



Global Entrepreneurship Monitor

2005

Empreendedorismo no Brasil

Relatório Executivo



Empreendedorismo no Brasil . 2005

Relatório Executivo

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
 Rodrigo Costa da Rocha Loures - Presidente do Conselho de Administração
 Carlos Alberto Del Claro Gloger - Diretor-Superintendente

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE
 Paulo Tarciso Okamoto - Diretor-Presidente
 Luiz Carlos Barboza - Diretor Técnico
 César Acosta Rech - Diretor de Administração e Finanças
 Enio Duarte Pinto - Gerente da Unidade de Atendimento Individual

Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná
 Rodrigo Costa da Rocha Loures - Presidente do Sistema FIEP
 Marcos Mueller Schlemm - Diretor Superintendente SESI / SENAI / IEL DR/PR
 Carlos Sérgio Asinelli - Diretor Regional do SENAI DR/PR

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
 Simara Maria de Souza Silveira Greco - Coordenadora Técnica
 Rodrigo Rossi Horochovski - Pesquisador Sênior
 Paulo Alberto Bastos Junior - Pesquisador Sênior
 Joana Paula Machado - Estatística
 Paula Ludwina Ninow Dias Guérios - Secretária

Pesquisa de Campo com População Adulta
 Instituto Bonilha

Apoio Lingüístico
 Francisco Teixeira Neto

Capa (Projeto Gráfico)
 Ana Célia Souza França, Priscila Bavaresco, Roberto de Fino Bentes (Coordenador) - Sistema FIEP-PR-DTGI-CEAD

Revisão e Diagramação
 Antônia Schwinden e Stella Maris Gazziero

PAÍSES PARTICIPANTES NO GEM 2005

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL
London Business School
Babson College
Global Entrepreneurship Research Association - GERA

PAÍSES	INSTITUIÇÃO
África do Sul	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, The Graduate School of Business, University of Cape Town
Alemanha	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral
Austrália	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology
Áustria	FH JOANNEUM – University of Applied Sciences Graz; Institute of International Management, University Graz; Institute of Technology and Innovation Management, University Graz
Bélgica	Ghent University and Vlerick Leuven, Gent Management School, Université de Liège
Brasil	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade – IBQP, Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
Canadá	HEC – Montréal, The Sauder School of Business at UBC
Chile	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander, Universidad Adolfo Ibáñez; Centro Para El Enprendimiento Y La Innovación, Universidad Del Desarrollo
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University
Cingapura	National University of Singapore (NUS) Entrepreneurship Centre
Croácia	J. J. Strossmayer University in Osijek
Dinamarca	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark
Eslovênia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics and Business, University of Maribor
Espanha	Co-Ordination Team Instituto De Empresa; Andaluçia's Team Universidad De Cádiz; Canarias Team Universidad De Las Palmas De Gran Canaria, Universidad De La Laguna; Castilla Y León Team Universidad De León; Catalonia's Team Universitat Autònoma De Barcelona IEMB Generalitat De Catalunya; Comunidad Valenciana Team Universidad Miguel Hernández Elche; Extramadura Team Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura; Madrid Team Universidad Autónoma de Madrid; Basque Country Team Universidad de Deusto; Universidad del País Vasco;
Estados Unidos	Babson College; George Mason University;
Finlândia	Turku School of Economics and Business Administration, Helsinki University of Technology, University of Lausanne
França	EM Lyon
Grécia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)
Holanda	EIM Business and Policy Research
Hungria	University Of Pécs, George Mason University (US), Queensland University of Technology / Max Planck
Islândia	Reykjavik University
Irlanda	University College, Dublin, UCD Business School
Itália	Bocconi University
Jamaica	University of Technology, Jamaica
Japão	Keio University, Research Institute for Economics & Business Administration, Kobe University, Musashi University
Jordânia	Young Entrepreneurs Association, Ministry of Planning and International Cooperation
Letônia	Stockholm School Of Economics In Riga
México	Tec De Monterrey, Business Development Centre; Tec de Monterrey, EGAP, Strategic Studies Centre
Nova Zelândia	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship, UNITEC New Zealand, Te Wananga o Raukawa
Noruega	Bodø Graduate School of Business
Porto Rico	University of Puerto Rico
Reino Unido	Co-Ordination Team; Scottish Team Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde; Welsh Team, National Entrepreneurship Observatory University of Glamorgan, Cardiff University; Northern Ireland Team, Small Business Research Centre, Kingston University, Economic Research Institute of Northern Ireland;
Suécia	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute
Suíça	University of St. Gallen and IMD
Tailândia	College of Management, Mahidol University
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) – Centro de Emprendedores;

