercado e empreendimentos motivados principalmente pela oportunidade, quando se compara com a situação das economias emergentes que participam da pesquisa.
- países abaixo da curva: O Japão é o exemplo emblemático deste grupo. A estrutura empresarial do país, concentrada em grandes grupos empresariais, combinada com reduzidas diferenças de renda entre a população, faz com que ali se verifiquem as mais baixas taxas de empreendedorismo.

Para ilustrar a relação entre TEA e renda, o quadro 2 traz algumas características dos países dos dois subgrupos dos extremos esquerdo e direito, os quais apresentam rendas baixa e alta e as TEAs mais elevadas:

Assim, empreendedores em países com diferentes níveis de PIB per capita enfrentam desafios distintos, o que indica que políticas e condições consideradas favoráveis em um país podem não ser efetivas ou favoráveis em outros. Isso reforça o argumento sobre a necessidade de que esse aspecto seja seriamente considerado nas análises sobre empreendedorismo.

QUADRO 2 - CARACTERÍSTICAS DE ALGUNS PAÍSES, SEGUNDO A RENDA NACIONAL E A TEA - 2004

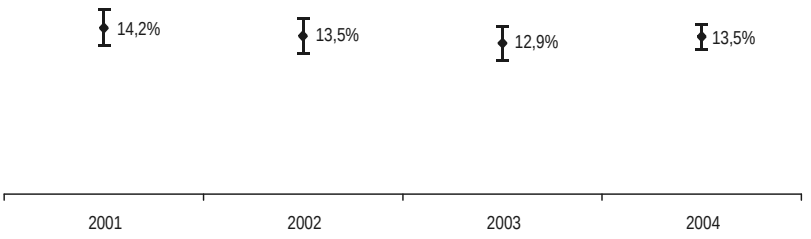
CARACTERÍSTICAS	RENDA NACIONAL E TEA	
	Baixa Renda e TEA Alta	Alta Renda e TEA Alta
Motivação para empreender	Alta proporção de empreendedores por necessidade	Empreendem principalmente por oportunidade
Educação	Grande concentração de empreendedores com baixo nível educacional	Empreendedores com os melhores níveis educacionais do mundo
Tecnologia e inovação	Utilização de tecnologia antiga e pouca inovação	Melhores políticas de transferência de tecnologias
Capitalistas de risco	Não se sentem atraídos para investir	A saúde da economia atrai capitalistas de risco
Políticas de suporte ao empreendedorismo	Formuladores não se mostram interessados em dirigir programas para empreendimento de baixo valor agregado	Mais propensas a apoiar o empreendedorismo dada a característica dos empreendimentos

FONTE: GEM 2004 - Executive Report

AS TAXAS DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Em todos os anos em que vem participando da pesquisa, o Brasil vem se mantendo entre os sete países com taxas (TEA) mais altas. Em 2004, o Brasil posiciona-se em 7º lugar, com uma TEA de 13,5% (Figura 3).

FIGURA 3 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA -TEA BRASIL - 2001-2004



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004

A TEA obtida indica uma possível reversão na tendência de queda que vinha sendo observada nos últimos três anos, que só poderá ser confirmada após mais anos de pesquisa. No momento, dada a pequena diferença entre as taxas no período de 2001 a 2004, analisa-se esse grupo de anos em bloco e conclui-se que a taxa de empreendedorismo no Brasil vem oscilando em torno de 13%.

O fenômeno não é expressivo apenas em termos percentuais. Também o é em termos absolutos. Estima-se que o Brasil comporte um contingente de 15 milhões de empreendedores, atrás apenas dos EUA, em 2004.

Quanto ao estágio em que se encontram os empreendedores, 65% estão à frente de negócios novos[5] e 35%, de nascentes[6]. Com relação à motivação (oportunidade ou necessidade)[7] para empreender no Brasil, aumentou a taxa de empreendedorismo por necessidade (Figura 4), de 5,5% em 2003 para 6,2% em 2004, quando o Brasil fica na 4ª posição no ranking. Por outro lado, a taxa de empreendedorismo por oportunidade (Figura 5) praticamente se mantém: 6,9% em 2003 e 7%, em 2004, quando o Brasil fica na 11ª posição no ranking.

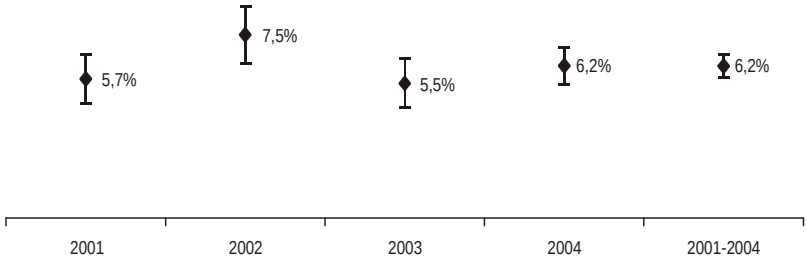
A participação de empreendedores por necessidade na composição da taxa global do Brasil vem se mantendo alta em todos os anos de pesquisa (40% em 2001, 55% em 2002, 43% em 2003 e 46% em 2004). Essa proporção, no período acumulado de 2001 a 2004, situou-se em torno de 50% (Figura 6) e em números absolutos significa aproximadamente sete milhões de pessoas.

[5] Apêndice 1, item 1.5.

[6] Apêndice 1, item 1.6.

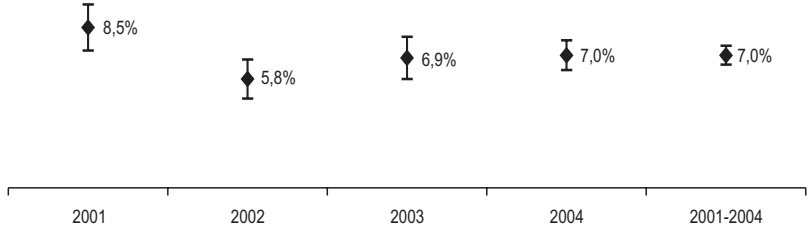
[7] Apêndice 1, item 1.7.

FIGURA 4 - EVOLUÇÃO DA TEA, SEGUNDO NECESSIDADE - BRASIL - 2001-2004



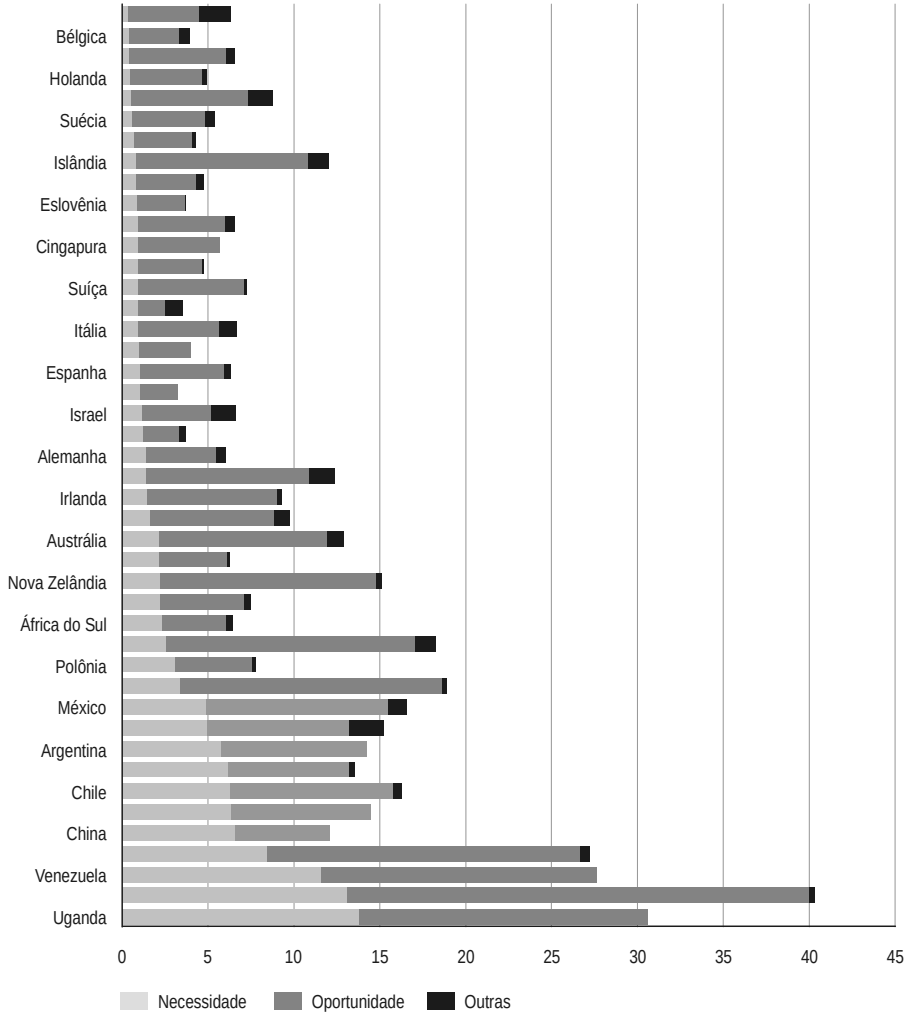
FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004

FIGURA 5 - EVOLUÇÃO DA TEA, SEGUNDO OPORTUNIDADE - BRASIL - 2001-2004



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004

FIGURA 6 - PARTICIPAÇÃO DOS PAÍSES NA TEA, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - 2001-2004



FONTE: GEM 2004 - Executive Report

Esses resultados fazem emergir um conjunto de questões: Por que as taxas de empreendedorismo no Brasil sempre permanecem entre as mais altas? Por que a proporção de empreendedores por necessidade é tão alta no País? Por que a TEA por oportunidade também é alta? A resposta a essas perguntas têm diversas origens, porém dois fatores parecem exercer maior influência: a cultura e a economia.

A cultura brasileira e o empreendedorismo

A atividade empreendedora necessita de uma cultura favorável à criação de negócios. Nesse sentido, o GEM vem analisando o comportamento das pessoas em face do trabalho e dos negócios, enfim, a influência da cultura sobre o empreendedorismo. Como em anos anteriores, a pesquisa de 2004 confirma algumas suspeitas e nega alguns preconceitos do senso comum sobre a questão, a partir dos resultados da pesquisa com especialistas e junto à população adulta.

Para os especialistas, os traços sociais e culturais são favoráveis no tocante à criatividade e a adaptabilidade do brasileiro. Sublinham também o fato de os brasileiros almejarem padrões de consumo bastante elevados, o que, conforme um dos entrevistados, "potencializa sentimentos de ambição e auto-realização que resultam em iniciativas empreendedoras". Foi mencionada também a crescente exposição do tema na mídia e na literatura especializada.

Todavia, os especialistas comumente criticam a suposta presença, no Brasil, de uma forte cultura do emprego, de uma aversão ao risco. Isso resultaria de diversos fatores: por um lado, a colonização do País, orientada para exploração e não para a ocupação e altamente influenciada por valores religiosos, que estabeleceria o "primado da burocracia sobre os valores pessoais e sociais do empreendedor". Por outro lado, o sistema educacional não estimularia a que os indivíduos assumissem riscos (ponto que exploramos à frente, no capítulo 4). A pesquisa junto à população adulta, a qual reflete o perfil do brasileiro, traz, porém, percepções distintas. O medo de fracassar, por exemplo, não impediria que a maioria, aproximadamente 60%, começasse um novo negócio. Captou-se, também, forte dose de autoconfiança: 55% informaram ter conhecimento, habilidade e experiência necessários para iniciar um novo negócio.

Malgrado as opiniões dos especialistas de que as escolas preparam mais os indivíduos para o emprego formal, seja em grandes empresas ou no Estado, praticamente 80% dos entrevistados entre a população disseram acreditar que a maioria das pessoas considera iniciar um novo negócio uma opção desejável de carreira.

As representações coletivas sobre o empresário são bastante positivas entre a população. Três quartos dos entrevistados responderam que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status e respeito perante a sociedade. Semelhante proporção afirmou ver com freqüência, na mídia, histórias sobre novos negócios bem-sucedidos.

Este arcabouço cultural favorável à atividade empresarial gera uma alta proporção de indivíduos que pretende se tornar empreendedores. Quatro entre dez brasileiros esperam iniciar, sós ou com outras pessoas, um novo negócio nos próximos três anos, o que também é um possível reflexo do bom comportamento da economia brasileira no momento em que a pesquisa foi realizada.

Os resultados acima explicam, em parte, a manutenção da TEA em altos níveis ao longo dos anos, bem como o grande potencial do empreendedorismo por oportunidade no Brasil, já que o país tem uma população que valoriza o empresário e sua iniciativa.

A economia brasileira e o empreendedorismo

Tanto aspectos econômicos favoráveis quanto desfavoráveis acabam justificando as elevadas taxas de atividade empreendedora no Brasil. Nas linhas que seguem, abordam-se alguns desses aspectos, com forte influência na dinâmica empreendedora.

Como aspecto favorável, em 2004, o Brasil passou por um processo de recuperação econômica. O crescimento do PIB, de 4,9%, foi o maior em uma década, superando os prognósticos, embora assente-se sobre uma base de comparação fraca por conta do baixo desempenho da economia nos anos anteriores.

Os números do PIB em grande parte deveram-se ao comportamento do comércio internacional. Pela primeira vez, o volume das exportações brasileiras

beirou a cifra dos 100 bilhões de dólares e o superávit na balança comercial se aproximou dos 34 bilhões de dólares. Por outro lado, o país logrou manter sua estabilidade monetária, à custa de uma política de juros altos e de rígida disciplina fiscal. A inflação ficou em 7,6% (contra 9,3% em 2003) e verificou-se uma sensível redução da relação da dívida pública e o PIB, de 57,2% em 2003, para 51,8%, em 2004.

Esta conjuntura econômica reflete-se nas taxas de empreendedorismo do Brasil. Em 2004, além da TEA permanecer alta, registra-se uma alta proporção de pessoas que afirmaram perceber boas oportunidades para começar um negócio em suas regiões nos seis meses posteriores às entrevistas e quase 40% dos entrevistados conhecem pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos dois anos que antecederam à pesquisa.

Num contexto de economia emergente, quando o ambiente econômico é favorável, abre-se espaço àqueles que desejam principiar novos negócios em face das demandas geradas pelo aquecimento do mercado. Isso aumenta a probabilidade de crescimento das taxas de empreendedorismo, especialmente aquele motivado pela percepção de oportunidades.

Um aspecto econômico desfavorável é a persistência de alguns problemas estruturais. Um deles, com efeito, é a concentração de renda no Brasil que, medida pelo índice de GINI, é a segunda maior entre os países participantes do GEM: aqui, os 20% mais ricos têm uma renda 32 vezes maior que a dos 20% mais pobres. Essa disparidade de renda representa uma forte barreira de mercado, visto que apenas 40 milhões, dos 182 milhões de brasileiros, possuem renda suficiente para efetivamente fazer parte da moderna sociedade de consumo. (À parte essa realidade, é interessante que na pesquisa com a população adulta, 92% dos informantes tenham afirmado que no país a maioria das pessoas gostaria que todos tivessem um padrão de vida semelhante – o maior percentual entre os países que participaram do GEM 2004.)

Aos brasileiros que compõem as bases da pirâmide social, a sobrevivência é um desafio cotidiano, o qual muitas vezes se enfrenta empreendendo, daí a manutenção da alta proporção de empreendedores por necessidade. Por outro lado, a desigualdade acarreta um forte potencial para os negócios quando for enfrentada de modo sistêmico, abrindo um espaço ainda maior para o empreendorismo por oportunidade no Brasil pela incorporação das camadas mais carentes aos direitos e aos confortos da sociedade contemporânea.

2 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Nas seções que seguem analisa-se a dinâmica empreendedora no Brasil segundo as seguintes características demográficas: gênero, faixa etária, escolaridade, renda familiar e situação laboral. Para tanto, adotam-se dois enfoques, para análise de cada uma dessas características:

- Taxa de atividade empreendedora total – TEA: se a TEA da faixa etária de 25 a 34 anos corresponde a 17,1, isso significa que 17,1% de todos os indivíduos entre 25 a 34 anos são empreendedores.
- Proporção entre os empreendedores: uma proporção de 23% para a faixa etária de 25 a 34 anos significa que esta faixa representa 23% dos empreendedores que compõem a TEA (e não de todos os indivíduos).

A importância dos dois enfoques diz respeito, principalmente, às conclusões que podem deles advir como subsídios para a formulação de políticas e programas em termos de abrangência, escopo e objetivos. Por exemplo, categorias com taxas baixas de empreendedorismo podem demandar programas de estímulo. Por outro lado, categorias com altas concentrações de população empreendendo podem requerer programas dimensionados para atendimento em massa.

Gênero (ver Tópico Especial 1)

A taxa de empreendedorismo feminino no Brasil não apresentou variação significativa na comparação entre 2003 (11,7%) e 2004 (12,1%). A taxa de empreendedorismo masculino, por sua vez, aumentou de 14,2% em 2003 para 16,1% em 2004. Independentemente das taxas, observa-se, nessa variável, uma tendência à estabilidade na proporção de empreendedores homens e mulheres na composição da taxa global, respectivamente 55% e 45%.

Tanto no empreendedorismo por necessidade quanto por oportunidade, é maior a proporção de homens envolvidos. Entretanto, a participação das mulheres é maior quando o empreendimento é motivado por necessidade do que em negócios orientados pela percepção de alguma oportunidade de mercado.

Nos países de renda per capita baixa, a taxa de empreendedorismo feminino tende a ser elevada em função de um grande número de mulheres que são impelidas a desenvolver alguma atividade empreendedora motivada pela necessidade de buscar uma complementação da renda familiar. No Brasil, a diferença entre as TEAs de homens e mulheres é de apenas 33%, menor que a média registrada entre os países de baixa renda per capita (41%) e muito menor que aquela encontrada entre os países de média renda per capita, onde é 75% mais provável que homens estejam atuando em atividades empreendedoras do que mulheres.

Faixa Etária

O comportamento da distribuição por idades do empreendedor brasileiro segue praticamente o mesmo padrão observado em todo o conjunto dos países pesquisados: indivíduos na faixa dos 25 a 34 anos apresentam a maior taxa de empreendedorismo, sendo que, após os 35 anos, a atividade empreendedora declina progressivamente, conforme evidenciado no quadro 3. Esse fato é um indício de que a idade pode ser considerada um fator determinante na decisão pessoal de se tornar ou não um empreendedor, sugerindo que a estrutura demográfica de um país, no longo prazo, pode influenciar os níveis de atividade empreendedora.

Em 2004, no Brasil, a taxa de empreendedorismo para a faixa etária de 18 a 24 anos foi de 12,6%, número que confirma posição acima da média mundial deste estrato (9,2%) e significativamente superior à dos países de média e alta renda per capita, nos quais a média se situa em torno de 6% (figura 7). O Brasil, como a maior parte dos países de baixa renda per capita, ainda é jovem. Há, portanto, um grande contingente populacional nas faixas etárias mais jovens da força de trabalho, nas quais, conseqüentemente, registram-se altas taxas de empreendedorismo, seja por oportunidade, seja por necessidade. Neste último caso, muitos jovens brasileiros podem estar sendo induzidos a empreender pela combinação da falta de acesso ao ensino superior – onde se encontram, ainda, apenas 11% dos indivíduos desta faixa etária – e de empregos formais.

Na faixa de 35 a 54 anos, a taxa de empreendedorismo por necessidade supera a de oportunidade. Possivelmente, isso reflete a gradativa redução do acesso ao mercado de trabalho formal à medida que o trabalhador envelhece. Este, então, é muitas vezes obrigado a empreender para sustentar a si e a sua família.

QUADRO 3 - TEA TOTAL E POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA – BRASIL - 2004

FAIXA ETÁRIA (anos)	TEA TOTAL		MOTIVAÇÃO			
			OPORTUNIDADE		NECESSIDADE	
	TEA [1] (%)	Proporção [2] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)
18 a 24 anos	12,6	23,0	6,7	23,0	5,7	22,0
25 a 34 anos	17,1	42,0	9,9	46,0	6,9	37,0
35 a 44 anos	14,6	23,0	6,7	20,0	7,6	27,0
45 a 54 anos	10,5	9,0	4,8	8,0	5,7	11,0
55 a 64 anos	7,1	3,0	3,8	3,0	2,9	3,0

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

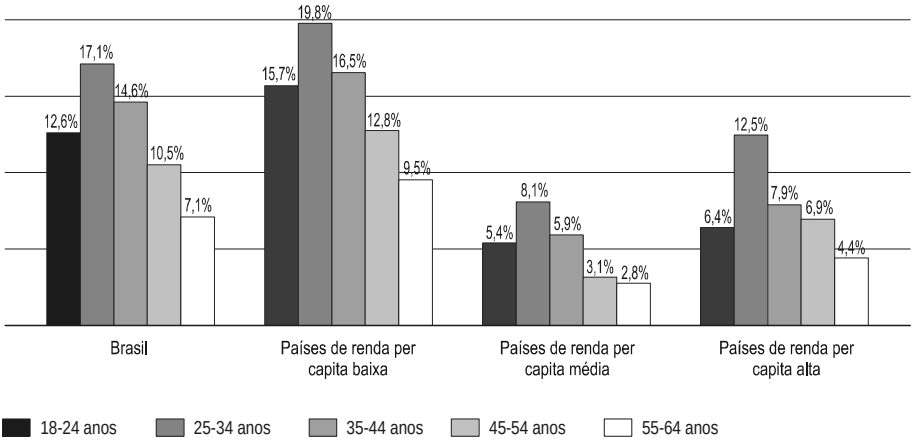
[1] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria (%)

[2] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

[3] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria, segundo a motivação (%)

[4] Número de empreend. da categoria em relação ao número total de empreendedores, segundo a motivação (%)

FIGURA 7 - TEA SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA - 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

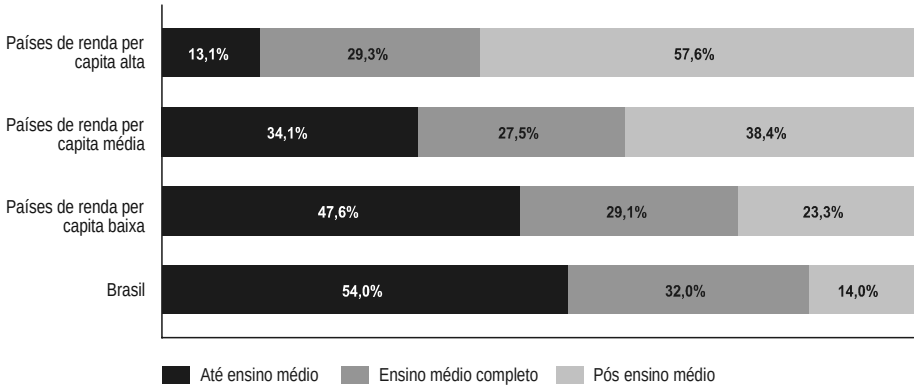
Escolaridade

O empreendedor brasileiro, componente da TEA, tem baixa qualificação acadêmica. Apenas 14% dos empreendedores no Brasil têm formação superior (completa ou incompleta), percentual inferior ao do grupo de países de baixa renda per capita, onde este percentual é de 23% (figura 8).

A comparação, quando feita com os países de alta renda per capita, mostra uma diferença ainda mais gritante: 58% dos empreendedores daqueles países possuem formação superior.

Frise-se, ainda, que no Brasil aproximadamente 30% dos empreendedores identificados não passaram sequer cinco anos pelos bancos escolares (quadro 4), estando longe, portanto, de completar o ensino fundamental. Esta situação reflete a fragilidade do sistema educacional brasileiro e explica, em parte, as altas taxas de empreendedorismo por necessidade. Enquanto apenas 19% dos empreendedores por oportunidade têm até quatro anos de estudo formal, entre os empreendedores por necessidade esta proporção atinge 43%. No outro extremo, praticamente um quarto dos daqueles que empreendem por oportunidade têm mais de 11 anos de estudo formal, contra apenas 4% de empreendedores por necessidade nesta faixa de escolaridade. Do mesmo modo, quando se analisam as TEAs da população de maior escolaridade, observa-se que a taxa dos que empreendem por oportunidade (14,3%) é muitas vezes superior à daqueles que empreendem por necessidade (2,3%).

FIGURA 8 - TEA SEGUNDO ESCOLARIDADE E GRUPOS DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA) - 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

QUADRO 4 - TEA TOTAL E POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO ESCOLARIDADE - BRASIL - 2004

ESCOLARIDADE (anos de estudo)	TEA (TOTAL)		MOTIVAÇÃO			
			OPORTUNIDADE		NECESSIDADE	
	TEA [1] (%)	Proporção [2] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)
Sem Educação Formal	5,6	2,0	0,6	0,0	3,9	3,0
1 a 4 anos	10,8	28,0	3,7	19,0	6,9	40,0
5 a 11 anos	16,6	56,0	9,1	58,0	7,2	53,0
> 11 anos	16,8	14,0	14,3	23,0	2,3	4,0

FONTE: Pesquisa de campo – GEM Brasil 2004

[1] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria (%)

[2] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

[3] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria, segundo a motivação (%)

[4] Número de empreend. da categoria em relação ao número total de empreendedores segundo a motivação (%)

Renda Familiar

Ano após ano, o GEM tem mostrado que, no Brasil, a intensidade do empreendedorismo é maior entre os mais ricos. A TEA é maior na faixa de renda familiar mais alta, de mais de 15 salários mínimos mensais, na qual se aproxima dos 20%. No entanto, esta faixa de renda representa uma proporção muito pequena da população brasileira, que no conjunto é pobre e se concentra quase que totalmente nas faixas de renda mais baixas. Por esta razão, em torno de 80% dos empreendedores brasileiros possuem renda familiar menor que seis salários mínimos e 50% deles apresentam renda familiar inferior a 3 salários mínimos (quadro 5). Destaca-se que a maior influência desta proporção se dá pela forte presença dos empreendedores por necessidade nas primeiras faixas de renda.

A TEA por oportunidade, por seu turno, cresce à medida que aumenta a renda familiar, passando de 4,8% para empreendedores que possuem renda familiar menor do que três salários mínimos, para 16,5 % entre aqueles cuja renda familiar é superior a 15 salários mínimos.

Quanto ao empreendedorismo por necessidade, a relação é inversa – a TEA decresce de 7% para empreendedores com renda familiar inferior a seis salários mínimos para 1,9% na faixa de renda familiar acima de 15 salários mínimos, representando 1% dos empreendedores inseridos nesta categoria.

QUADRO 5 - TEA TOTAL E POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO FAIXA DE RENDA - BRASIL - 2004

FAIXA DE RENDA (Salário Mínimo)	TEA (TOTAL)		MOTIVAÇÃO			
			OPORTUNIDADE		NECESSIDADE	
	TEA [1] (%)	Proporção [2] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)
Menos de 3 SM	11,7	51,0	4,8	40,0	6,8	65,0
De 3 a 6 SM	17,9	29,0	10,6	32,0	7,0	24,0
Mais de 6 a 9 SM	18,9	10,0	13,4	14,0	5,5	7,0
Mais de 9 a 15 SM	16,3	4,0	14,1	6,0	2,2	1,0
Mais de 15 SM	19,4	4,0	16,5	6,0	1,9	1,0
Recusou responder	15,2	1,0	6,7	1,0	8,7	2,0
Não sabe	10,5	1,0	7,1	1,0	1,8	0,0

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

[1] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria (%)

[2] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

[3] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria, segundo a motivação (%)

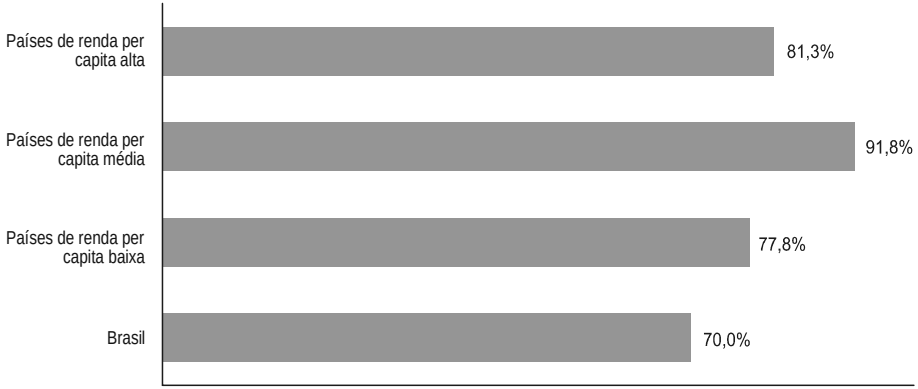
[4] Número de empreend. da categoria em relação ao número total de empreendedores, segundo a motivação (%)

Situação Laboral

Quanto à situação laboral dos empreendedores brasileiros, 70% deles encontram-se "empregados", com ou sem registro formal, ou são trabalhadores autônomos formalizados. Este número é inferior à média registrada entre os países de baixa renda per capita (77%). Nos grupos de países de média e alta renda per capita, os percentuais de empreendedores economicamente ocupados são de 92% e 81%, respectivamente (figura 9).

A grave situação de desemprego no Brasil e a precariedade dos serviços de assistência e bem-estar social explicam, em larga medida, o fato de o país registrar uma menor proporção de empreendedores que estão trabalhando. Pode-se inferir que existe um grande contingente alijado do mercado de trabalho e desprotegido socialmente, sendo forçado a procurar outras atividades como alternativa de sobrevivência, como a criação de empreendimentos.

FIGURA 9 - PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO, SEGUNDO SITUAÇÃO LABORAL (PESSOAS TRABALHANDO) E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA - 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO

ATIVIDADE ECONÔMICA[8]

No que se refere aos setores da economia nos quais as pessoas estão desenvolvendo iniciativas empreendedoras, o GEM Brasil codifica as atividades de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), equivalente ao ISIC (International Standard Industry Codes, da ONU). Agrupando as inúmeras categorias presentes nesta classificação, é possível gerar, para efeito de análise, quatro setores:

[8] Apêndice 1, item 1.8.

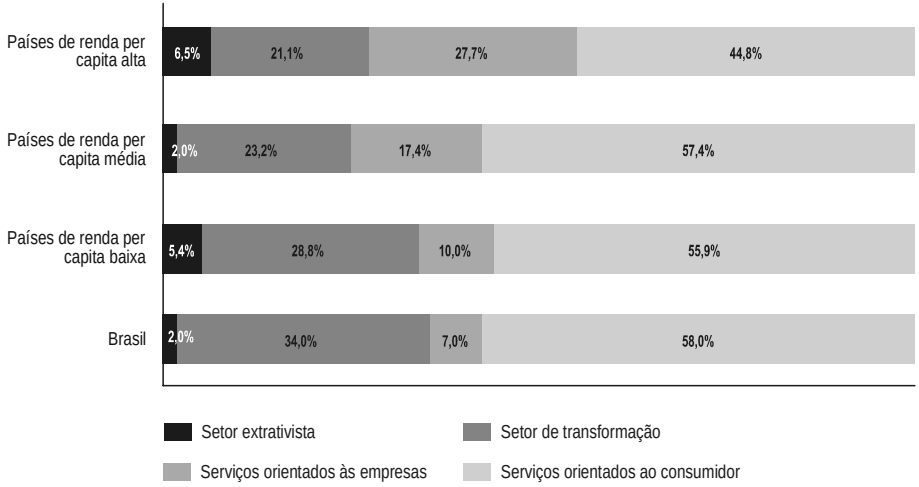
Extrativista (agricultura, pecuária, pesca, mineração etc.), **Transformação** (indústrias de manufaturas, construção civil, transporte e armazenagem, entre outros), **Serviços Orientados às Empresas** (empreendimentos voltados a atender outras empresas como clientes principais) e **Serviços Orientados ao Consumidor** (empreendimentos que têm como principal cliente a pessoa física, enquadrando-se aqui o comércio varejista, restaurantes, bares, hotelaria, serviços educacionais e de saúde, lazer etc.).

Conforme a pesquisa GEM Brasil 2004, o perfil dos empreendimentos apresenta similaridade com o do grupo dos países de baixa renda (Figura 10). Contudo, a proporção de negócios no setor de serviços orientados a empresas no Brasil responde por 7,0% do total criado, e é inferior à média daqueles países. A participação deste setor cresce à medida que aumenta a renda per capita dos países. Por outro lado, a participação média do setor de transformação decresce, de 29% no grupo de países com baixa renda per capita (no Brasil, 34%), para 23% e 21%, respectivamente, nos países de média e alta renda per capita.

Em todos os grupos de países, o setor que responde pela maior parte dos empreendimentos é o de serviços orientados ao consumidor, com maior proporção nos países de média e baixa renda per capita. No Brasil, onde tal proporção atinge 58%, isso se explica porque os empreendimentos criados são vinculados a segmentos tradicionais, de baixo teor de inovação e com investimento inicial de pouca monta, e também porque, em linhas gerais, os serviços orientados ao consumidor são tipicamente menos intensivos em necessidade de formalização, capital, tecnologia e conhecimento do que os serviços focados em empresas.

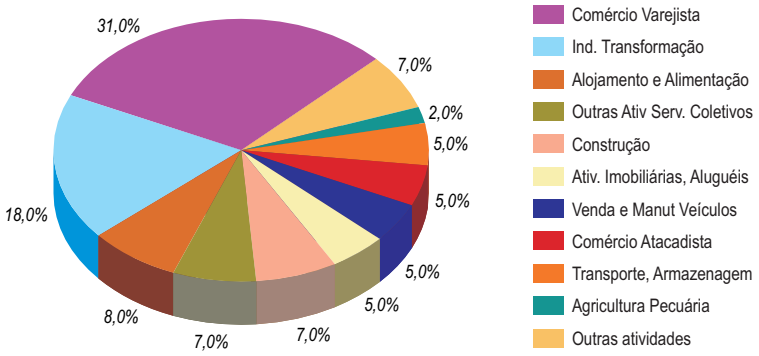
Ao se analisar o perfil do empreendimento especificamente a partir da classificação CNAE (ver figura 11), depreende-se que aproximadamente um terço dos estabelecimentos enquadra-se como Comércio Varejista, sendo que em torno de 45% destes referem-se a atividades de comércio relacionadas com alimentação e vestuário (14% do total de empreendimentos). A Indústria de Transformação se destaca, perfazendo 18% dos empreendimentos identificados na pesquisa; dentro desta em torno de 70% dos empreendimentos vinculam-se à industrialização de alimentos e bebidas e produtos têxteis e de vestuário.

FIGURA 10 - PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORES, SEGUNDO SETOR ECONÔMICO E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA - 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

FIGURA 11 - TIPO DE EMPREENDIMENTO, SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO CNAE BRASIL - 2004



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

A motivação para empreender não parece afetar significativamente a distribuição dos tipos de empreendimentos. Atividades ligadas ao comércio varejista e indústrias de transformação, tanto para os empreendedores motivados por oportunidade quanto para aqueles motivados por necessidade, respondem por aproximadamente 50% do total dos empreendimentos.

Quando são cruzados os dados relativos ao tipo de empreendimento e o perfil do empreendedor um aspecto chama a atenção. O grupo de empreendedores com mais de 11 anos de estudo formal apresenta uma grande redução na proporção de envolvimento com empreendimentos relacionados ao comércio varejista. Dito de outra forma, se no conjunto dos empreendedores identificados na pesquisa, 31% atuam no segmento de comércio varejista, quando se isola o grupo de empreendedores com mais de 11 anos de estudo, este percentual decresce para 16%. Por outro lado, é possível identificar um envolvimento mais acentuado deste grupo de empreendedores com atividades de maior nível de complexidade. Dezessete por cento dos empreendedores que têm mais de 11 anos de estudo desenvolvem atividades relacionadas à prestação de serviços às empresas, 10% atuam no Comércio Atacadista, atividades estas que no conjunto total dos empreendedores representam, cada uma, 5%.

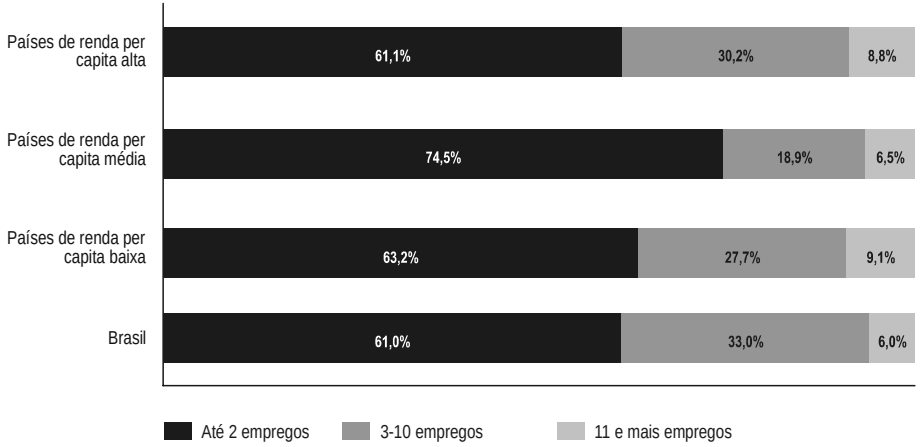
Assim como ocorre nos países de renda mais alta, onde os empreendedores se voltam para atividades de maior intensidade de conhecimento e tecnologia, com grande destaque às atividades de serviços orientados às empresas, o nível de escolaridade demonstra ser uma variável importante quando da decisão de que tipo de negócio empreender no Brasil.

Expectativa de Criação de Emprego

Há um considerável otimismo em relação à criação de emprego por parte dos empreendedores brasileiros, pois 39% deles esperam gerar pelo menos três novos empregos nos próximos cinco anos, proporção muito semelhante à observada nos países de alta e baixa renda e significativamente maior do que nos países de renda média (26%) – figura 12.

A despeito do otimismo, também é elevada a proporção de empreendedores que não esperam gerar mais do que dois empregos nos próximos cinco anos (61%). Isso se explica pelo elevado nível de empreendedorismo por necessidade no Brasil, aumentando, assim, os índices de profissionais autônomos com baixa qualificação.

FIGURA 12 - PROPORÇÃO DE EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE EMPREGO E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA



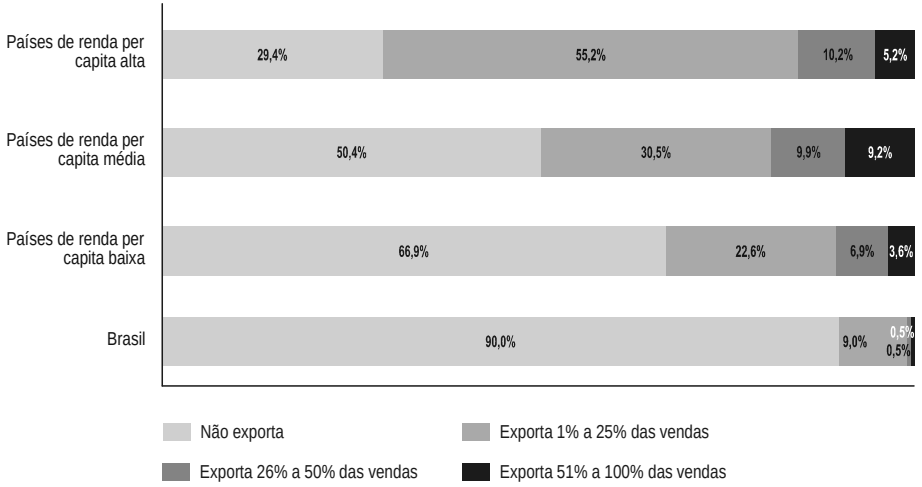
FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

Tanto o número de empregos criados quanto a expectativa de geração de novos empregos, segundo os dados obtidos, são conseqüência da motivação que leva a pessoa a empreender. O empreendedor por oportunidade, no período em que foi realizada a pesquisa, cria em média 75% mais empregos que o empreendedor por necessidade, ou seja, enquanto empreendimentos por necessidade não chegam a gerar um novo posto de trabalho (além daquele do próprio empreendedor), os empreendimentos desenvolvidos a partir da percepção de uma oportunidade criam em média 1,3 novo emprego. Quando a análise é dirigida para a expectativa da geração de novos empregos, a diferença se acentua. Os empreendedores por oportunidade esperam criar em média, nos próximos cinco anos (posteriores ao momento em foi feito o levantamento dos dados) 4,4 novos empregos contra a expectativa de 2,7, dos empreendedores por necessidade.

Expectativa de Exportação

No tocante à expectativa de exportação, a situação do Brasil é claramente desfavorável em qualquer parâmetro de comparação: 90% dos empreendedores identificados não esperam exportar, 9% deles consideram a possibilidade de ter de 1 a 25% das vendas voltadas à exportação e apenas 1% acredita ser possível direcionar mais de 25% das vendas ao mercado externo.

FIGURA 13 - PROPORÇÃO DE EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO INTENSIDADE DE EXPORTAÇÃO ESPERADA E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

Observa-se ainda um decréscimo significativo nas expectativas de exportação, na faixa de até 25% das vendas, por parte dos grupos de países com alta renda per capita (55%) até os países de baixa renda (23%).

A baixa expectativa em atuar no mercado internacional por parte do empreendedor brasileiro pode ser tomada como um fenômeno compreensível em decorrência de elementos como a extensão territorial e o tamanho da população, que criam, por si só, boas perspectivas de desenvolvimento empresarial. Os países de menores extensão territorial e população são, por sua vez, compelidos a buscar receitas no mercado internacional, assim como aqueles participantes de blocos econômicos consolidados, como é caso da

União Européia, pois desfrutam de peculiaridades vantajosas no relacionamento comercial entre os países membros, mesmo para os casos de países com renda per capita baixa.

Inovação e Mercado

Ainda com relação às características do empreendimento, vale destacar alguns aspectos: a percepção de "novidade" por parte dos consumidores dos produtos ofertados, a quantidade de concorrentes diretos e a idade da tecnologia ou processos utilizados, exigidos para a execução dos produtos ou serviços.