SUMÁRIO

PAÍSES PARTICIPANTES NO GEM 2005	5
SUMARY IN ENGLISH	9
APRESENTAÇÃO	11
1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS	13
2 O ESCOPO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL	14
2.1 A ATIVIDADE DOS EMPREENDEDORES INICIAIS E ESTABELECIDOS	14
2.2 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER	17
2.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS	18
2.4 ORIENTAÇÕES RECEBIDAS PELO EMPREENDEDOR	20
3 CAPACIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL E NO MUNDO	21
3.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS, ECONÔMICOS E SOCIAIS E O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR	21
3.2 FATORES QUE INFLUENCIAM AS PERCEPÇÕES SOBRE O AMBIENTE PARA EMPREENDER	24
4 SINALIZAÇÕES PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS E PROGRAMAS	26
REFERÊNCIAS	28

LISTAS

FIGURAS

1	EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) POR PAÍSES - 2005	15
2	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL - 2001-2005	15
3	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES NO BRASIL - 2001-2005	15
4	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NOVOS NO BRASIL - 2001-2005	15
5	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS POR PAÍSES - 2005	16
6	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS NO BRASIL - 2002-2005	16
7	EVOLUÇÃO DA RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL - 2002-2005	17
8	NOVOS PRODUTOS POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)	18
9	INTENSIDADE DA EXPECTATIVA DE CONCORRÊNCIA POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)	19
10	NOVA TECNOLOGIA OU PROCESSO POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)	19
11	EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE POSTOS DE TRABALHO NOS PRÓXIMOS 5 ANOS NO BRASIL - 2002-2005	20
12	DISTRIBUIÇÃO POR SETORES DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL - 2005	20
13	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO GÊNERO POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2001-2005)	21
14	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO A FAIXA ETÁRIA, POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2001-2005)	22
15	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO ESCOLARIDADE, NO BRASIL - 2001-2005	22
16	DEDICAÇÃO DOS EMPREENDEDORES AOS SEUS PRÓPRIOS NEGÓCIOS POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL - 2005	23

QUADROS

1	PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2005 POR GRUPOS DE RENDA	14
2	RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS POR PAÍSES - 2005	16
3	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS POR PAÍSES - 2005	17
4	EVOLUÇÃO DA RAZÃO DE EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO POR GÊNERO NO BRASIL 2001 - 2005	21
5	RECURSOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO NO BRASIL - 2002-2005	24
6	MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES INICIAIS, EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES	25
7	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES	26
8	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS	26

SUMMARY IN ENGLISH

1. THE SCOPE OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN BRAZIL

In 2005 Brazil remains among the 10 most entrepreneurial countries. During that year, the early-stage entrepreneurial activity rate (TEA) is 11.3%, 7th position in countries ranking. The rate of established business owners is 10.1%, 5th position in the same ranking. The entrepreneurial motivation to early-stage business has remained almost unchanged along the years in Brazil. The country is the 15th in the opportunity-driven entrepreneurship (rate = 6.0%) and the 4th in the necessity-driven entrepreneurship (rate = 5.3%).

2. CHARACTERISTICS OF BUSINESSES

Products or services knowledge: According to accumulated data (2002-2005), 82.3% of early-stages entrepreneurs offer products or services that are not new to their customers and only 5.2% claim that what they offer is new to all customers. Among established owners these proportions are 85.7% and 5.8%, respectively.

New jobs creation: About 32% of both early-stages entrepreneurs and established owners do not expect to create new jobs in five years. On the other hand, 24% expect to create more than 5 jobs in the same period.