Quando os empreendedores brasileiros são indagados sobre se o produto ou serviço por eles ofertado é ou será considerado novo por seus consumidores, 85% deles julgam que todos os consumidores, reais ou potenciais, já conhecem os produtos oferecidos, ou seja, o empreendimento não introduz novidades no mercado em que atua. Apenas 2% deles acreditam que seu negócio será considerado completamente inovador por todos os seus clientes ou para aqueles que possam vir a ser os seus clientes.

Relativamente à concorrência, 65% dos empreendedores entendem que seu empreendimento se insere em um ambiente de negócios onde são numerosos os concorrentes já estabelecidos; aproximadamente 30% consideram existir em poucos concorrentes; e em torno de 5% acreditam não possuir competidores estabelecidos em seu mercado de atuação. Estes números, quando abertos segundo a motivação, revelam uma diferença significativa na percepção quanto à existência da concorrência entre os empreendedores por oportunidade e necessidade. A percepção da existência de 'poucos' ou 'nenhum' concorrente é 68% maior entre os empreendedores por oportunidade. A percepção de que existem muitos concorrentes a serem enfrentados pelo seu empreendimento, por sua vez, é 30% maior entre os empreendedores por necessidade.

No que tange à idade da tecnologia ou dos processos produtivos utilizados na elaboração dos produtos ou serviços, em torno de 97% dos empreendedores, sejam eles por oportunidade ou necessidade, atuam ou vão atuar com base em tecnologias e processos já existentes, com mais de um ano e, portanto, conhecidos. Apenas 3% dos empreendedores citam que a tecnologia empregada no negócio será recente.

Em suma, em termos proporcionais, os empreendimentos criados no Brasil são tradicionais. Desenvolvem-se em mercados de alta concorrência e com tecnologias não inovadoras, tanto no que diz respeito a produtos propriamente ditos quanto na ocupação de novos nichos de mercado. Em termos absolutos, porém, é possível perceber uma quantidade expressiva de negócios que manifestam um espírito inovador e de razoável poder de criação de mercados. Neste sentido vale destacar que em termos globais apenas 3% dos novos empreendimentos podem ser classificados como negócios de alto potencial, ou seja, empreendimentos com a expectativa de ter poucos concorrentes, intenção manifesta de levar produtos e serviços inovadores ao mercado, além de utilizarem tecnologia de ponta.

Fontes de recursos

A atividade empreendedora de uma nação depende fundamentalmente da disponibilidade de dinheiro para financiar os novos negócios. Entre os países participantes do GEM, a maior parte dos recursos utilizados para empreender provém dos próprios empreendedores e dos chamados investidores informais[9], que são aqueles que apóiam financeiramente um empreendimento, sem, contudo, se valer de qualquer mecanismo formalizado para realizar tal investimento. Entre os investidores informais típicos aparecem: parentes e familiares próximos, amigos, vizinhos, colegas de trabalho, entre outros. O investidor informal, na maioria das vezes, apresenta laços afetivos e familiares com o empreendedor.

O quadro 6 mostra, no Brasil e nos outros países, qual é a relação do empreendedor com o investidor informal.

A partir dos dados do GEM pode-se demarcar que o papel dos investidores informais no provimento de fundos e o autofinanciamento por parte dos empreendedores são o "motor de propulsão" da dinâmica empreendedora de um país.

[9] Apêndice 1, item 1.9.

QUADRO 6 - RELACÃO DO INVESTIDOR INFORMAL COM O EMPREENDEDOR - 2004

INVESTIDOR INFORMAL	RELAÇÃO COM O EMPREENDEDOR	
	Média Internacional (%)	Brasil (%)
Familiares próximos	49,4	41,7
Outros parentes	9,4	12,5
Amigos e vizinhos	26,4	37,5
Colegas de trabalho	7,9	0,0
Estranhos	6,9	8,3

FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Financing Report

O autofinanciamento, realizado tanto pelos empreendedores brasileiros quanto dos demais países envolvidos no GEM, corresponde em média a dois terços dos recursos necessários à abertura dos empreendimentos,

A necessidade média de recursos financeiros a serem investidos nos novos negócios no Brasil gira em torno de U$ 4.000,00, menos que um décimo da média registrada entre todos os países que compõem o GEM.

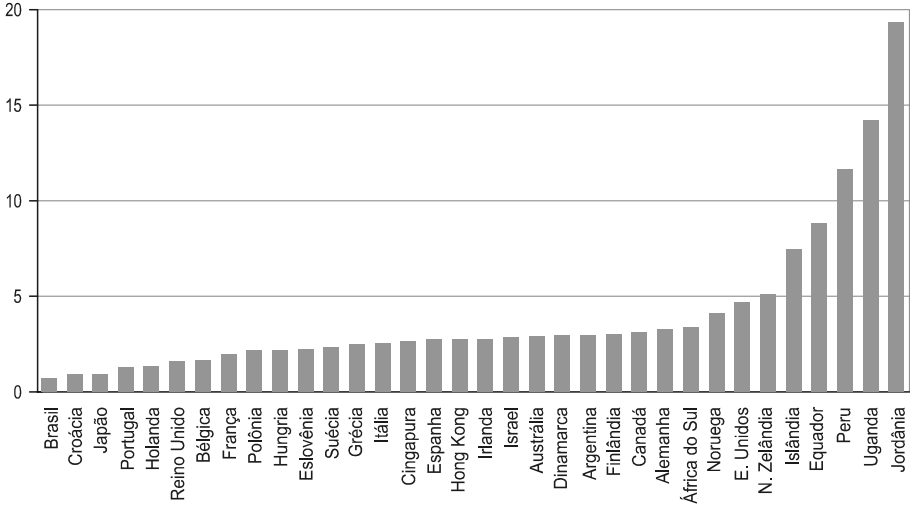
No Brasil, um empreendimento conduzido por um empreendedor motivado pela oportunidade requer em média US$ 5.000,00, valor este em torno de 130% superior à média de recursos necessários para empreendimentos por necessidade (US$2.150,00), como seria de esperar. No cenário global esta proporção é bastante semelhante (137%), porém com valores muito superiores. Entre os países participantes da pesquisa, empreendimentos movidos pelo aproveitamento de uma oportunidade precisam de algo em torno de US$ 58.000,00, em contraste com aqueles resultantes de uma necessidade, que precisam de aproximadamente US$ 24.500,00.

No Brasil, em torno de 65% dos empreendedores, quando questionados a respeito do tempo em que esperam obter retorno da quantia investida, acreditam ser possível obtê-lo no período de um ano e apenas 1% não espera obter retorno do investimento feito. Considerando o investimento realizado por investidores informais, em torno de 27% deles não esperam retorno.

O Brasil, ao longo do período em que vem sendo realizada a pesquisa GEM, tem-se mostrado como o país que apresenta o menor percentual de investidores informais (figura 14): apenas 0,6% dos entrevistados no ciclo 2004 responderam positivamente quando indagados se nos últimos três anos financiaram algum novo negócio iniciado por outra pessoa, contra 3,6% na média mundial.

Em média, considerado o conjunto dos países estudados no GEM, o montante investido anualmente por parte de cada investidor informal é de US$ 10.000,00; no Brasil este valor é de aproximadamente US$ 600,00.

FIGURA 14 - TAXA DE INVESTIDOR INFORMAL - 2001-2004



FONTE: GEM 2004 - Financing Report

O investimento realizado pelo investidor informal equivale 1,2% do PIB das nações envolvidas no GEM. Se for somado o montante investido pelos próprios empreendedores, este valor alcança 3,5% do PIB (o financiamento proveniente do Venture Capital clássico corresponde a 0,1% do PIB). No Brasil, o investimento realizado pelo investidor informal corresponde a 0,1% do PIB.

É importante destacar que, se por um lado, a taxa de investidores informais no Brasil é baixa e o montante investido individualmente é pequeno em relação ao PIB do país, por outro, em termos absolutos, estima-se que existam em torno de 684 mil investidores informais que, em conjunto, agregam recursos financeiros na ordem de 410 milhões de dólares à dinâmica empreendedora brasileira.

Conforme mencionado anteriormente, a importância relativa do investidor informal para dinâmica do empreendedorismo é muito maior quando se compara com investimentos provenientes de Venture Capital clássico. Entretanto, é necessário salientar a importância crucial deste para o desenvolvimento de empreendimentos intensivos em conhecimentos e tecnologia, geradores de inovações e com alto potencial de crescimento.

4 AS CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL SEGUNDO O MODELO GEM[10]

Em seu modelo conceitual, o GEM busca verificar a situação do empreendedorismo nos países tomando como base determinadas Condições Nacionais para o Empreendedorismo. Estas, por sua vez, são avaliadas de modo espontâneo em entrevistas semi-estruturadas realizadas com especialistas em empreendedorismo quanto ao seu aspecto favorecedor ou limitador da dinâmica empreendedora no país.

As mesmas condições também são avaliadas pelos especialistas a partir de um questionário com 77 questões padronizadas que permitem comparações com os demais países participantes da pesquisa GEM.

Embora na entrevista não se estabeleça a distinção entre empreendimentos formais e informais, observa-se que, quando respondem à pesquisa, os especialistas avaliam, sobretudo, os fatores que influenciam a abertura e o desenvolvimento de negócios na formalidade. Até porque as condições citadas como limitantes à atividade empreendedora não vêm impedindo o brasileiro de empreender, como o atestam os resultados do próprio GEM e recente pesquisa do IBGE, que revelou que 98% das microempresas no Brasil são informais. De todo modo, as condições citadas como desfavoráveis também foram lembradas pelos especialistas devido ao papel que exercem na sobrevivência dos negócios em geral.

Observa-se ainda que, nas pesquisas com os especialistas, com pequenas variações de forma ou profundidade, os resultados vêm se mostrando constantes em todos os anos. Isso revela tanto a consistência do estudo – seja em relação aos instrumentos, seja quanto à seleção dos especialistas – quanto a persistência do contexto.

[10] Apêndice 1, item 1.10.

Nas seções que seguem, são analisados os resultados de 2004 para a pesquisa com especialistas, trazendo-se, em seqüência, os fatores limitantes e favoráveis ao empreendedorismo no Brasil. Sempre que possível, dados secundários[11] são apresentados para corroborar os resultados.

Fatores limitantes ao empreendedorismo no Brasil

No que se refere à opinião espontânea dos especialistas, mais de 60% das menções feitas por eles como fatores limitantes concentram-se em três condições: Apoio Financeiro, Políticas Governamentais e Educação e Treinamento.

Apoio financeiro

O tema do apoio financeiro regularmente tem-se apresentado como uma das principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores brasileiros. Em 25 respostas, os especialistas ouvidos no GEM 2004 apontaram a questão como um fator limitante ao desenvolvimento dos negócios, contra apenas uma menção favorável.

Os principais problemas, segundo os especialistas, residem no acesso e no custo do capital. As dificuldades em obter apoio financeiro decorrem, principalmente, da exigência de garantias na concessão de empréstimos e da falta de informação, o que gera fortes barreiras aos negócios em suas fases iniciais. Para um dos especialistas, "não há linhas de crédito que diferenciem a empresa nova daquela estabelecida no mercado há 10 anos".

O alto custo do crédito deve-se às elevadas taxas de juros. Várias razões são apontadas para isso, como a escassez de linhas de crédito específicas, os baixos níveis de poupança da população e as dificuldades de obtenção de aval ou de acesso a fundos perdidos.

Em mais de uma oportunidade, especialistas lembraram ser mais vantajoso realizar aplicações em títulos baseados em dívidas públicas, que têm alta

[11] Apêndice 1, item 1.11.

rentabilidade e garantia de retorno, de modo que o dinheiro migra para esses títulos e rareia para a atividade produtiva. Soma-se a este fator a falta de políticas específicas de apoio a empresas iniciantes, como, por exemplo, o capital de risco para os jovens empreendedores.

Para os especialistas, há também outras barreiras relacionadas ao apoio financeiro. As pequenas empresas não conseguem entrar no mercado de capitais. Assim, não costumam lançar ações em bolsa. Como resultado, potenciais investidores não têm como enxergar mecanismos de saída que lhes permitam deixar facilmente o negócio.

Quando há dinheiro – nas agências de fomento – por exemplo, as metodologias de aporte de recursos seriam falhas e a linhas oficiais de financiamento a novos negócios, inadequadas devido aos curtos prazos de carência.

Políticas governamentais

O Estado é alvo das críticas mais rigorosas dos especialistas no GEM 2004. Em 24 respostas às entrevistas, as políticas governamentais manifestam-se como uma barreira ao incremento do empreendedorismo no País – a tônica é favorável em apenas uma resposta, na qual se alude ao fato de os governos estarem despertando para a importância do tema.

A burocracia para abrir, manter e fechar negócios é o fator limitante mais recorrente, percepção correlata ao fato de o Brasil ser um dos países de maior quantidade de procedimentos obrigatórios para a abertura de firmas – são necessários em média 15 procedimentos – e de tempo para que essas efetivamente funcionem: cerca de 158 dias.

Outro aspecto destacado é a carga tributária, elevada no entender dos especialistas, especialmente sobre a produção e o investimento, combinada com a complexidade da legislação. Com efeito, os últimos anos testemunharam uma intensa elevação da participação dos tributos no PIB, de cerca 25% em 1993, para atingir o auge em 2002, com pouco mais de 34% (nos últimos dois anos, os resultados foram um pouco inferiores a este percentual). Contudo, ao se considerar o conjunto dos países participantes do GEM, a carga tributária brasileira está num patamar intermediário.

O ponto nevrálgico da questão, por um lado, parece estar na qualidade dos serviços prestados pelo poder público quando comparada a de outros países de semelhante tributação, em face da rigorosa disciplina fiscal adotada pelos governos no Brasil para fazer frente aos compromissos das dívidas públicas. Como resultado, aparecem dificuldades para ampliar a quantidade e a qualidade dos serviços prestados e dos investimentos em infra-estrutura, gerando a sensação de que os tributos não retornam à sociedade que os recolhe.

Adicionalmente, se não está entre as de maior vulto, a tributação no Brasil caracteriza-se pela alta complexidade de seus procedimentos e normas. No País, há cerca de 60 tributos cobrados a partir dos mais variados fatos geradores e que impõem altos custos de administração contábil às empresas de todos os portes. Merece destaque ainda a ineficácia dos mecanismos de progressividade dos tributos, que acabam por incidir mais sobre o consumo dos extratos de menor poder aquisitivo do que sobre o capital e a propriedade de maiores dimensões, o que, contudo, tem sua lógica fundada na premente necessidade de atrair considerável soma de moeda estrangeira ao País.

Os programas governamentais de apoio ao empreendedorismo também são vistos como um fator limitante. Nas entrevistas, apontou-se a falta de integração dos programas e informações existentes como uma dificuldade a ser superada. Entretanto, alguns programas foram avaliados como fatores de incentivo ao empreendedorismo, destacando-se os projetos governamentais específicos de apoio às exportações e aos arranjos produtivos locais e os parques tecnológicos e a incubadoras, além das Parcerias Público-Privadas, recentemente aprovadas, com que o Governo Brasileiro pretende atrair empresas e investimentos para a construção de obras de infra-estrutura.

Educação e treinamento

O GEM 2004 revela que a maioria absoluta dos empreendedores brasileiros possui até o ensino médio, enquanto nos países de alta renda per capita praticamente 60% dos que compõem a TEA concluíram o ensino superior.

A escolaridade do empreendedor no Brasil reflete o quadro geral da educação no País: se, por um lado, tem sido muito bem-sucedido em seu esforço para universalizar a educação formal, por outro, devido à demora desta iniciativa,

ainda não conseguimos atingir os mesmos níveis educacionais das nações de maior desenvolvimento econômico, tanto em quantidade quanto em qualidade.

Alguns dados compõem um retrato do problema: 97% das crianças estão na escola, porém apenas 9% dos jovens entre 17 e 24 anos freqüentam os bancos universitários. Na pesquisa PISA de 2004, amargamos novamente as piores posições, mesmo tendo evoluído o desempenho de nossos estudantes em relação à investigação anterior (em grande medida, o fraco desempenho brasileiro se deve ao fato de as provas serem aplicadas em função da faixa etária dos estudantes. Como no Brasil muitos deles estão matriculados em séries atrasadas em relação a sua idade, estes estudantes têm dificuldades adicionais para responder as provas).

As posições dos especialistas sobre o tema da educação – que a vêem como um fator limitante – reforçam os dados acima e dão a medida de sua importância. Os especialistas chamam a atenção principalmente para a negligência do sistema formal em relação tanto a conteúdos relacionados ao empreendedorismo quanto ao desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras.

A escola no país não estimularia a criatividade e a proatividade e não ensinaria o educando a enfrentar riscos, preferindo pautar sua atuação pela busca do emprego formal. Faltariam diretrizes de longo prazo e currículos menos informativos e fragmentados e mais formativos e que promovessem a integração dos diferentes domínios do saber. Ademais, a qualidade da educação em todos os níveis, mas principalmente nas séries iniciais, deixaria a desejar, problema sério quando se considera a complexidade da produção contemporânea.

Entretanto, as observações a respeito do tema não se limitaram a aspectos desfavoráveis. Em um pequeno número de respostas, especialistas reconhecem um processo de mudança na última década quando algumas instituições passaram a dar importância ao ensino do empreendedorismo e a conteúdos voltados à capacitação empresarial dos estudantes. Destacou-se, ainda, a crescente busca individual do brasileiro por capacitação, dentro ou fora do sistema de ensino formal.

Fatores Favoráveis ao Empreendedorismo

Cerca de 50% das menções feitas pelos especialistas como fatores favoráveis ao empreendedorismo do país concentram-se, conforme o modelo GEM, em duas condições específicas ao empreendedorismo e em dois aspectos do que o GEM chama de condições nacionais gerais, respectivamente: Infra-estrutura Comercial e Profissional, Abertura de Mercado, Composição da População Percebida e Clima Econômico. O acesso à infra-estrutura física também foi visto positivamente, porém com uma quantidade menor de menções.

Infra-estrutura comercial e profissional

A infra-estrutura comercial e profissional foi um dos tópicos mais bem avaliados pelos especialistas, tanto nos questionários quanto nas entrevistas. Nestas, para apenas uma resposta desfavorável, há 11 respostas que consideram esta uma condição positiva aos negócios no Brasil.

Destacou-se, sobretudo, o papel de organizações de apoio às empresas, notadamente o SEBRAE, mencionado várias vezes por sua atuação em diversas frentes: programas de orientação e consultoria, difusão de informações para criação e manutenção de negócios, organização de feiras, entre outras. Um ponto ressaltado por mais de um especialista foi o papel da organização na conscientização sobre a necessidade do planejamento estratégico – especialmente na elaboração de planos de negócios – desconsiderada até há pouco mais de uma década.

Além do SEBRAE, mencionou-se o IEL como organização que tem realizado um trabalho favorável de suporte aos empreendedores, seja por meio do fortalecimento das interações entre universidades e empresas, ou seja, como no caso daquela entidade, no apoio a parques tecnológicos e incubadoras, bem como no apoio a Arranjos Produtivos Locais. Estas, aliás, foram citadas diversas vezes como um fator de impulso aos novos negócios, mencionando-se, inclusive, a ANPROTEC. As incubadoras, enfim, trazem uma visão coletiva que facilita a transferência de conhecimento e a troca de experiência entre os incubados. Além disso, vêm passando por uma diversificação temática, não mais se restringindo a empresas tecnológicas, mas hospedando também cooperativas, prestadores de serviços e empreendedores culturais e sociais.

Composição da população percebida

O Brasil é um dos países mais populosos do mundo, com mais de 180 milhões de habitantes. Desses, apenas uma pequena minoria compõe as classes média e alta. Assim, o País apresenta um enorme potencial de crescimento de seu mercado em função do tamanho e da composição social de seu povo. Dada a importância do tópico para o país, a composição da população brasileira foi destacada em nove respostas dos especialistas ouvidos pelo GEM, todas elas apontando esta como uma condição favorável ao empreendedorismo.

A maioria das respostas menciona a diversidade étnico-cultural do povo brasileiro, decorrente da forte miscigenação do País. Tal diversidade, para os especialistas, acarreta uma série de características positivas: aceitação do próximo, a criatividade e a capacidade de adaptação a situações desfavoráveis, capacidade de trabalho, respeito a valores éticos e familiares, convivência harmoniosa, que proporciona nichos específicos de oportunidades, e a existência de valores solidários que fazem com que o espírito de cooperação seja mais forte do que o de competição. Esta diversidade, contudo, não impede que o País apresente significativa unidade lingüistica e política.

Ainda em respeito à composição do País, destacou-se o já mencionado mercado consumidor, um dos maiores do mundo. Por um lado, há classes consumidoras grandes em termos numéricos; por outro, abrem-se diversas oportunidades em nichos inexplorados em função da existência de enormes contingentes com potencial de ampliar seu consumo.

Mencionou-se, também, dentro deste tópico, o papel das instituições religiosas no País. Paralelamente à espiritualidade, igrejas de diversas denominações têm apoiado negócios, pequenas fábricas e negócios entre fiéis, gerando oportunidades e fazendo florescer o comunitarismo entre os beneficiários dessas ações.

Abertura de Mercado

A abertura de mercado é uma condição para empreender afim à composição da população, pois numa economia aberta, combinada com uma vasta população, as condições para o desenvolvimento dos negócios são amplamente favorecidas. Deve-se adicionar a esses fatores a existência de várias

oportunidades em nichos pouco explorados de um país que tem muita coisa por fazer. Entretanto, até o início da década de 1990, a economia brasileira era bastante fechada.

Naquele período, inicia-se um processo de abertura comercial que ampliou as possibilidades de entrada de produtos estrangeiros no mercado brasileiro. Paralelamente a isso, reduz-se a presença direta do Estado na economia, incluindo diversas privatizações. Num primeiro momento, o País sofreu uma de suas maiores recessões. Contudo, o processo gerou um choque de competitividade nas empresas que sobreviveram e a dinamização do consumo.

Diante da importância econômica do tema, a abertura do mercado brasileiro mereceu especial atenção dos especialistas. Estes, em dez respostas, consideraram ser esta uma condição favorável ao empreendedorismo no Brasil (apenas uma menção a considera um fator limitante). Salientaram, principalmente, o já mencionado tamanho do mercado e as decorrentes oportunidades.

Em mais de uma ocasião, citou-se o fato de haver muitas demandas no Brasil, inclusive na criação de infra-estrutura de base, como saneamento e rodovias, afora os consumidores brasileiros possuírem o gosto por produtos e serviços inovadores (nesse sentido, produtos com apelos ecológicos e ao desenvolvimento sustentável abrem caminho para oportunidades de negócios).

Outro ponto lembrado é o advento de novos modelos organizacionais. A horizontalização dos processos proporciona maior autonomia para as unidades. Esta descentralização permite que as equipes locais tenham maior autonomia, fomentando o empreendedorismo interno nas empresas.

Parcerias e terceirizações também abrem perspectivas de negócios nas atividades das quais as empresas se retiram da administração direta. Tais processos apareceram com força no Brasil devido à necessidade de aumento da competitividade a partir da já discutida abertura comercial.

Um outro aspecto lembrado por um especialista, este mais incomum, é a dificuldade que os estrangeiros teriam para interpretar o mercado brasileiro e suas especificidades. Isso abre a possibilidade de empresas brasileiras expandirem-se em associação com os estrangeiros.

Clima econômico

A avaliação positiva sobre o clima econômico no Brasil – presente em quase duas dezenas de respostas – decorre de um aspecto negativo: o desemprego. Como o desemprego pode ser favorável? A crise do emprego formal impele indivíduos que compõem a força de trabalho a buscar alternativas de ocupação e renda para sobreviver, ou seja, o empreendedorismo baseado na necessidade.

Os dados demográficos corroboram as opiniões dos especialistas. Embora a situação tenha melhorado um pouco em 2004, a porcentagem da força de trabalho desempregada manteve-se próxima dos 9%, maior do que a apresentada pela maioria dos países participantes do GEM e bastante superior àquela com que os brasileiros se acostumaram até o fim dos anos 1970, que caracterizava uma situação de pleno emprego.

Para agravar o problema, o Brasil não possui mecanismos, como os existentes nos países mais afluentes, suficientemente eficazes para permitir a sobrevivência econômica dos desempregados e subempregados. Outro dado interessante, na contramão de um senso comum bastante consagrado, é que o Estado brasileiro é pequeno quando se consideram a população e o tamanho do País. Aqui, apenas 11% do total de empregos são governamentais, um dos menores percentuais entre os países do GEM 2004.

A conjunção dos fatores acima acarreta uma economia bastante informalizada. Estima-se que perto da metade dos empregos não conte com as proteções da lei. Para ilustrar esta realidade, pode-se utilizar um índice do tamanho da economia ilegal, elaborado pela Heritage Fundation. Numa escala que vai de 1 a 5, com o maior número refletindo o maior índice de ilegalidade, o Brasil obteve 3,5, resultado igual aos dos países mais pobres da pesquisa GEM.

Em suma, se o clima econômico favorece o empreendedorismo, não o faz pelas melhores razões. Os especialistas, todavia, também apontam outros aspectos favoráveis neste tocante: o alto potencial e o desejo de consumo e o papel do governo na prospecção de novos mercados para os produtos brasileiros, no contexto de mudança do País em direção a uma inserção internacional.

Infra-estrutura física

O Brasil é um país-continente – o quarto do mundo em terras contínuas. Repetimos aqui o clichê porque, no caso do empreendedorismo, a extensão territorial tem inegáveis conseqüências. O País provavelmente possui, por exemplo, a maior fronteira agrícola disponível do mundo, com alguns milhões de hectares inexplorados, que podem tornar o país o maior produtor de alimentos ainda nesta década.

O fator recursos naturais foi enfatizado pelos especialistas. Pôs-se em relevo a disponibilidade de terras, recursos hídricos, minerais e florestais, o clima e a ausência de cataclismos de grandes dimensões. Além do potencial uso desses recursos na indústria, agropecuária e pesca, abrem-se oportunidades significativas no campo da biotecnologia, devido à grande biodiversidade – alguns hectares na Amazônia ou na Floresta Atlântica abrigam mais espécies que toda a Europa.

Se a natureza foi prodigiosa com o Brasil, a infra-estrutura implantada também tem apresentado algumas melhorias. O País vem logrando avanços significativos na área das comunicações, por exemplo. A telefonia, até meados dos anos 1990 um privilégio de poucos, atende hoje a um número muito maior de pessoas – em 2002, eram 223 linhas telefônicas fixas e 201 assinaturas de telefones celulares para cada mil habitantes. Mais recentemente, têm-se envidado esforços para ampliar o acesso à internet, embora seja este ainda bastante limitado (82 usuários a cada mil habitantes em 2002). As melhorias na infra-estrutura de comunicações foram mencionadas em quatro oportunidades pelos especialistas no GEM 2004.

A infra-estrutura física, entretanto, tem sido indicada por apresentar algumas limitações, notadamente ligadas à logística e à distribuição. O país, ao longo do século XX, fez uma opção pelo modal rodoviário, em detrimento de outros, como o ferroviário e o hidroviário. Estes últimos, de implantação mais dispendiosa e/ou mais complexa, são vantajosos sob os pontos de vista da capacidade, dos custos de manutenção e da preservação do meio.

Assim, ainda que todas as regiões brasileiras estejam ligadas por rodovias pavimentadas, estas são ainda insuficientes e a grande maioria não tem condições sequer razoáveis de utilização – em 2003, somente 26% da malha

rodoviária federal encontrava-se em ótimo ou bom estado. O restante encontrava-se em estado deficiente, ruim ou péssimo (CNT, 2005). A malha ferroviária, por seu turno, vigorosa no início do século passado, reduziu-se. Como resultado, índices expressivos de acidentes, mortes, roubos e perda de cargas, que elevam os custos dos transportes e impõe empecilhos à competitividade do produto brasileiro.

Em duas oportunidades, a precariedade dos transportes foi sublinhada pelos especialistas entrevistados como fator limitante ao empreendedorismo. Citam-se, também com conotação negativa, os serviços de energia, fornecimento de água e saneamento e o acesso ao espaço físico pelos pequenos empresários.

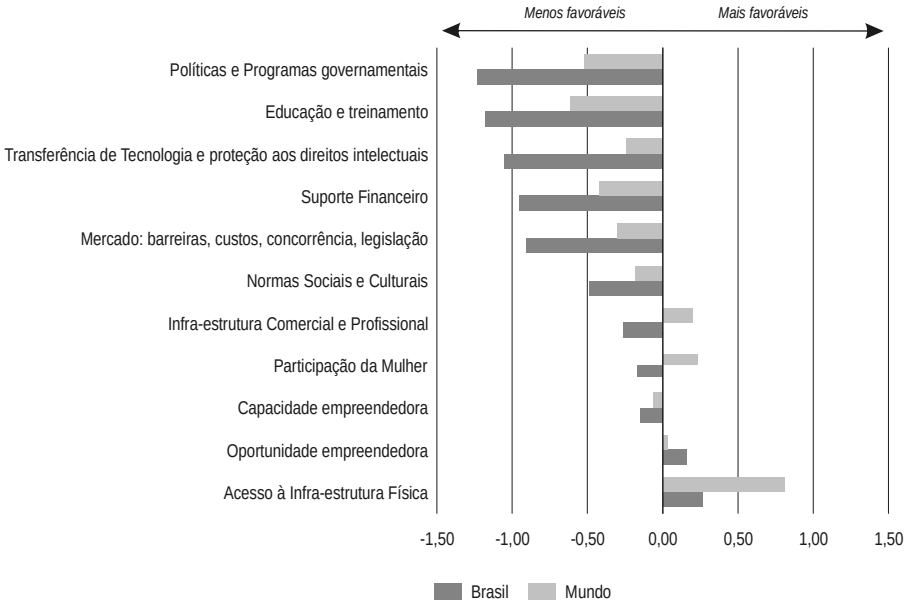
Com efeito, a partir da crise da balança de pagamentos brasileira no início dos anos 1980, os investimentos em geração e distribuição de energia mostraram-se insuficientes diante da crescente demanda de consumo. Em 2001, o processo chegou a seu ápice quando foi necessário impor um racionamento de energia por ocasião de uma severa seca nas nascentes dos rios que alimentam as principais usinas hidrelétricas, nossa principal matriz energética.

Não se pode, contudo, menosprezar alguns dados alentadores. Atualmente, 90% da população tem acesso à energia elétrica e 87%, à água potável, condições *sine qua non* para o desenvolvimento de uma economia moderna. A barreira ainda fica por conta do saneamento, visto que somente 64% da população tem saneamento adequado (IBGE, 2005).

Resultados dos questionários

A opinião dos especialistas manifestada nos questionários denota uma percepção bastante crítica quanto às condições para empreender no Brasil. De modo geral, esta percepção corrobora as opiniões espontâneas deles. Em ambos os instrumentos de pesquisa, entrevista semi-estruturada e questionário estruturado, destacam-se negativamente os programas e políticas governamentais, o suporte financeiro ao empreendedorismo e a situação da educação no país. Como aspecto positivo, ressalta-se a percepção que os especialistas possuem em relação às oportunidades para empreender, única condição em que a média é superior à mundial (figura 15).

FIGURA 15 - CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÕES DOS ESPECIALISTAS - 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report
NOTA: A escala da abscissa varia de -2,0 a 2,0

5 IMPLICAÇÕES PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS

O GEM, além de ser um projeto de pesquisa que fornece uma descrição sistemática e detalhada da atividade empreendedora ao redor do mundo, também pretende ser um agente de estímulo ao debate sobre o empreendedorismo, sobretudo nos aspectos relativos à formulação de políticas públicas.

O relatório GEM Internacional revela claramente a impossibilidade real de se pensar em modelo único para o desenvolvimento da atividade empreendedora nos países – há que se considerar contextos nacionais e regionais específicos. Fazem parte do GEM países com níveis de desenvolvimento tecnológico os mais

diversos possíveis, que vão desde aqueles que geram, utilizam, desenvolvem e difundem tecnologia até paises com grandes dificuldades tecnológicas, até mesmo para realizar adaptações às tecnologias estrangeiras.

Apesar dessa realidade constatada, o relatório GEM Internacional não se furta à tarefa de analisar os aspectos comuns entre as nações, fornecendo elementos consistentes para a formulação de proposições para cada um dos três grupos de países (classificados segundo a renda nacional e o equivalente nível de desenvolvimento tecnológico). Além dessas propostas, esta seção traz outras proposições formuladas a partir da percepção dos especialistas nacionais e resultantes da experiência adquirida pela equipe GEM Brasil.

Para o grupo dos países de alta renda, o grande desafio é a manutenção dos índices de geração de novos produtos, processos e tecnologias: para tal recomenda-se aperfeiçoar sistematicamente mecanismos de difusão da "cultura" da criatividade e inovação, fortalecendo setores altamente inovativos.

No tocante ao grupo de países de renda média, o que se destaca é a necessidade premente de se conduzir de forma muito bem planejada a transição de um estágio de usuário de tecnologias desenvolvidas em outros países, para o estágio de desenvolvimento próprio, o que exige condições estruturais, sobretudo em questões educacionais muito específicas.

No caso do grupo de baixa renda nacional e baixo nível de desenvolvimento tecnológico, no qual está classificado o Brasil, as recomendações para a formulação de políticas e programas são as seguintes:

- Focar mais nas condições nacionais gerais do que nas condições para iniciar novos negócios;
- Fortalecer o setor de pequenas e médias empresas;
- Focar a atenção nas empresas existentes (mais do que no empreendedor individual) proporcionando: apoio financeiro, apoio gerencial, treinamento e redução do fardo regulatório;
- Comprometer-se com o ensino formal fundamental e médio, pois o baixo nível educacional leva ao empreendedorismo por necessidade ou a empregos com baixa remuneração;
- Reduzir a proporção do empreendedorismo por necessidade, ou seja, reduzir a dependência existente entre empreender e aumentar a renda pessoal ou familiar;

- Fortalecer as condições para que empresas estabelecidas possam se desenvolver: império da lei, flexibilidade do mercado de trabalho, infra-estrutura, eficiência do mercado financeiro e habilidades gerenciais (condições necessárias para atrair maiores investimentos, o que poderá propiciar o aumento nos níveis de emprego, transferência de tecnologia, exportações e arrecadação de tributos).

As proposições específicas para o Brasil, apresentadas pelos especialistas nacionais entrevistados, convergem quanto ao tema para as recomendações gerais acima apresentadas, principalmente quando se referem a Educação, Políticas e Programas Governamentais: 28% das 107 proposições dos especialistas brasileiros se reportam à melhoria ou implementação de políticas e programas governamentais e 24% são dirigidas à melhoria da qualidade do ensino no País. Porém, as proposições dos nossos especialistas ainda valorizam o estímulo ao empreendedorismo por meio de políticas e programas. Isso faz sentido, pois na medida em que, em curto prazo, não é possível reduzir drasticamente o desemprego, intervenções que propiciem agregar valor aos empreendimentos motivados por necessidade possibilitarão a sua sobrevivência e conseqüente melhoria na condição de ocupação e renda do brasileiro.

A seguir serão pontuadas algumas das proposições indicadas pelos especialistas nacionais e pela equipe GEM Brasil:

- As instituições financeiras devem adequar as linhas de crédito existentes no país às diferentes características e peculiaridades dos empreendedores, empreendimentos e realidades regionais;
- Os operadores de crédito nas instituições financeiras devem ser capacitados a desenvolver, além de suas responsabilidades burocráticas, a função de consultoria financeira aos empreendedores;
- Formuladores de políticas e programas devem propiciar a otimização do processo de abertura e fechamento de empresas a partir de exemplos de experiências nacionais e internacionais bem-sucedidas;
- Entidades de apoio ao empreendedorismo devem desenvolver programas gerais de assessoramento aos formuladores de políticas públicas, especialmente em âmbito municipal e microrregional, direcionadas ao fortalecimento do empreendedorismo local;

- O governo deve fazer uso de seu poder de compra (em processos de licitação, tomada de preços etc.), aplicando este poder no incentivo ao nascimento e principalmente ao fortalecimento de novas empresas;
- O governo em suas diferentes instâncias deve utilizar a mídia para difundir programas de estímulo ao desenvolvimento da cultura empreendedora, motivação e capacitação de empreendedores;
- O Ministério da Educação deve incentivar que as instituições de ensino em todos os níveis mesclem, em seus projetos pedagógicos, formação técnica com desenvolvimento de habilidades empreendedoras, por meio da metodologia de solução de problemas. Empreendedorismo deve, portanto, ser um conteúdo transversal a todas as disciplinas, não se limitando a ser uma cadeira eletiva;
- As instituições de ensino devem detectar alunos "talentosos" em suas respectivas áreas de atuação e oferecer oportunidades diferenciadas no processo educacional;
- As instituições de ensino devem fortalecer programas de capacitação virtual para empreendedores (Educação a Distância), dado o seu baixo custo e grande abrangência;
- Sindicatos, Ministério de Trabalho e Agências de fomento em parcerias devem criar mecanismos para identificar indivíduos que, por qualquer razão, saem do mercado formal de trabalho, e prestar-lhes assessoria sobre oportunidades efetivas de negócios e como abrir e conduzir empresas de maneira profissional, propiciando orientações diferenciadas àqueles que sabidamente empreendem por necessidade;
- Em virtude do grande número de programas e projetos de apoio ao empreendedorismo, que contam inclusive com recursos públicos, seria fundamental constituir e aplicar rígidos indicadores para avaliação da efetividade de políticas e programas voltados ao empreendedorismo, além de estabelecer uma sistemática para o acompanhamento de empreendedores melhorando a compreensão evolutiva do ato de empreender. Essa ação deve ser feita por organizações independentes;
- Agentes públicos devem criar programas para fortalecer o associativismo local, aproveitando potencialidades comunitárias;
- Agentes públicos também devem criar programas de sensibilização e orientação a potenciais investidores informais (dada a importância deste ator

social para a dinâmica empreendedora), criando condições que facilitem o surgimento de empreendimentos exitosos;

Entidades da sociedade civil, em consórcio com Secretarias (Municipais e Estaduais) de Trabalho, Indústria e Comércio, Ciência e Tecnologia e Educação, devem organizar fóruns de discussão e trocas de experiências entre empreendedores de diferentes segmentos para que haja o compartilhamento de conhecimento. Tais iniciativas deveriam alcançar o público (eventos abertos ou publicações) de modo a inspirar e disseminar a cultura empreendedora.

TÓPICOS ESPECIAIS

1 EMPREENDEDORISMO E GÊNERO

Introdução

Neste tópico especial, exploramos a relação entre empreendedorismo e gênero. O objetivo principal é apresentar as similitudes e diferenças, reveladas pelo GEM em 2004, no modo como mulheres e homens iniciam seus negócios.

Em específico, sempre que possível, destacamos o empreendedorismo feminino, em face da necessidade, comprovada neste e em outros anos, de compreender melhor o fenômeno para, no limite, embasar políticas e programas específicos para este público.

Ao longo das análises, buscamos estabelecer algumas comparações com os demais países participantes do GEM, agrupados de acordo com a renda medida pelo PIB per capita em dólares correntes. Para tanto, utilizamos os achados de Minniti, Arenius e Langowitz (2005).

A divisão do texto obedece ao propósito didático de, inicialmente, fazer uma rápida caracterização das relações de gênero à luz de perspectivas políticas e econômicas, nas quais o fenômeno empreendedor se encerra. Para tanto, lançamos mão de alguns dados secundários.

Num segundo momento, os dados da pesquisa GEM com a população adulta são apresentados e comentados, com o propósito de analisar as motivações que levam mulheres e homens a empreender, bem como o perfil de seus negócios.

A seguir, o debate recai no campo da cultura e são analisadas as atitudes e crenças, de homens e mulheres, em face do empreendedorismo. Este item antecede as considerações finais, nas quais comentamos os resultados e registramos algumas propostas para o desenvolvimento do imenso potencial do empreendedorismo feminino.

Gênero, política e economia

No empreendedorismo, reproduzem-se as demais características relacionadas a gênero na sociedade brasileira. Assim, antes de entrar na relação entre os temas, é necessário traçar um panorama geral da questão de gênero no País, principalmente a partir de seus aspectos político-econômicos.

Do ponto de vista institucional, mulheres e homens são formalmente iguais. Esta igualdade, a princípio, deveria presidir as relações sociais no dia-a-dia. No plano concreto, contudo, há um longo caminho a trilhar na construção da eqüidade.

A disparidade entre os gêneros aparece em diferentes esferas e assume roupagens variadas. Na política, o empoderamento feminino no Brasil é baixo na comparação com outras sociedades ocidentais. As brasileiras conquistaram o direito ao voto já na década de 1930. Entretanto, embora a introdução de mecanismos como cotas partidárias para mulheres venha contribuindo para o rápido incremento da participação feminina em todos os níveis de poder público, elas ainda são apenas 8% dos deputados federais e 12% dos senadores brasileiros (Ferreira, 2004).

A presença feminina na posição de titulares dos poderes executivos ainda é tímida, ainda que se tenha fortalecido nas últimas décadas – inclusive com a eleição de mulheres para ocupar prefeituras e governos de importantes cidades e estados da Federação.

No mundo do trabalho, é inegável o crescimento da participação feminina na composição da população economicamente ativa no Brasil. Em três décadas, esta participação cresceu de 20%, em 1970, para aproximadamente 43% no início do século XXI. Outros dados alentadores vêm das escolas. Não há mais diferenças nas taxas de alfabetização de mulheres e homens e, no ensino superior, elas já são a maioria dos matriculados.

No cotidiano das relações econômicas, entretanto, a desigualdade persiste e se faz sentir mais intensamente. O Brasil registra uma grande diferença de renda entre homens e mulheres – em 2004, elas ganhavam em média 70% dos rendimentos deles (IBGE, 2005), sendo substancialmente maior a disparidade entre mulheres negras e homens brancos.

Gênero e taxas de empreendedorismo

À primeira vista, os resultados do GEM para o Brasil são animadores. O País registra uma das maiores proporções de mulheres empreendedoras – elas compõem em média 45% da TEA de 2004 (Quadro 7), abaixo apenas de Portugal (49%), Peru (48%), EUA (47%), África do Sul (47%).

QUADRO 7 - TEA POR MOTIVAÇÃO, SEGUNDO GÊNERO - BRASIL - 2004

GÊNERO	TEA (TOTAL)		MOTIVAÇÃO			
			OPORTUNIDADE		NECESSIDADE	
	TEA [1] (%)	Proporção [2] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)
Masculino	16,1	55,0	9,1	58,0	6,8	51,0
Feminino	12,1	45,0	5,9	42,0	6,0	49,0

FONTE:GEM – Empreendedorismo no Brasil - Pesquisa com população adulta 2004

[1] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria (%)

[2] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

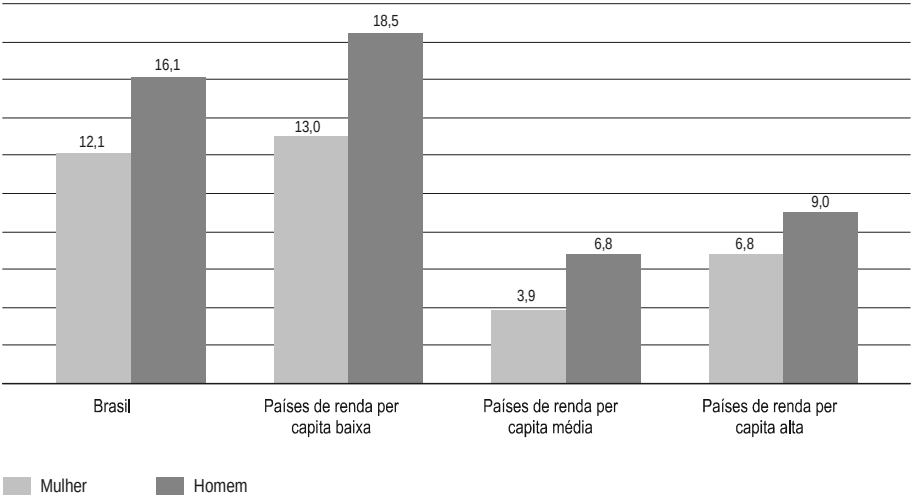
[3] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria, segundo a motivação (%)

[4] Número de empreend. da categoria em relação ao número total de empreendedores, segundo a motivação (%)

Para o conjunto dos países pesquisados, as maiores diferenças entre as TEAs masculina e feminina encontram-se nos países de renda per capita média, onde os homens têm uma probabilidade 75% maior de serem empreendedores que as mulheres. Tal probabilidade cai para 41% nos países de renda baixa e 33% nos de renda alta, mesmo percentual registrado no Brasil (figura 16).

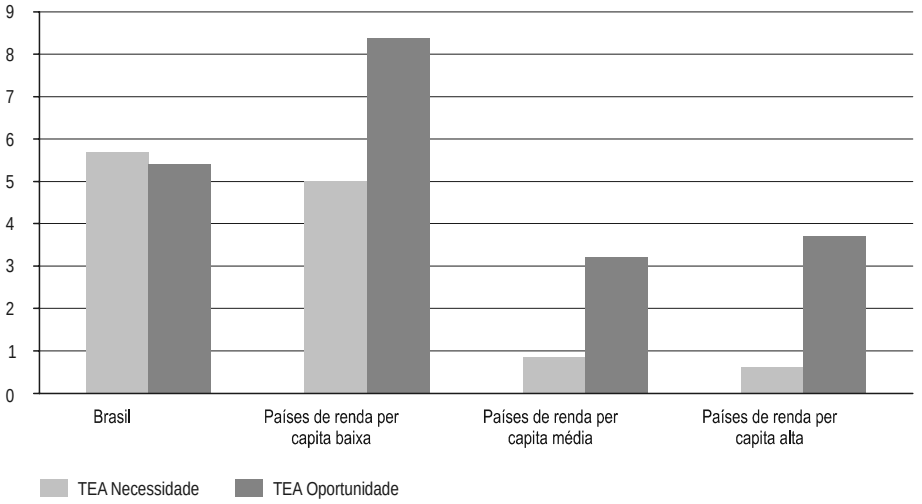
Todavia, a participação da mulher brasileira na composição do empreendedorismo motivado por necessidade (49%) é maior do que naquele baseado em oportunidades (42%), numa tendência distinta da verificada em todos os grupos de países pesquisados pelo GEM e classificados pela renda per capita, onde as TEAs por oportunidade são mais intensas, sobretudo nos contextos de alta renda (quadro 7 e figura 17).

FIGURA 16 - TEA SEGUNDO GÊNERO E GRUPOS DE PAÍSES POR RENDA PER CAPITA 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

FIGURA 17 - TEA MULHER 2004: OPORTUNIDADE E NECESSIDADE POR GRUPOS DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA)



FONTE: 2004 Report on Women and Entrepreneurship

Esses resultados conduzem a algumas inferências. Aparentemente, as mulheres têm sido impelidas a abrir seus negócios para garantir sua sobrevivência – seja somando recursos aos demais membros da família, seja em função do desemprego destes ou ainda para sustentar, sozinhas, seus lares, realidade cada vez mais freqüente, dado que, atualmente, cerca de um quarto dos domicílios brasileiros são exclusivamente chefiados por mulheres.

A razão para as altas taxas de empreendedorismo por necessidade entre as mulheres é, portanto, a mesma para os empreendedores em geral – falta de alternativa razoável de renda no universo do emprego e de mecanismos de proteção social suficientemente eficazes.

Quando se considera a renda, os empreendedores brasileiros são mal contemplados. Metade dos homens e das mulheres empreendedoras tem rendas familiares menores que três salários mínimos. A igualdade, contudo, pára nesta faixa de menores ganhos. Entre os homens empreendedores, 76% ganham seis salários mínimos ou menos – entre as empreendedoras esta proporção é maior: 83%. Portanto, cerca de 23% dos homens empreendedores têm renda superior a seis salários mínimos – enquanto as empreendedoras nesta faixa salarial são no máximo 15% (quadro 8).

QUADRO 8 - TEA SEGUNDO GÊNERO POR RENDA FAMILIAR - 2004

FAIXA DE RENDA (Salário Mínimo)	GÊNERO			
	Homem		Mulher	
	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)
Menos de 3	13,3%	52,0%	9,1%	51,3%
De 3 a 6	16,8%	24,0%	16,2%	31,7%
Mais de 6 a 9	21,3%	12,3%	14,3%	7,8%
Mais de 9 a 16	16,9%	4,3%	13,3%	3,5%
Mais de 15	30,5%	6,0%	10,4%	2,2%
Recusou-se a responder	0,0%	1,3%	13,5%	1,3%
Não Sabe	17,4%	0,0%	12,0%	2,2%

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

GEM - Empreendedorismo no Brasil - Pesquisa com população adulta 2004

[1] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria (%)

[2] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

[3] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria, segundo gênero (%)

Os números acima se refletem na distribuição das TEAs. A maior taxa entre os homens, superior a 30%, está na faixa superior a 15 salários mínimos. Entre as mulheres, a maior TEA foi registrada na faixa entre três e seis salários mínimos, de cerca de 16%. Portanto, as diferenças de renda entre homens e mulheres que caracterizam o tecido social do País aparecem também na população empreendedora.

Tal como ocorre na sociedade brasileira em geral, não há diferenças significativas entre empreendedores e empreendedoras no que se refere à escolaridade. A maior parte deles se concentra no grupo dos que têm entre cinco e 11 anos de estudo formal, cerca de 54%, seja entre os homens ou as mulheres (quadro 9).

QUADRO 9 - TEA SEGUNDO GÊNERO POR ESCOLARIDADE - 2004

ESCOLARIDADE (anos de estudo)	GÊNERO			
	Homem		Mulher	
	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)	TEA [3] (%)	Proporção [4] (%)
Sem educação formal	6,5%	2,7%	3,4%	1,7%
1 a 4	12,0%	29,7%	8,3%	29,1%
5 a 11	18,7%	54,7%	13,9%	53,5%
Mais de 11	18,7%	13,0%	14,8%	15,7%

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

[1] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria (%)

[2] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

[3] Número de empreendedores da categoria em relação à população da categoria, segundo gênero (%)

[4] Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores, segundo gênero (%)

Vale registrar a ligeira vantagem delas no grupo de maior escolaridade. Quase 16% das empreendedoras têm mais de 11 anos de estudo formal. Entre os homens este grupo representa 13%. Entretanto, o Brasil segue a tendência dos países de baixa renda e a maioria absoluta dos empreendedores tem até o ensino médio, realidade diversa da encontrada em países de renda mais alta, tanto para mulheres quanto para homens.

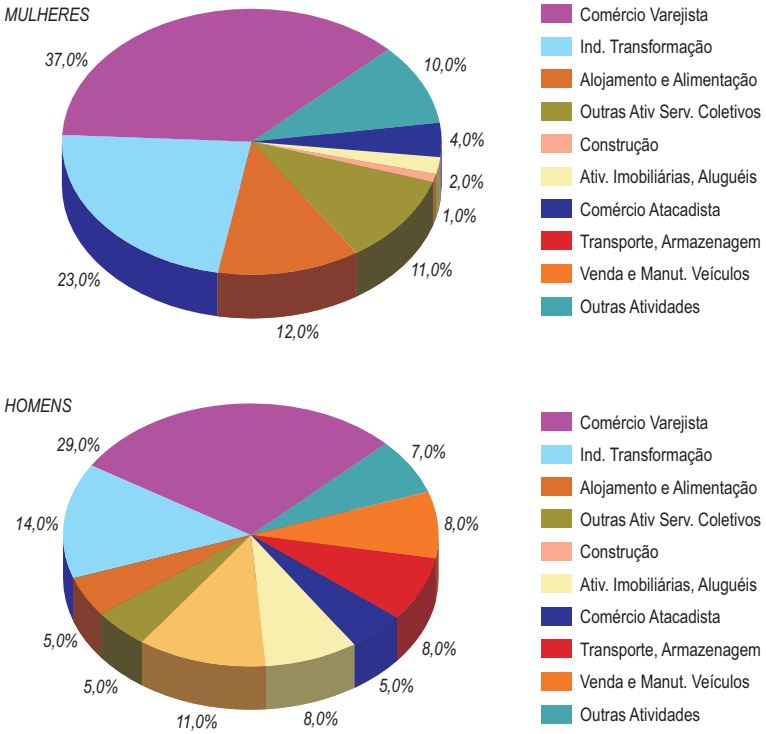
Gênero e Perfil dos Empreendimentos

Há substanciais diferenças nas atividades a que se dedicam homens e mulheres. Em ambos os gêneros, a maioria dos empreendedores desenvolve

pequenos negócios relacionados a comércio varejista e à indústria de transformação. Entretanto, tal proporção é expressivamente maior entre as empreendedoras – 60% (entre eles esta cifra soma 43%).

Por outro lado, em alguns setores específicos, a presença masculina é mais pronunciada: construção, 8% dos homens e 1% das mulheres; comércio atacadista e demais serviços prestados a terceiros, 13% dos homens e 6% das mulheres; transporte e armazenagem, -– 8% dos homens e 0% das mulheres. Disso se depreende que as empreendedoras com muito maior freqüência dedicam-se a negócios orientados ao consumidor final, reproduzindo os padrões do empreendedorismo de países de baixa renda (figura 18).

FIGURA 18 - DISTRIBUIÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA POR GÊNERO - 2004



FONTES: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004, GEM 2004 - Executive Report

Proporções iguais de homens e mulheres esperam gerar entre 0 e 5 empregos nos próximos cinco anos: cerca de 64%. Entretanto, é maior a proporção daqueles que pretendem gerar muitos empregos, mais de 20, entre os homens. Seis porcento deles afirmaram ter tal expectativa, entre as mulheres esta proporção não chegou a atingir 1%. Quanto à expectativa de exportação, não há diferenças expressivas entre os gêneros e, em ambos, cerca de 87% não espera ter clientes fora do país.

QUADRO 10 - EXPECTATIVA DE GERAÇÃO DE EMPREGOS POR GÊNERO - 2004

EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE EMPREGOS	GÊNERO	
	Proporção (%)	
	Homem	Mulher
0	31,0	33,5
1 - 5 empregos	32,7	30,4
De 6 a 19	12,3	9,1
Mais de 20	6,0	0,9
S/ Classificação	18,0	26,1

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2004

Com efeito, esses dados revelam que, assim como ocorre em todos os países pesquisados, as mulheres esperam um ritmo mais lento de crescimento para seus negócios. Vale registrar, contudo, uma importante diferença: enquanto no conjunto dos países o aporte de capital feito pelos homens é aproximadamente o dobro do das mulheres (US$ 65 mil e US$ 33 mil, respectivamente), no Brasil a média é a mesma, em torno dos R$ 12 mil. Aparentemente, a empreendedora brasileira empreende com o mesmo potencial, mas com menores expectativas que seus pares masculinos.

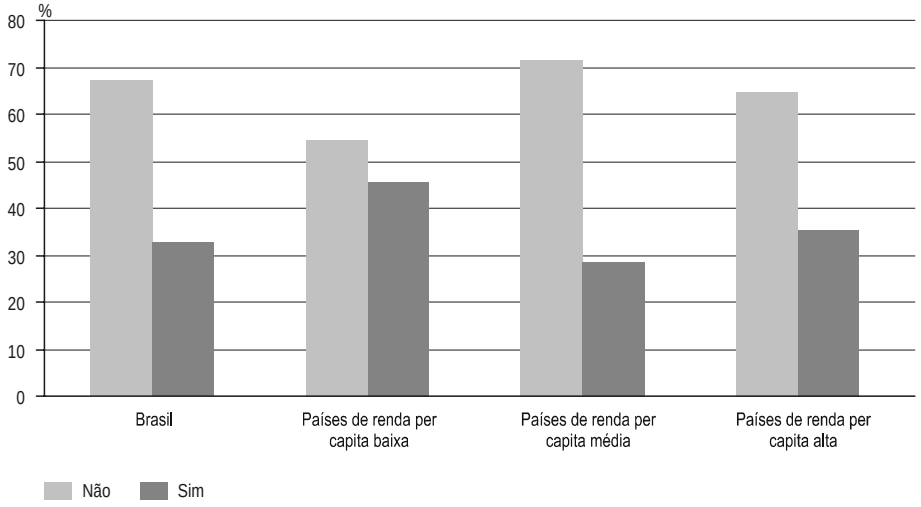
Gênero e Atitudes Diante do Empreendedorismo

Em linhas gerais, não há diferenças tão significativas entre os gêneros em relação às atitudes diante do empreendedorismo. Todavia, os resultados do GEM mostram que no Brasil o tema ainda é ligeiramente mais afeto ao universo masculino.

Considerando a amostra de entrevistados como um todo (empreendedores e não empreendedores) e as respostas válidas, 42% dos homens conhecem

pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos – entre as mulheres esta proporção soma 33%. Curiosamente, tal média é a mesma encontrada nos países de mais alta renda. Naqueles de renda mais baixa, a taxa de conhecimento é maior, em torno dos 45% (figura 19).

FIGURA 19 - MULHERES QUE CONHECEM OUTROS EMPREENDEDORES POR GRUPOS DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA)

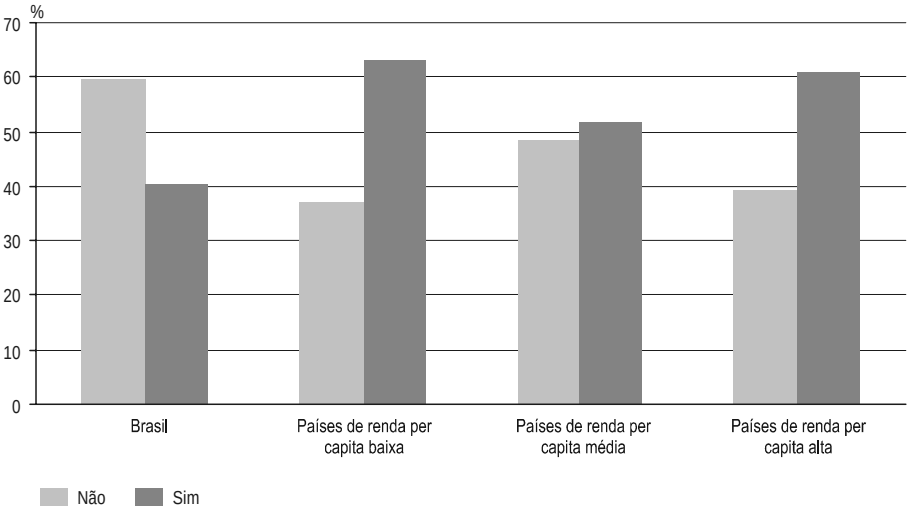


FONTE: 2004 Report on Women and Entrepreneurship

Os dados acima acabam sendo importantes porque a pesquisa GEM internacional revela haver uma forte correlação entre o fato de se conhecer um empreendedor e ser um deles. Mostra-se forte também, no conjunto dos países participantes do GEM, a correlação entre ser empreendedor e os aspectos analisados nos parágrafos a seguir, nos quais o retrato brasileiro é bastante animador.

As proporções de homens e mulheres que percebem boas oportunidades para se começar um novo negócio nas regiões onde vivem são semelhantes, respectivamente 47% e 40%. Este último percentual é, contudo, inferior às médias registradas em todos os grupos de países, principalmente os baixa e alta renda, onde em torno de 60% das mulheres afirmaram perceber boas oportunidades para empreender (figura 20).

FIGURA 20 - MULHERES QUE PERCEBEM OPORTUNIDADE PARA INICIAR NOVO NEGÓCIO POR GRUPO DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA)

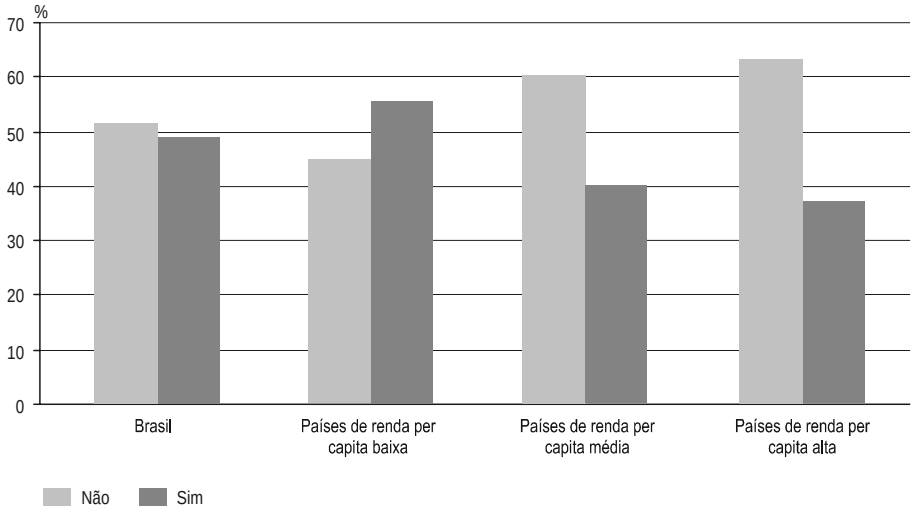


FONTE: 2004 Report on Women and Entrepreneurship

Aparentemente, os homens apresentam maior autoconfiança: 62% deles julgam ter a experiência, a habilidade e o conhecimento necessários para abrir um novo negócio – entre as mulheres este percentual fica em 49%, embora se deva ressaltar que ambos os valores são bastante elevados. Esta proporção supera a média dos países de baixa renda, nos quais 45% das mulheres julgam ter os citados requisitos, mas está aquém da média dos países de média e alta renda, de 60% (figura 21). Aqui aparentemente reside uma particularidade perversa que atinge os países em desenvolvimento: a menor auto-estima das mulheres no tocante a suas potencialidades.

Uma visão positiva das atitudes dos brasileiros perante o empreendedorismo emerge quando se combinam os resultados acima com outros indicadores. Para a maioria dos homens e as mulheres brasileiras, o medo do fracasso não os impediria de abrir novos negócios: 61% deles e 57% delas afirmaram não possuir tal temor, percentual que está próximo da média dos países de renda alta e baixa e razoavelmente acima dos de renda média, cujo resultado ficou em pouco mais de 50%.

FIGURA 21 - MULHERES QUE AFIRMAM TER EXPERIÊNCIA, HABILIDADE E CONHECIMENTO PARA INICIAR NOVO NEGÓCIO POR GRUPO DE PAÍSES (RENDA PER CAPITA)



FONTE: 2004 Report on Women and Entrepreneurship

Um dado especialmente alentador do ponto de vista da igualdade de gêneros no tocante ao empreendedorismo é a igual proporção de homens e mulheres que considera o início de um novo negócio uma opção desejável de carreira: entre elas, 78%; entre eles, 80%. Esses resultados complementam a visão de mulheres e homens em face daqueles que obtêm sucesso ao iniciar um novo negócio: 74% delas e 77% deles acreditam que tais empreendedores têm status e respeito perante a sociedade. Finalmente, proporções rigorosamente iguais de homens e mulheres, 71%, freqüentemente vêem, na mídia, histórias sobre novos negócios bem-sucedidos.

Considerações Finais

Os resultados apresentados neste texto podem, de um modo geral, ser interpretados positivamente. Do ponto de vista mais amplo, refletem atitudes proativas dos brasileiros com respeito à criação de negócios, especialmente ao se considerar as opiniões dos especialistas ouvidos pelo GEM, para quem, no Brasil, as imagens comumente vinculadas acerca do empreendedor são

depreciativas e em geral se valoriza mais o emprego formal que a iniciativa empresarial.

É no tocante ao gênero, contudo, que os resultados são mais interessantes. Se as diferenças nas motivações e no perfil dos negócios de homens e mulheres são ligeiramente significativas, o mesmo não se pode afirmar quanto à atitude cultural dos dois gêneros perante o empreendedorismo.

É reconfortante saber que homens e mulheres não se distinguem intrinsecamente em termos de crenças relacionadas a uma atividade tão importante para o desenvolvimento econômico, a inclusão social e o empoderamento dos cidadãos nas sociedades modernas. Some-se a isso a existência de cerca de 6,5 milhões de mulheres empreendedoras, que acarreta um enorme potencial para o desenvolvimento dos negócios no Brasil. Isso impõe, aos formuladores e executores de políticas de apoio ao empreendedorismo, o desafio de desenhar programas específicos para as empresárias de todos os estratos, mas principalmente as de baixa renda.

O fato de ser mais intenso o movimento de criação de negócios motivados pela necessidade entre as mulheres no Brasil e nos demais países de baixa renda não é negativo, pelo contrário, pode significar uma poderosa arma para o empoderamento feminino, verdadeiro mecanismo de geração de ocupação e renda e, principalmente, de emancipação.

Enxergando tal realidade para o conjunto de países de baixa renda, Minniti, Arenius e Langowitz (2005) enfatizam, como temas importantes para os formuladores de políticas voltadas ao empreendedorismo, o combate ao analfabetismo, a assistência financeira, a consultoria gerencial e o treinamento. No caso do Brasil, a consecução de formulação de programas nesse sentido não é difícil, dada a existência de diversas experiências bem-sucedidas. Entre essas, destacam-se programas de microcrédito focalizados na mulher e cooperativas de trabalhadoras, com resultados expressivos na melhoria da renda e das condições de vida das mulheres e de suas famílias. A questão é difundir essas experiências para todas as localidades do Brasil.

2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Em 2004, pela primeira vez, a dinâmica de criação de empreendimentos orientados para o trabalho social e sem fins lucrativos também foi alvo de investigação no GEM Brasil. Como resultado principal desta investigação, obteve-se a taxa de Atividade do Empreendedorismo Social (SEA – Social Entrepreneurship Activity). Este estudo coloca o Brasil como um dos primeiros países participantes do GEM Consortium a realizar estudos nesta vertente do empreendedorismo, juntamente com o Reino Unido.

A SEA encontrada no Brasil foi de 1,05 %, dito de outra forma, isso significa que pouco mais de um em cada cem adultos está engajado na criação ou no desenvolvimento de alguma forma de atividade com objetivos sociais ou comunitários. A título de ilustração, a SEA no Reino Unido em 2003 foi de 6,6%. Se, por um lado, a taxa brasileira é baixa, por outro, quando se consideram os números absolutos, chega-se a mais de um milhão de empreendedores sociais no País, número bastante expressivo. Fatores políticos, econômicos e educacionais podem explicar o comportamento brasileiro quanto ao empreendedorismo social.

Empreendedorismo social: fatores intervenientes

Do ponto de vista político, no Brasil, como em outros países latino-americanos, o déficit associativo é elevado. Em outras palavras, os brasileiros quase não se engajam voluntariamente. Nas regiões metropolitanas, em meados dos anos 90, quase 90% dos adultos não participavam de movimentos associativos em geral – sejam esses associações de bairro, religiosas, filantrópicas ou recreativas/culturais (Ferreira, 1999 citando dados da PME de abril de 1996, do IBGE).

A despeito do aumento exponencial no ritmo de criação de associações civis nas duas últimas décadas, a transição democrática no país não alterou muito o quadro quando se considera a população como um todo. Ao contrário: as atuais taxas de associativismo estão em patamares ligeiramente inferiores aos do final da década de 1980, quando havia um surto de democratização na sociedade brasileira.

Uma investigação, liderada por Salamon, Sokolowski e List (2003), comparou a dinâmica associativa em 35 países. Um dos indicadores observados foi a proporção de componentes da força de trabalho que atuam em organizações da sociedade civil. No Brasil, o resultado foi de 1,6%, uma das menores taxas, à frente de apenas sete países. A título de ilustração, nos quatro países mais bem colocados – Países Baixos, Bélgica, Irlanda e Estados Unidos, este percentual é sempre igual ou superior a 10%.

Apenas 10% da força de trabalho associativa brasileira são formados por voluntários, resultado melhor somente que o registrado pelo Egito e muito aquém dos números da Suécia, onde os voluntários são 76%. Ademais, embora seja mais comum países desenvolvidos terem melhores resultados, na Argentina, país no mesmo estágio de desenvolvimento econômico que o Brasil, praticamente 5% da força de trabalho dedica-se a atividades associativas.

O que estaria na raiz da baixa participação associativa dos brasileiros? Uma explicação de cunho culturalista, fundada em Putnam (1996), atribuiria a situação devida tanto a uma falta de tradição cívica tributária de uma tradição política autoritária e clientelista quanto a um desencantamento com a democracia e seus resultados. Todavia, uma análise acurada de alguns dados secundários e dos resultados da própria pesquisa GEM sobre empreendedorismo social aponta para outras explicações, de cunho econômico e educacional.

Empreendedorismo Social - Taxas

A baixa taxa de empreendedorismo social e a alta taxa de empreendedorismo por necessidade podem ser explicadas a partir de argumentos semelhantes, ou seja, o brasileiro manifesta um compromisso prioritário com a sua sobrevivência antes de empreender com objetivos comunitários ou sociais.

Aparentemente, uma vasta proporção de brasileiros faz um simples cálculo racional, pelo qual, conscientemente ou não, considera os custos de envolver-se em alguma atividade de cunho altruísta, sem recompensas materiais imediatas em face da premente necessidade de ajudar em sua própria sobrevivência. Os resultados do GEM o comprovam.

Um terço dos empreendedores sociais são também componentes da TEA. Quase a totalidade deles empreende motivada por oportunidades. Os homens são 73,8% dos empreendedores sociais (quadro 11). Como entre as mulheres, o empreendedorismo por necessidade é mais acentuado, verifica-se uma barreira potencial a que elas estejam à frente de empreendimentos socialmente orientados – o que não impede que elas atuem como voluntárias nessas organizações.

Outro fator a considerar é a escolaridade. Na população pesquisada, a parcela com mais alto nível de educação formal tende a ter as mais altas taxas de empreendedorismo social (quadro 12). Se a avaliação for focada apenas nos empreendedores sociais identificados, 75% dos indivíduos à frente desses empreendimentos possuem pelo menos o Ensino Médio completo, o que denota uma maior capacitação deste empreendedor quando comparado com o empreendedorismo convencional, no qual em torno de 45% dos empreendedores apresentam escolaridade mínima de Ensino Médio completo.

QUADRO 11 - TAXA E PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL (SEA) POR GÊNERO - 2004

GÊNERO	SEA	
	Taxa	Proporção SEA
Homem	1,6%	73,8%
Mulher	0,5%	26,2%

FONTE: GEM Brasil 2004

QUADRO 12 - TAXA E PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL (SEA) POR ESCOLARIDADE - 2004

ESCOLARIDADE (anos de estudo)	SEA	
	Taxa (%)	Proporção (%)
Sem educação formal	0,0%	6,1%
1 a 4	0,3%	39,0%
5 a 11	1,4%	43,8%
Mais de 11	2,9%	11,1%

FONTE: GEM Brasil 2004

Sinalizações

O empreendedor social apresenta um perfil bastante marcado. Trata-se de um indivíduo escolarizado, portanto com maior tendência ao engajamento associativo, e menos premido pelas necessidades imediatas de sobrevivência com que se defronta a maioria dos brasileiros. Ou seja, dispõe de recursos intelectuais e materiais para liderar organizações de finalidade social.

Dos resultados acima, conclui-se que o incremento do empreendedorismo social no Brasil passa por enfrentar problemas que somente podem ser resolvidos no longo prazo: reduzir a presença dos fatores que impelem ao empreendedorismo por necessidade e melhorar significativamente as condições da educação formal. Ambos implicam a presença de eficientes políticas e programas governamentais de transformação estrutural profunda.

Todavia, é possível vislumbrar algumas propostas factíveis num prazo mais curto. Algumas já estão em andamento. Os esforços envidados pela esfera pública, desde meados da década passada, para regulamentar e incentivar o terceiro setor lograram uma ampliação no número de organizações – destaca-se aqui a discussão e a aprovação da Lei das OSCIPs, que trouxe condições de ampliação e transparência às parcerias entre o Estado e as organizações não-governamentais. Falta, contudo, medidas que robusteçam a participação cidadã nessas organizações. O potencial é enorme devido à baixa SEA e às imensas carências do país.

Uma medida concreta e pouco custosa é enxergar o beneficiário das ações não apenas como um cliente – o que pode gerar a reprodução de práticas clientelistas, mas, principalmente, como um parceiro que pode empreender e co-liderar a organização (o exemplo da Pastoral da Criança é emblemático neste sentido). Esta medida pode gerar um efeito multiplicador nas comunidades que demandam os serviços prestados pelo empreendedorismo social, incentivando-o entre aqueles que têm uma maior tendência a empreender por necessidade.

Finalmente, as associações de classe devem manter e ampliar seus programas de incentivo à responsabilidade social corporativa. Apesar dos avanços neste sentido, a margem para ampliação dessa espécie de intraempreendedorismo é ainda considerável, ressaltando-se que muitas das grandes empresas brasileiras têm unidades em comunidades bastante carentes.

É essencial frisar que o empreendedorismo social não deve ser um substituto do Estado em suas obrigações para com a promoção dos direitos de cidadania de segunda e terceira geração – aqueles que implicam uma prestação positiva por parte do poder público: saúde, educação, assistência social, trabalho e renda, além de direitos relacionados à sustentabilidade ambiental. Tanto é assim que onde o Estado é mais forte, nos países nórdicos, por exemplo, o associativismo civil é igualmente forte.

Tampouco o encontro entre o empreendedorismo social e o Estado deve ser o da confrontação pura e simples, num jogo de soma-zero. Aquele deve manter sua autonomia, porém buscando parcerias que ajudem a enfrentar os problemas da população. Este, embora venha cumprindo seu papel de reservar recursos para essas parcerias tomando as precauções necessárias, deve reduzir o fardo regulatório, a burocracia que vitima não apenas as empresas, mas também o empreendedorismo social dada a quantidade de procedimentos e licenças necessários para a abertura de uma associação civil sem fins lucrativos.

REFERÊNCIAS

CNT - Confederação Nacional dos Transportes (2003). **Transporte de cargas no Brasil:** Ameaças e oportunidades para o desenvolvimento do país. Brasília.

FERREIRA, M. (2004) Do voto feminino à Lei das Cotas: a difícil inserção das mulheres nas democracias representativas. **Revista Espaço Acadêmico**, nº 37, jun. 2004. Disponível em: http://www.espacoacademico.com.br/037/37cferreira.htm

FERREIRA, M. C. (1999), Associativismo e contato político nas regiões metropolitanas do Brasil – 1988-1996. Revisitando o problema da participação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 14, n. 41, out. 1999, p. 90-102.

IBGE. **Síntese dos indicadores sociais - 2004**. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsociais2004/indic_sociais2004.pdf

IBGE. (2005) Síntese de indicadores sociais 2004. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

MINNITI, M; ARENIUS, P; LANGOWITZ, N. (2005) **Global entrepreneurship Monito**: 2004 Report on Women and Entrepreneurship. The Center for Women's Leadership at Babson College.

PUTNAM, R.; LEONARDI, R.; NANETTI, R. Y. (1996) **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: FGV.

SALAMON, L. M.; SOKOLOWSKI, S.W.; LIST, R. **Global Civil Society**: An Overview (2003). Baltimore: The John Hopkins University.

WORLD BANK, The. (2004) Doing Business 2004. Washington, D.C: The International Bank for Reconstruction and Development.

APÊNDICE 1 – PRESSUPOSTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

O presente apêndice, se lido em seqüência, contém a descrição da metodologia GEM, com detalhamento sobre os procedimentos específicos de 2004; ao mesmo tempo, pode ser utilizado como notas às quais o leitor pode-se remeter ao longo do corpo do documento.

1.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO SEGUNDO O GEM E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

O conceito de empreendedorismo adotado pelo modelo GEM tem um escopo capaz de captar toda e qualquer atividade que tenha uma característica de esforço autônomo e que envolva a criação de uma base de recursos, para poder desta forma verificar em que medida determinada população é, ou não, empreendedora. Para o modelo GEM, empreendedorismo é:

> "Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas."

Os procedimentos e instrumentos de pesquisa são padronizados para todos os países participantes do GEM, o que tem permitido à coordenação internacional da pesquisa a construção de um expressivo e consistente banco de dados sobre o empreendedorismo no mundo, bem como, aos países participantes, o estabelecimento de comparações com outros países.

Os dados provêm de três fontes principais: pesquisa com a população adulta de cada país, entrevistas com especialistas e pesquisa em fontes secundárias, as quais são descritas neste apêndice.

1.2 MODELO BÁSICO

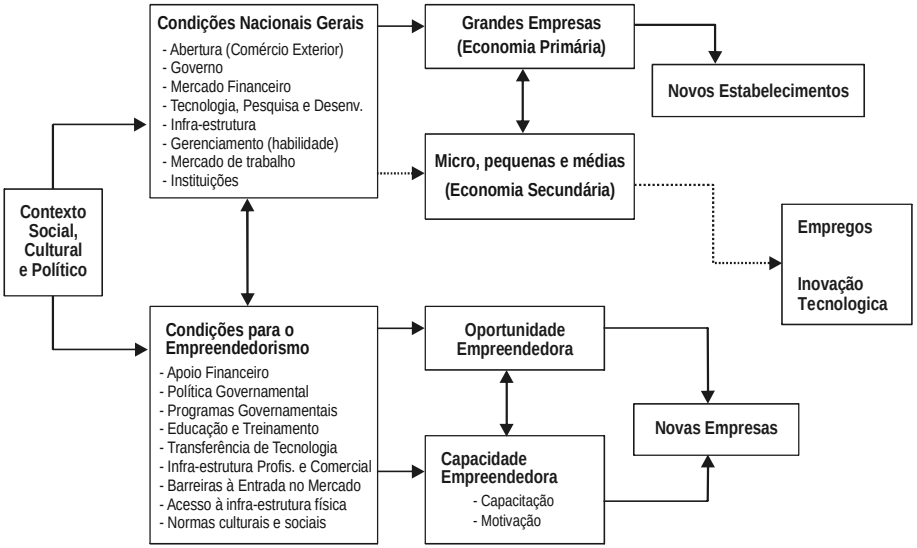
O GEM tem como principal objetivo o aprimoramento da compreensão sobre a relação do empreendedorismo com o desenvolvimento econômico.

Análises tradicionais sobre crescimento econômico (expresso pelo crescimento do PIB e níveis de emprego) têm mantido seu foco na investigação sobre a contribuição das empresas grandes e estabelecidas e negligenciado o papel exercido pelas pequenas empresas na dinâmica da economia.

O modelo conceitual do GEM adota uma posição mais abrangente e considera a contribuição de todo tipo de negócio no desenvolvimento dos países. Assim, a pesquisa parte da premissa de que o crescimento econômico nacional resulta da ação de dois processos distintos, porém complementares:

- As atividades de inserção e intercâmbio no comércio internacional promovidas por empresas estabelecidas de grande porte, que geram demandas internas por novos produtos e serviços, e
- As atividades diretamente relacionadas com o processo empreendedor e que são responsáveis pela criação e pelo crescimento de novas empresas.

FIGURA 22 - MODELO CONCEITUAL DO GEM



O modelo parte do pressuposto de que todas as empresas, independentemente do seu porte ou idade, são afetadas por condições nacionais gerais (figura 22), as quais exercem um papel determinante no sucesso ou fracasso de todos os empreendimentos. Essas condições incluem: a abertura do mercado para o comércio exterior, a extensão e o papel do governo junto ao comércio e à indústria, a eficiência dos mercados financeiros, a flexibilidade do mercado de trabalho, a efetividade das leis, a infra-estrutura física etc. A compreensão sobre como esses fatores variam entre os países pode ajudar a explicar as variações dos níveis de desenvolvimento econômico. No caso das empresas grandes e estabelecidas, essa relação é bem compreendida e documentada, porém o processo empreendedor e a extensão com que a atividade empreendedora impacta na economia tem sido menos entendido. Concentrando-se nessa área, o modelo GEM identifica e distingue um outro conjunto de fatores que afetam diretamente a atividade empreendedora, pela sua influência nas condições que conduzem a novos empreendimentos e ao crescimento de pequenas empresas. Esses fatores são denominados Entrepreneurial Framework Conditions – EFC (ver Box, item 13 deste apêndice), que traduzimos para Condições Estruturais para o Empreendedorismo. Essas condições determinam a capacidade de um país em encorajar *start-ups* e, combinada a habilidades e motivação daqueles que desejam iniciar algum novo negócio, influenciam o processo empreendedor. Quando bem-sucedida, essa combinação conduz à geração de muitos novos negócios e, conseqüentemente, à inovação e competição no mercado, tendo como resultado final uma influência positiva no crescimento econômico nacional.

1.3 ANÁLISE SOBRE A RELAÇÃO ENTRE EMPREENDEDORISMO E RENDA DOS PAÍSES

Conforme visto até aqui, o modelo GEM vem orientando sua investigação principalmente pelas relações entre empreendedorismo e as grandes corporações e o seu papel no desenvolvimento econômico, argumentando sobre o quanto a saúde econômica das nações depende do nível de desempenho dessas forças combinadas. Em 2004 a pesquisa internacional foca sua atenção em uma outra variável do modelo – o nível econômico das nações –

e chega a importantes conclusões sobre as relações existentes entre empreendedorismo e a renda nacional dos países, medida pelo PIB per capita.

Os países participantes do GEM foram agrupados em três categorias considerando a sua renda nacional expressa pelo PIB per capita: países de baixa renda (PIB per capita abaixo de US$ 10.000,00), países de média renda (PIB per capita entre US$ 10.000,00 e US$ 25.000,00), países de alta renda (PIB per capita acima de US$ 25.000,00).

Conforme dados no quadro 13, na categoria de baixa renda per capita foram incluídos: Peru, Uganda, Equador, Índia, Jordânia, Brasil, Argentina, Polônia, África do Sul, Croácia, Hungria e China; como de média renda per capita classificaram-se: Nova Zelândia, Israel, Grécia, Cingapura, Espanha, Eslovênia, Portugal e Hong-Kong; e, no grupo de alta renda per capita: Canadá, Austrália, Islândia, Estados Unidos, França, Alemanha, Holanda, Bélgica, Reino Unido, Finlândia, Irlanda, Itália, Japão, Suécia, Dinamarca, e Noruega.

Classificados os países segundo a renda, foi feito então o ajuste de uma curva parabólica relacionando a TEA dos países e seus correspondentes PIBs per capita, o que permitiu a montagem de uma matriz agrupando desta vez os países segundo as duas variáveis: renda nacional e TEA.

QUADRO 13 - REGIÕES DO MUNDO, PIB PER CAPITA E TEA

REGIÃO	PAÍS	PIB PER CAPITA	TEA 2004	MEMBROS OECD	TEA 2004 REGIÃO*
América do Sul	Equador	2.127	27,2		16,6
	Peru	2.270	40,3		
	Brasil	3.182	13,5		
	Argentina	3.865	12,8		
América do Norte	Canadá	29.777	8,9	X	11,1
	Estados Unidos	39.922	11,3	X	
Europa: União Européia (UE)	Polônia	5.728	8,8		5,4
	Hungria	9.263	4,3	X	
	Portugal	16.173	4,0	X	
	Eslovênia	16.275	2,6		
	Grécia	18.569	5,8	X	
	Espanha	24.254	5,2	X	
	Itália	28.995	4,3	X	
	França	31.996	6,0	X	
	Alemanha	32.624	4,5	X	
	Bélgica	33.927	3,5	X	
	Finlândia	34.944	4,4	x	
	Holanda	35.160	5,1	x	
	Reino Unido	35.718	6,3	x	
	Suécia	37.548	3,7	x	
	Irlanda	43.290	7,7	x	
	Dinamarca	45.060	5,3	x	
Europe: não UE	Croácia	5.357	3,7		5,6
	Islândia	40.748	13,6	x	
	Noruega	51.918	7,0	x	
Africa e Oriente Médio	Uganda	248	31,6		13,0
	Jordânia	1.885	18,3		
	África do Sul	3.746	5,4		
	Israel	16.887	6,6		
Asia e Oceania	Cingapura	23.041	5,7		3,4
	Nova Zelândia	23.460	14,7	x	
	Hong Kong	23.507	3,0		
	Austrália	30.695	13,4	x	
	Japão	36.105	1,5	x	
Países NÃO membros da OECD		**10.372**	**15,3**		
Países membros da OECD		**30.955**	**7,1**		
TOTAL		**25.368**	**9,3**		

* A TEA estimada é a TEA da região (ponderada pela população dos paises)

1.4 A TAXA TEA – TOTAL ENTREPRENEURIAL ACTIVITY (ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL)

A medida da extensão da atividade empreendedora em cada país é baseada na pesquisa com população adulta (ver próximo item deste capítulo). Os dados coletados de forma padronizada nessa pesquisa são utilizados para produzir a TEA, definida como a porcentagem da força de trabalho que está ativamente iniciando novos empreendimentos ou é proprietária/gerente de empreendimentos com até 42 meses. A taxa TEA é essencialmente a soma dos empreendedores de negócios nascentes e dos proprietários de negócios novos.

A taxa TEA, ao completar em 2004 seu sexto ano de utilização pelo GEM, vem sendo submetida, pela equipe internacional, a diversos testes de consistência inclusive na comparação com o comportamento de outras medidas da economia e da atividade empreendedora nos países. Os resultados têm confirmado que a TEA vem se revelando uma medida confiável e abrangente sobre a atividade empreendedora.

Procedimentos de coleta de dados na pesquisa com população adulta

Essa pesquisa consiste na busca de dados primários, pela abordagem da população adulta, de 18 a 64 anos, dos países participantes. O objetivo da pesquisa com população adulta é identificar quantas pessoas no país estão iniciando algum negócio e aprofundar informações sobre as características dessas pessoas e desses negócios. Realizada por um instituto de pesquisa local sob a supervisão das equipes GEM nacional e internacional, a pesquisa de campo utiliza um formulário padronizado, composto por 82 questões abertas e fechadas.

Essa pesquisa fornece os elementos para o cálculo da TEA e demais desdobramentos das taxas de empreendedorismo apresentadas ao longo do relatório.

Nessa fase é utilizada amostragem probabilística, sendo que as dimensões das amostras variam de 1.000 a 27.000 entrevistados em cada país.

Em 2004, no Brasil, foram entrevistados 4000 adultos com idade entre 18 e 64 anos – amostra probabilística, com nível de confiança de 95% e erro de 1,04%,

refletindo todas as regiões geográficas do país e a composição da população em termos de gênero e idade.

Foram realizadas entrevistas domiciliares, face a face, passando pelos seguintes estágios para abordagem do entrevistado: seleção dos Estados, seleção dos municípios dentro do Estado, seleção das quadras nos municípios, seleção dos domicílios nas quadras e, finalmente, seleção do indivíduo a ser entrevistado no domicílio.

O quadro a seguir resume o plano amostral descrito:

QUADRO 14 - NÚMERO DE ENTREVISTADOS POR REGIÕES DO BRASIL

REGIÃO	ENTREVISTADOS	ESTADOS	DISTRIBUIÇÃO POR CIDADES
Norte	280	Pará	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Tocantins	Capital + Cidade média + Cidade pequena
Nordeste	1142	Bahia	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Ceará	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Paraíba	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Pernambuco	Capital + Cidade média + Cidade pequena
Sul	600	Rio Grande do Sul	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Santa Catarina	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Paraná	Capital + Cidade média + Cidade pequena
Sudeste	1700	Minas Gerais	Capital + Cidade grande + 2 Cidade média + 2 Cidades pequenas
		São Paulo	Capital + Cidade grande + 2 Cidade média + 2 Cidades pequenas
		Rio de Janeiro	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Espírito Santo	Capital + Cidade média + Cidade pequena
Centro-Oeste	278	Goiás	Capital + Cidade média + Cidade pequena
		Mato Grosso do Sul	Capital + Cidade média + Cidade pequena
TOTAL	4000	15 Estados	51 Cidades

1.5 EMPREENDEDORES DE NEGÓCIOS NOVOS

São considerados aqueles indivíduos, com idade entre 18 e 64 anos, que manifestaram encontrar-se, no ano anterior, na condição de proprietários e administradores de algum empreendimento cuja atividade vem remunerando seus colaboradores num período compreendido entre três e 42 meses. Essa medida fornece os elementos para o cálculo da taxa de empreendedores de empresas novas.

1.6 EMPREENDEDORES DE NEGÓCIOS NASCENTES

São aqueles indivíduos, com idade entre 18 e 64 anos que, durante o último ano, fizeram algum movimento no sentido de criar algum novo negócio e, nesse período, realizaram alguma ação concreta para ativá-lo, como procurar equipamentos ou local, organizar uma equipe, elaborar um plano etc. Além disso, essas pessoas teriam de manifestar a intenção de ser proprietárias do negócio, em parte ou no todo, e este não poderia ter proporcionado remuneração de qualquer espécie, para quem quer que seja, por mais três meses. Essa medida fornece os elementos para o cálculo da taxa de empreendedores nascentes.

1.7 EMPREENDEDORES MOTIVADOS POR OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE

O GEM estabelece uma distinção entre os empreendedores que iniciam seu empreendimento por não terem alternativa razoável de ocupação e renda e aqueles que empreendem a partir da percepção de uma oportunidade ou a identificação de um nicho de mercado pouco explorado. Esses dois tipos de empreendedores são, respectivamente, chamados de **empreendedores por necessidade** e **empreendedores por oportunidade**. Essa distinção permite uma percepção mais acurada do processo de criação de um negócio e, em conseqüência, uma melhor compreensão dos diferentes instrumentos e abordagens necessários na definição de políticas e ações dirigidas a este segmento. Uma pequena parcela de empreendedores não cabe em nenhuma dessas duas classificações e, neste caso, é classificada como outros.

1.8 CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS DOS NOVOS NEGÓCIOS

As atividades econômicas dos novos negócios identificados na pesquisa foram classificadas conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE-95, do IBGE. Utilizou-se o programa de classificação – Pesquisa CNAE – disponível no site do IBGE, sistema versão 1.10, de outubro de 1998, e banco de

dados atualizado em 15/06/2001. Este sistema envolve quatro níveis de agregação (classes, grupos, divisões e seções) das atividades, identificados por dígitos da codificação utilizada.

As atividades foram classificadas, no banco de dados, em classes (quatro dígitos), sendo posteriormente reagrupadas por seção devido ao tamanho da amostra impor limites à análise em níveis mais desagregados. A única exceção a este procedimento se deu em relação à seção G, adotando-se a classificação por divisão (dois dígitos) visando separar as atividades de venda e manutenção de veículos das demais atividades comerciais.

Além da classificação do tipo de atividade realizada, a pesquisa com população adulta também busca qualificar tais negócios com relação a: inovação, concorrência, tecnologia envolvida, geração de empregos, exportação e investimentos.

1.9 OS INVESTIDORES INFORMAIS

A criação de novos negócios envolve, obrigatoriamente, a provisão de recursos financeiros. Nesse sentido, vêm sendo realizados, principalmente nos Estados Unidos e em outros países ricos, muitos registros e estudos sobre o chamado capital de risco clássico – grupos formalmente organizados que dirigem recursos preferencialmente para empresas já em operação (estágio posterior ao de empresa nascente) e de base tecnológica. O mesmo não se verifica em relação ao capital informal envolvido na criação dos negócios, sobre o qual não existe qualquer tipo de registro.

O GEM, por meio da pesquisa com população adulta, procura obter informações sobre essa questão, identificando os indivíduos que, nos últimos três anos, destinaram recursos financeiros a algum novo negócio do qual não faziam parte. Essas pessoas são denominadas investidores informais e compreendem desde pessoas com ligações familiares com o empreendedor até aquelas que não possuem qualquer tipo de vínculo com o mesmo. Essa medida fornece elementos para o cálculo da taxa de investidores informais.

1.10 PESQUISA COM OS ESPECIALISTAS NACIONAIS

A pesquisa com os especialistas, por meio do questionário e da entrevista face a face, representa um papel relevante no sucesso do GEM, ao fornecer uma visão geral das condições em que ocorre atividade empreendedora em cada país. Os seus resultados, além de contribuírem para a compreensão da dinâmica do empreendedorismo nos países, fornecem elementos para a proposição de recomendações relativas ao fomento dessas atividades.

No caso específico das pesquisas GEM, o especialista é alguém diretamente envolvido com algum aspecto importante relacionado a uma das condições relacionadas ao empreendedorismo no país e em sua região. Os Especialistas Nacionais podem ser políticos, acadêmicos, empresários, agentes do governo ou qualquer outro profissional ligado ao empreendedorismo com conhecimento resultante de diferentes experiências e, ou, estudos. Em 2004, no Brasil, foram ouvidos 47 especialistas, sendo 16 empreendedores e 31 profissionais.

Na pesquisa com especialistas são utilizados dois procedimentos e respectivos instrumentos padronizados, construídos a partir das Condições Nacionais Gerais e das Condições Nacionais para o Empreendedorismo (EFC) do modelo GEM: o questionário e a entrevista face a face.

O **questionário**, composto por 77 questões, aborda os vários fatores relacionados ao empreendedorismo. Cada resposta é medida em uma escala padrão de cinco alternativas, garantindo a comparabilidade entre os países. No presente relatório, as médias estão apresentadas na faixa entre –2 e 2, significando uma progressão que vai do mais falso ao mais verdadeiro;

O questionário contribui para:

- A elaboração dos relatórios Nacionais do GEM, mediante o fornecimento de medidas padronizadas das opiniões dos especialistas quanto ao empreendedorismo em cada país.
- A elaboração do Relatório Global do GEM, mediante comparações internacionais diretas das opiniões dos especialistas.

As **entrevistas face a face**, respondidas logo após o questionário, permitem a coleta de opiniões de empreendedores e profissionais de várias organizações, sobre aspectos da atividade empreendedora considerados importantes no país.

As equipes nacionais do GEM usam essas informações para compor o relatório nacional, discutindo as condições do empreendedorismo em seu país.

A entrevista se concentra em três aspectos:

- Os principais fatores limitantes ao desenvolvimento do empreendedorismo no país;
- Os principais fatores que contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo no país;
- O que pode ser feito para incrementar o empreendedorismo no país.

As equipes nacionais elaboram resumos de cada entrevista, destacando os fatores e sugestões apresentados. Os relatórios são submetidos à coordenação internacional do GEM que, então, combina os resumos de cada país para identificar os padrões entre as nações. Assim, os responsáveis pela elaboração de políticas de um país podem recorrer a outros com situação similar, em busca de exemplos, conselho ou colaboração. Os resultados desses resumos são apresentados no Relatório Global do GEM.

Condições Nacionais para o Empreendedorismo

Apoio Financeiro

Avalia a disponibilidade de recursos financeiros (investimentos, capital de giro etc.), para a criação de negócios ou sua sobrevivência, incluindo doações e subsídios. Essa dimensão também examina os tipos e a qualidade do apoio financeiro – formas de participação, capital inicial e de giro; o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo (conhecimento e habilidade para avaliar oportunidades, planos de negócios e necessidades de capital de negócios de pequena escala, disposição para lidar com empreendedores e postura diante do risco).

Políticas Governamentais

Avalia até que ponto as políticas governamentais regionais e nacionais, refletidas ou aplicadas em termos de tributos e regulamentações, são neutras ou encorajam ou não o surgimento de novos empreendimentos.

Programas Governamentais

Avalia a presença de programas diretos para auxiliar novos negócios, em todos os níveis de governo – nacional, regional e municipal.

Essa dimensão também examina a acessibilidade e a qualidade dos programas governamentais; disponibilidade e qualidade dos recursos humanos de órgãos governamentais, bem como a habilidade destes em administrar programas especificamente voltados ao empreendedor; a efetividade dos programas.

Educação e Treinamento

Avalia até que ponto a capacitação para a criação ou gerenciamento de novos negócios é incorporada aos sistemas educacionais e de treinamento em todos os níveis (ensino fundamental, médio, superior e profissionalizante e cursos de pós-graduação, além de cursos especificamente voltados a empreendedorismo/ negócios).

Essa dimensão também examina a qualidade, relevância e profundidade da educação e dos treinamentos voltados à criação ou gerenciamento de novos negócios; a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e criatividade; a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo; experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.

Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)

Avalia até que ponto a pesquisa e desenvolvimento leva a novas oportunidades empresariais, e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas.

Essa dimensão também avalia as implicações das obrigações jurídicas e legislação de patentes; capacidade dos pesquisadores em lidar com contrapartidas industriais e vice-versa; nível de inovação dos países; orientação nacional relativa à pesquisa e desenvolvimento; reconhecimento e promoção, pelo governo, indústrias e instituições educacionais, da importância da pesquisa aplicada; disponibilidade e qualidade da infra-estrutura de apoio para empreendimentos de alta tecnologia.

Infra-estrutura Comercial e Profissional

Avalia a disponibilidade, custo e qualidade dos serviços de contabilidade, comerciais ou outros serviços de ordem legal e tributária, bem como de instituições que permitam ou promovam a criação de novos negócios ou a sobrevivência de negócios em crescimento. Também examina a acessibilidade à informação de variadas fontes como internet, revistas, jornais e periódicos sobre economia nacional e internacional, processos de start-up, como escrever um plano de negócios e de demandas de mercado.

Abertura de Mercado/ Barreiras à Entrada

Avalia até que ponto os acordos comerciais são inflexíveis e imutáveis, impedindo que novas empresas possam competir e substituir fornecedores, prestadores de serviço e consultores existentes.

Essa dimensão também examina a falta de transparência do mercado (informação assimétrica; a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores); políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.); a estrutura do mercado (facilidade de entrada, dominação por parte de algumas empresas, vantagens para propaganda, competição de preços etc.); e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.

Acesso à Infra-estrutura Física

Avalia a acessibilidade e a qualidade dos recursos físicos incluindo: telefonia, correio, internet; energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; terras, espaços para escritórios e estacionamento; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.

Normas Culturais e Sociais

Avalia até que ponto normas culturais e sociais encorajam, ou não, ações individuais que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas que, por sua vez, levam a uma maior dispersão em ganhos e riquezas.

Essa dimensão também examina as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; valorização do empreendedor; influência dos comportamentos e atitudes determinados pela cultura e sociedade, no que se refere à posição da mulher na sociedade, a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.

1.11 PESQUISA EM FONTES SECUNDÁRIAS

A busca de dados secundários é feita no intuito de contextualizar os resultados e análises desenvolvidas, fundamentando, refutando ou relativizando conclusões com base em fontes padronizadas, internacionais e nacionais, relacionadas às diversas dimensões econômicas, sociais, culturais, demográficas, políticas, institucionais e outras que constituem o pano de fundo de qualquer acontecimento da vida dos países, incluindo a temática desta pesquisa, o empreendedorismo, competitividade e todas as variáveis que a compõem, crescimento econômico e tamanho da economia, qualidade de vida da população, qualidade e alcance do sistema educacional, políticas e programas governamentais, qualidade da infra-estrutura (comunicações, transporte, serviços, entre outros) e pesquisa e desenvolvimento tecnológico.

Em âmbito internacional os dados são obtidos, principalmente, do Banco Mundial, do Fundo Monetário Internacional e das Nações Unidas.

Entre as fontes específicas para dados sobre o Brasil foram utilizadas: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa), Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE), CNT (Confederação Nacional dos Transportes), entre muitas outras fontes, cuja consulta tornou-se significativamente mais fácil a partir de documentos disponibilizados na Internet pelas diversas instituições acima nominadas.

1.12 O PROCESSAMENTO E TRATAMENTO DOS DADOS

A equipe GEM internacional assume a consolidação e harmonização dos dados da pesquisa com população adulta, bem como a organização de todos os demais bancos de dados, e elabora os relatórios globais comparando todos os países. O material é então distribuído para as equipes nacionais, as quais se ocupam de elaborar suas próprias análises e relatórios.

O tratamento, a tabulação e a análise dos dados que geram as taxas e as modalidades de empreendedorismo no Brasil são realizados pela equipe GEM nacional gerando, por sua vez, o relatório anual sobre empreendedorismo no Brasil.

1.13 O CRONOGRAMA DA PESQUISA NO BRASIL

QUADRO 15 - CRONOGRAMA DA PESQUISA NO BRASIL

ATIVIDADES	MÊS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Interação com equipe internacional para obtenção de orientação técnica e metodológica																
Obtenção, acompanhamento, tradução e adaptação da metodologia e instrumentos da pesquisa.																
Palestras de lançamento, preparação de conteúdos para eventos e para a imprensa.																
Pesquisa com especialistas em Empreendedorismo no Brasil																
Pesquisa com População Adulta no Brasil																
Preparação, elaboração e encaminhamento dos documentos para a coordenação internacional.																
Análise dos resultados e redação do documento Nacional																
Editoração, gráfica e divulgação																
Participação em reuniões e eventos técnicos nacionais e internacionais																

APÊNDICE 2 – PRINCIPAIS TAXAS E ESTIMATIVAS

QUADRO 16 - DADOS SOBRE A POPULAÇÃO ADULTA (18 A 64 ANOS) DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004

País	POPULAÇÃO 18-64 ANOS (2004)		
	Homens	Mulheres	Total
África do Sul	12.486.000	12.637.000	25.122.000
Alemanha	26.658.000	25.747.000	52.404.000
Argentina	11.431.000	11.464.000	22.895.000
Austrália	6.323.000	6.219.000	12.542.000
Bélgica	3.238.000	3.186.000	6.424.000
Brasil	**56.401.000**	**57.604.000**	**114.005.000**
Canadá	10.572.000	10.487.000	21.060.000
Croácia	1.409.000	1.431.000	2.841.000
Cingapura	1.531.000	1.610.000	3.142.000
Dinamarca	1.716.000	1.686.000	3.402.000
Equador	3.604.000	3.660.000	7.264.000
Eslovênia	677.000	667.000	1.344.000
Espanha	13.086.000	13.024.000	26.110.000
Estados Unidos	91.335.000	92.095.000	183.430.000
Finlândia	1.663.000	1.627.000	3.289.000
França	18.524.000	18.540.000	37.064.000
Grécia	3.384.000	3.396.000	6.780.000
Holanda	5.297.000	5.172.000	10.469.000
Hong Kong	2.336.000	2.442.000	4.777.000
Hungria	3.216.000	3.334.000	6.550.000
Irlanda	1.251.000	1.251.000	2.502.000
Islândia	92.000	89.000	181.000
Israel	1.816.000	1.801.000	3.617.000
Itália	18.724.000	18.437.000	37.162.000
Japão	40.616.000	40.214.000	80.830.000
Jordânia	1.651.000	1.427.000	3.078.000
Noruega	1.434.000	1.390.000	2.824.000
Nova Zelândia	1.252.000	1.244.000	2.496.000
Peru	7.887.000	7.794.000	15.680.000
Polônia	12.547.000	12.718.000	25.265.000
Portugal	3.252.000	3.351.000	6.603.000
Reino Unido	18.991.000	18.591.000	37.582.000
Suécia	2.794.000	2.716.000	5.510.000
Uganda	5.283.000	5.325.000	10.608.000
Todos Países	392.476.000	392.376.000	784.851.000

FONTE: Pesquisa GEM 2004

QUADRO 17 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004

PAÍSES	TOTAL		
	Posição	TEA (%)	Estimativa de Empreendedores
Peru	1	40,3	6.325.000
Uganda	2	31,6	3.356.000
Equador	3	27,2	1.979.000
Jordânia	4	18,3	562.000
Nova Zelândia	5	14,7	366.000
Islândia	6	13,6	25.000
Brasil	**7**	**13,5**	**15.372.000**
Austrália	8	13,4	1.679.000
Argentina	9	12,8	2.940.000
Estados Unidos	10	11,3	20.780.000
Canadá	11	8,8	1.864.000
Polônia	12	8,8	2.230.000
Irlanda	13	7,7	193.000
Noruega	14	7,0	197.000
Israel	15	6,6	240.000
Reino Unido	16	6,2	2.349.000
França	17	6,0	2.236.000
Grécia	18	5,8	391.000
Cingapura	19	5,7	179.000
África do Sul	20	5,4	1.356.000
Dinamarca	21	5,3	181.000
Espanha	22	5,1	1.345.000
Holanda	23	5,1	535.000
Alemanha	24	4,5	2.340.000
Finlândia	25	4,4	145.000
Itália	26	4,3	1.604.000
Hungria	27	4,3	281.000
Portugal	28	4,0	261.000
Croácia	29	3,7	106.000
Suécia	30	3,7	204.000
Bélgica	31	3,5	223.000
Hong Kong	32	3,0	142.000
Eslovênia	33	2,6	35.000
Japão	34	1,5	1.195.000
Todos Países		**9,4**	**73.216.000**

FONTE: Pesquisa GEM 2004

QUADRO 18 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES HOMENS DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004

PAÍSES	HOMENS		
	Posição	TEA (%)	Estimativa de Empreendedores
Peru	1	41,6	3.279.000
Uganda	2	37,9	2.000.000
Equador	3	30,1	1.086.000
Jordânia	4	22,6	372.000
Islândia	5	17,5	16.000
Nova Zelândia	6	17,2	216.000
Argentina	7	16,7	1.911.000
Brasil	**8**	**16,1**	**8.857.000**
Austrália	9	15,7	992.000
Polônia	10	12,8	1.600.000
Estados Unidos	11	12,0	10.939.000
Canadá	12	11,5	1.219.000
Irlanda	13	10,4	130.000
Noruega	14	10,3	148.000
Grécia	15	8,7	293.000
Israel	16	8,6	156.000
Reino Unido	17	8,5	1.621.000
França	18	8,2	1.528.000
Cingapura	19	8,2	125.000
Dinamarca	20	7,4	127.000
Espanha	21	7,4	965.000
Holanda	22	7,1	374.000
Itália	23	6,3	1.184.000
Alemanha	24	6,3	1.669.000
Croácia	25	5,8	81.000
África do Sul	26	5,7	715.000
Finlândia	27	5,7	94.000
Suécia	28	5,2	145.000
Hungria	29	5,1	165.000
Bélgica	30	4,9	158.000
Hong Kong	31	4,5	104.000
Portugal	32	4,1	133.000
Eslovênia	33	3,6	24.000
Japão	34	1,7	708.000
Todos Países		**11,6**	**43.134.000**

FONTE: Pesquisa GEM 2004

QUADRO 19 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES MULHERES DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004

PAÍSES	MULHERES		
	Posição	TEA (%)	Estimativa de Empreendedores
África do Sul	12	5,1	640.000
Alemanha	27	2,6	671.000
Argentina	10	9,0	1.029.000
Austrália	7	11,0	686.000
Bélgica	30	2,0	65.000
Brasil	**6**	**12,1**	**6.515.000**
Canadá	11	6,1	644.000
Cingapura	21	3,4	54.000
Croácia	31	1,7	25.000
Dinamarca	22	3,2	53.000
Equador	3	24,4	893.000
Eslovênia	32	1,6	11.000
Espanha	25	2,9	379.000
Estados Unidos	8	10,7	9.841.000
Finlândia	23	3,1	51.000
França	17	3,8	709.000
Grécia	26	2,9	98.000
Holanda	24	3,1	160.000
Hong Kong	33	1,5	38.000
Hungria	20	3,5	116.000
Irlanda	13	5,0	62.000
Islândia	9	9,5	8.000
Israel	15	4,6	84.000
Itália	28	2,3	420.000
Japão	34	1,2	487.000
Jordânia	4	13,3	190.000
Noruega	19	3,5	49.000
Nova Zelândia	5	12,1	150.000
Peru	1	39,1	3.046.000
Polônia	14	5,0	630.000
Portugal	18	3,8	128.000
Reino Unido	16	3,9	728.000
Suécia	29	2,2	59.000
Uganda	2	25,5	1.357.000
Todos Países		**7,2**	**30.076.000**

FONTE: Pesquisa GEM 2004

QUADRO 20 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES SEGUNDO OPORTUNIDADE E GÊNERO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004

PAÍSES	OPORTUNIDADE								
	TOTAL			HOMENS			MULHERES		
	Posição	Taxa	Est. de Empr.	Posição	Taxa	Est. de Empr.	Posição	Taxa	Est. de Empr.
África do Sul	29	2,8	703.000	31	3,0	376.000	22	2,6	326.000
Alemanha	25	3,1	1.640.000	25	4,5	1.200.000	27	1,7	440.000
Argentina	9	9,1	2.079.000	8	12,5	1.433.000	9	5,6	645.000
Austrália	7	10,7	1.336.000	7	13,0	819.000	8	8,3	516.000
Bélgica	28	2,9	186.000	27	4,1	134.000	29	1,6	52.000
Brasil	**11**	**7,0**	**8.026.000**	**13**	**8,7**	**4.918.000**	**11**	**5,4**	**3.111.000**
Canadá	10	7,3	1.531.000	11	9,1	963.000	10	5,4	566.000
Cingapura	16	5,0	157.000	17	6,9	106.000	14	3,1	51.000
Croácia	32	2,0	58.000	33	2,9	41.000	31	1,2	17.000
Dinamarca	17	4,8	164.000	16	7,0	120.000	19	2,6	45.000
Equador	2	18,2	1.325.000	3	20,3	730.000	2	16,3	595.000
Eslovênia	31	2,2	29.000	30	3,1	21.000	32	1,2	8.000
Espanha	20	4,5	1.183.000	19	6,4	838.000	20	2,6	344.000
Estados Unidos	8	9,5	17.481.000	9	10,1	9.179.000	6	9,0	8.298.000
Finlândia	23	3,5	115.000	26	4,5	75.000	23	2,5	41.000
França	19	4,6	1.686.000	20	6,3	1.163.000	17	2,8	521.000
Grécia	22	3,8	259.000	21	6,0	203.000	28	1,6	56.000
Holanda	21	4,3	452.000	22	6,0	316.000	18	2,7	137.000
Hong Kong	33	2,0	96.000	32	3,0	70.000	33	1,1	26.000
Hungria	30	2,8	180.000	28	3,5	111.000	25	2,1	69.000
Irlanda	12	6,6	166.000	10	9,2	115.000	12	4,1	51.000
Islândia	6	12,0	22.000	5	15,5	14.000	7	8,5	8.000
Israel	18	4,8	173.000	18	6,6	119.000	15	3,0	53.000
Itália	26	3,1	1.145.000	24	4,5	850.000	30	1,6	293.000
Japão	34	1,1	897.000	34	1,4	585.000	34	0,8	310.000
Jordânia	4	14,5	447.000	4	18,2	301.000	5	10,2	146.000
Noruega	13	5,8	163.000	12	8,8	126.000	21	2,6	36.000
Nova Zelândia	5	12,3	307.000	6	14,0	176.000	4	10,6	131.000
Peru	1	26,9	4.221.000	1	28,9	2.281.000	1	24,9	1.941.000
Polônia	14	5,7	1.443.000	14	8,6	1.078.000	16	2,9	365.000
Portugal	27	3,0	195.000	29	3,4	112.000	24	2,5	83.000
Reino Unido	15	5,5	2.063.000	15	7,7	1.453.000	13	3,3	612.000
Suécia	24	3,3	180.000	23	4,6	127.000	26	1,9	52.000
Uganda	3	16,5	1.752.000	2	20,5	1.085.000	3	12,5	667.000
Todos Países		**6,8**	**51.860.000**		**8,6**	**31.238.000**		**5,0**	**20.612.000**

FONTE: Pesquisa GEM 2004

QUADRO 21 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES SEGUNDO NECESSIDADE E GÊNERO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2004

PAÍSES	NECESSIDADE								
	TOTAL			HOMENS			MULHERES		
	Posição	Taxa	Est. de Empr.	Posição	Taxa	Est. de Empr.	Posição	Taxa	Est. de Empr.
África do Sul	9	2,4	613.000	11	2,6	318.000	15	1,3	159.000
Alemanha	18	1,2	639.000	16	1,6	429.000	19	0,7	175.000
Argentina	5	3,7	852.000	5	4,2	477.000	5	3,3	375.000
Austrália	8	2,5	311.000	10	2,7	173.000	12	1,3	82.000
Bélgica	33	0,2	12.000	33	0,2	6.000	31	0,2	7.000
Brasil	**4**	**6,2**	**7.091.000**	**4**	**6,8**	**3.824.000**	**4**	**5,7**	**3.266.000**
Canadá	15	1,4	286.000	13	2,0	216.000	24	0,4	42.000
Cingapura	26	0,6	20.000	23	1,1	17.000	22	0,5	8.000
Croácia	12	1,6	45.000	9	2,8	39.000	6	2,3	33.000
Dinamarca	29	0,4	13.000	31	0,5	8.000	33	0,2	3.000
Equador	3	8,4	613.000	3	9,4	339.000	3	7,5	273.000
Eslovênia	28	0,4	6.000	29	0,5	3.000	27	0,3	2.000
Espanha	27	0,6	162.000	25	1,0	127.000	28	0,3	35.000
Estados Unidos	14	1,5	2.770.000	15	1,7	1.534.000	16	0,9	829.000
Finlândia	30	0,3	11.000	32	0,4	6.000	30	0,3	4.000
França	16	1,4	504.000	14	1,8	339.000	11	1,3	248.000
Grécia	11	1,7	112.000	12	2,0	69.000	9	1,5	52.000
Holanda	24	0,7	72.000	22	1,1	59.000	21	0,5	24.000
Hong Kong	21	1,0	46.000	18	1,5	34.000	17	0,8	20.000
Hungria	17	1,2	81.000	20	1,2	38.000	18	0,8	26.000
Irlanda	19	1,0	25.000	19	1,2	15.000	13	1,3	17.000
Islândia	23	0,7	1.000	24	1,0	1.000	23	0,5	400
Israel	13	1,5	55.000	17	1,5	28.000	14	1,3	23.000
Itália	31	0,3	123.000	28	0,5	94.000	25	0,4	72.000
Japão	34	0,2	145.000	34	0,0	-	26	0,4	141.000
Jordânia	7	2,6	79.000	7	3,6	59.000	10	1,4	20.000
Noruega	22	0,9	24.000	21	1,1	16.000	20	0,6	8.000
Nova Zelândia	10	2,1	53.000	8	2,9	36.000	7	2,2	28.000
Peru	2	13,1	2.053.000	2	12,5	982.000	1	13,8	1.072.000
Polônia	6	3,1	786.000	6	4,2	522.000	8	2,1	265.000
Portugal	20	1,0	65.000	27	0,7	21.000	29	0,3	9.000
Reino Unido	25	0,6	237.000	26	0,8	154.000	32	0,2	39.000
Suécia	32	0,3	18.000	30	0,5	13.000	34	0,2	4.000
Uganda	1	14,4	1.528.000	1	16,3	859.000	2	12,6	668.000
Todos Países		**2,3**	**19.451.000**		**2,7**	**10.855.000**		**2,0**	**9.784.000**

FONTE: Pesquisa GEM 2004

APÊNDICE 3 – EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL	LOCAL	MEMBROS	PATROCINADOR
GEM Project Directors	Babson College London Business School	William D. Bygrave Michael Hay	Babson College London Business School
GEM Project Coordinator	University of Lausanne	Pia Arenius	GEM Global Consortium Executive Transition Committee
GEM Coordination Team	Babson College	William D. Bygrave Marcia Cole	Babson College
	London Business School	Michael Hay Stephen Hunt Neils Bosma Erkko Autio Caroline Johns Ingvild Rytter Nancy Chin	David Potter Foundation Fellow Francis Finlay Foundation Fellow

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
África do Sul	The Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Eric Wood John Orford	Liberty Life South African Breweries The Shuttleworth Foundation	AC Nielsen ZA
Alemanha	University of Cologne Department of Economic and Social Geography	Rolf Sternberg Ingo Lueckgen	Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) Institut für Arbeirsmarkt - und Berufsforschung (IAB)	Taylor Nelson Sofres EMNID
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florencia Paolini Natalia Weisz	IAE Management and Business School HSBC Private Equity Latin America Banco Galicia	MORI Argentina
Austrália	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology	Kevin Hindle Allan O'Connor	Westpac Banking Corporation	Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School, Universiteit Gent	Dirk De Clercq Sophie Manigart Hans Crijns Kathleen De Cock Bart Clarysse Frank Verzele	Vlerick Leuven Gent Management School Flemish Ministery of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie) Walloon Ministery of Economic Affairs	SNT Belgium

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Brasil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná	Marcos Mueller Schlemm Simara Maria S. S. Greco Mateus Fabricio Feller Paulo Alberto Bastos Junior Rodrigo Rossi Horochovski Joana Paula Machado	SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Instituto Euvaldo Lodi no Parana IEL/PR Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR	Instituto Bonilha
Canadá	HEC-Montréal University of British Columbia (UBC)	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Daniel Muzyka Ilan Vertinsky Aviad Pe'er Victor Cui	HEC Montréal Chaire d'entrepreneuriat Rogers J.A. Bombardier Développement économique Canada pour les régions du Québec The W. Maurice Youn g Entrepreneurship and Venture Capital Centre Venture Capital Center	SOM
Cingapura	National University of Singapore	Poh Kam Wong Lena Lee Finna Wong Ho Yuen Ping	Economic Development Board of Singapore National University of Singapore	Joshua Research Consultants
Croácia	SME's Policy Centre - CEPOR, Zagreb J. J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Djula Borozan Natasa Sarlija Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb Open Society Institute - Croatia, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Dinamarca	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Mick Hancock Torben Bager Lone Toftild Thomas Schoett Kim Klyver	Erhvervs- og Byggestyrelsen IRF - Industriens Realkredifond Syddansk Universitet Danfoss - Mads Clausens fond Vaekstfonden Ernst & Young (Denmark) Boersen	IFKA
Equador	Escuela Superior Politécnica del Litoral - Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE)	Virginia Lasio Morello Guido Caicedo Rossi Edgar Izquierdo Orellana Víctor Osorio Cevallos Alicia Guerrero Montenegro Karen Delgado Arévalo Elizabeth Arteaga	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL University) Petróleos del Pacífico(PACIFPETROL S.A.) Cámara de Comercio de Guayaquil	MARKET ASOMARKET Cia. Ltda.

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Eslovênia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics and Business,University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pusnik	Ministry of Education, Science and Sports Ministry of the Economy Finance - Slovenian Business Daily	Gral-Iteo
Espanha	Basque Unit Universidad de Deusto	Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco Olarte Mª José Aranguren Juan José Gibaja	Eusko Ikaskuntza Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Bizkaia Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial	Opinòmetre
	Universidad del Pais Vasco	María Sáiz Arturo Rodriguez		
	Extramadura Unit Fundation Xavier de Salas	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero	Sofiex Sodiex Caja Rual de Extremadura Los Santos de Maimona Foundation Junta de Extremadura Caja Badajoz Arram Consultores	Opinòmetre
	Catalonia Unit Universitat Autonoma de Barcelona	José María Veciana Yancy Vaillant David Urbano	Institut d'Estudis Regionals Metropolitans i de Barcelona	Opinòmetre
	Comunidad Valenciana Unit Universidad Miguel Hernández	Jose Maria Gomez Gras Ignacio Mira Jesus Martinez Antonio J. Verdu	Air Nostrum LAM, S.A.	Opinòmetre
	Isla Canarias Unit Universidad de las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Alicia Bolivar Esther Hormiga Alicia Correa	La Caja Insular de Ahorros de Canarias	Opinòmetre
	Castilla y León Unit Universidad de León	Mariano Nieto Antolín Constantino García Ramos Roberto Fernández Gago Sergio del Cano Rojo Noemi Huerga Castro	Centro Europeo de Empresas e Innovacion de Castilla y Leon S.A.	Opinòmetre
	Madrid Unit Universidad Autonoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos Carlos Merino Lidia Villar	Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid CEIM (Confederación Empresarial de Madrid-CEOE) Caja Madrid	Opinòmetre
	National Team Unit Instituto de Empressa	Alicia Coduras Rachida Justo Ignacio de la Vega	Nejeti Instituto de Empressa	Opinòmetre

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Espanha (cont.)	Andalucia Unit Universidad de Cádiz	José Ruíz Navarro) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Salustiano Martínez Antonio Rafael Ramos	CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces UNICAJA Junta de Andalucia (Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa)	Opinòmetre
Estados Unidos	Babson College	Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole	Babson College	Opinion Research Corp.
Finlândia	Helsinki University of Technology Turku School of Economics and Business Administration	Erkko Autio Pia Arenius Anne Kovalainen Marja Kansala	Ministry of Trade and Industry Tekes	Statistics Finland
França	EM Lyon	Oliver Torres Aurélien Eminet	Caisse des Depots et Consignations Observatoire des PME	AC Nielsen
Grécia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioanides Takis Politis	Greek Ministry of Development IOBE Sponsors	Metron Analysis
Holanda	EIM Business and Policy Research	Sander Wennekers Niels Bosma Jolanda Hessels Andre van Stel Roy Thurik Lorraine Uhlaner Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Survey@
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong	Bee-Leng Chua David Ahlstrom Kevin Au Chee-Keong Low Shige Makino Hugh Thomas Le Zheng Wang Weili Dong Ziaoyuan	Trade and Industry Department, SME Development Fund, Hong Kong Government SAR The Asia Pacific Institute of Business, The Chinese University of Hong Kong Chinese Executives Club, Hong Kong Management Association	Consumer Search
Hungria	University of Pécs, University of Baltimore (USA)	László Szerb Zoltán Acs Judit Károly József Ulbert Attila Varga	Ministry of Economy and Transport	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény- kutató Intézet
Irlanda	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland InterTradeIreland	Lansdowne Market Research Ltd. iff
Islândia	Reykjavik University	Gudrún Mjöll Sigurdardóttir Rögnvaldur Sæmundsson	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Gallup - Iceland

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Israel	Tel Aviv University The Academic College of Tel-Aviv-Jaffa	Miri Lerner Anat Oren Amram Turjman	Israel Small Business Authority The Evens Foundation	The B. I. Cohen Institute for Public Opinion Research at Tel Aviv University
Itália	L. Bocconi University	Guido Corbetta Ugo Lassini Alexandra Dawson	Bacconi University	Nomesis
Japão	Keio University University of Marketing and Distribution Sciences Musashi University	Tsuneo Yahagi Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	SSRI
Jordânia	Young Entrepreneurs Association	Dina Dukhqan Khaled Kurdi	Ministry of Planning and International Cooperation	Al Jidara Pro Group Counsulting
Noruega	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Gry Alsos Business	Inovation Norway Ministry of Trade and Industry Bodø Graduate School of Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship	TNS
Nova Zelândia	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship Unitec New Zealand	Alastair Emerson Alex Maritz Alvero Reid Anton de Waal Beth Coleman Dean Prebble Debbie Rolland Ella Henry Graedon Chittock Greg Wilson Helen Mitchell Howard Frederick Ingvild Rytter John Webster Judi Campbell Leo Dana Logan Muller Paul Woodward Peter Carswell Peter Mellalieu Pieter Nel Prue Cruickshank Qunhung Xu Ravi Bhat Shelley Eden Simon Peel Tim Boyd-White Tony Ashton Vance Walker Yunxia Zhu	Unitec New Zealand	Digipoll

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Escuela de Administración de Negocios para Graduados (ESAN)	Jaime Serida Peter Yamakawa Armando Borda Oswaldo Morales	Escuela de Administración de Negocios para Graduaos (ESAN) Deltron Computer Wholesalers S.A.	SAMIMP - Research International
Polônia	The Bachalski Educational Foundation	Austin Campbell Krzysztof Baclawski Przemyslaw Zbierowski Maciej Koczerga Roma Szlapka	Polish Agency for Enterprise Development The Karol Adamiecki University of Economics in Katowice The Poznan University of Economics AC Nielsen Poland National Bank of Poland	AC Nielsen
Portugal	Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa Sociedade Portuguesa de Inovação	Rita Cunha Manuel Baganha Augusto Medina Douglas Thompson Stuart Domingos	POEFDS - Programa Operacional do Emprego, Formação e Desenvolvimento Social	MetrisGfK
Reino Unido	London Business School	Rebecca Harding Marc Cowling Niels Billou Michael Hay Dennis Harding	Small Business Service Barclays Bank PLC East Midlands Development Agency Yorkshire Forward Merseyside Enterprise Insight Countryside Agency British Chamber of Commerce	iff
	Scotland Unit University of Strathclyde	Jonathan Levie Sarah Cooper Sara Carter	Hunter Centre for Entrepreneurship	iff
	Wales Unit University of Glamorgan North East Wales Institute of Higher Learning	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Welsh Development Agency	iff
	Northern Ireland Unit Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly	Invest Northern Ireland Belfast City Council Enterprise Northern Ireland	iff
Suécia	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Helene Thorgrimsson	Confederation of Swedish Enterprise Ministry of Industry, Employment and Communications Swedish Business Develop Agency (NUTEK) Swedish Institute for Grow Policy Studies (ITPS)	SKOP
Uganda	Makerere University Business School	Thomas Walter Waswa Balunywa Peter Rosa Arthur Ssewanga Stefanie Barabas Rebecca Namatovu	European Union Bank of Uganda Makerere University Business School	MUBS

Coordenação Internacional

Babson College (EUA)
London Business School (Inglaterra)
Global Entrepreneurship Research Association - GERA (Inglaterra)

SEBRAE

FIEP CIEP SESI SENAI IEL
Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná

IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná

PUCPR