Business activities: Both early-stage entrepreneurs and established owners are more involved with consumer oriented business activity. However, such orientation is lower among established owners, which suggests that consumer oriented business (mainly those that do not offer innovative products or services) face more difficulties.

Amount of competitors: 66% of early-stages entrepreneurs and 72.5% of established owners expect to face many competitors in their market. The proportion of those that expect no competitors are only 4.1% and 2.9%, respectively.

Age of technology: 97.4% of early-stages entrepreneurs and 98.6% of established owners claim to be using technologies that were already available a year ago. Thus, the businesses in Brazil are barely innovative.

Orientation for starting-up: 30% of entrepreneurs in both stages claim they had no orientation for starting-up. About 33% of early-stages entrepreneurs got orientation from their relatives and friends whereas among established owners this proportion is lower: 20%. The former professional experience is the major source of knowledge for established owners. This factor is not so common among early-stages entrepreneurs 7% of mentions. Some early-stage entrepreneurs (5% of mentions) and

established owners (9% of mentions) refer having obtained from institutions, as SEBRAE, SENAC and SENAI, services provided for the business community under the governance of the confederations of industry, commerce and SMEs.

3. ENTREPRENEURIAL CAPACITY IN BRAZIL

Gender: Brazil is the 13th in male entrepreneurship, including early-stages entrepreneurs and established owners (rate = 11.8%), and the 6th in female entrepreneurship (rate = 10.8%). Thus, there is a trend of gender equity regarding entrepreneurship, though the necessity-driven business is more prevalent among women.

Age: The highest rate of early-stage entrepreneurial activity is in the group of 25-34 year-old group individuals (16.6%), followed by the 35 – 44 year-old group (14.7%). On the other hand, the highest established owners rate is among the 45-54 year-old group (14.0%).

Household income: Individuals with the highest income level (more than 18 minimum wages, about US\$ 2.400.00 in 2005) are more likely to be established owners (rate = 25.3%) than early-stages entrepreneurs (rate = 18.4%). This suggests a relationship between businesses survival and a highest household income.

Education: The early-stage activity rate among individuals with more than 11 years of education is 16.7%, whereas it is only 10.9% among those with up to 4 years of education. The established ownership rate among individuals with more than 11 years of education is 12.0%, whereas it is only 8.3% among those with up to 4 years of education. The necessity-driven entrepreneurship has an opposite logic: among Brazilian with up to 4 years of education the rate is 6.2%, higher than the rate among those with more than 11 years of education (4.1%).

Financial Support: Financial constraints are a strong barrier to start-up. About 2/3 of entrepreneurs (GEM 2002-2005) in any stage start their businesses with less than R\$ 10,000.00, about US\$ 4,400.00 in 2005 and 22% of them with less than R\$ 2,000.00. Also 22% of entrepreneurs invest more than R\$ 20,000.00 to start up. Brazil has the lowest rate of informal investors (0.6%, 2001-2005). Most informal investors are close relatives. About 80% of informal investors invest less than R\$ 10,000.00.

Entrepreneurial Mindset: Almost 60% of early-stage entrepreneurs know other individuals who started new businesses in the last 2 years. Among established owners and non-entrepreneurs the rate is 50% and 35%,

respectively. 55% of early-stage entrepreneurs perceive good opportunities to start up a business, optimism shared by 50% of established owners and 43% of non-entrepreneurs. Self-confidence is a remarkable feature of Brazilian entrepreneurs in any stage: 4 in 5 claim to have knowledge, skills, and experience to start up a new business (among non-entrepreneurs this rate is 51%). More than 60% of engaged individuals claim that the fear of failure does not prevent them from starting a new venture. In contrast to a large commonsense, the majority of interviewees – 85% of early-stage entrepreneurs, 78% of non-entrepreneurs, and 73% of established owners affirm that most people consider that starting a new business is a desirable career choice. More than 80% of early-stage entrepreneurs consider that those successful at starting a new business have a high level of status and respect. Among established owners and non-entrepreneurs this rate is also high: 78% and 75%, respectively. In addition, almost 80% of early-stage entrepreneurs and about 70% of established owners and non-entrepreneurs give the same answer.

Summing up, one cannot neglect the entrepreneurial potential of Brazilian people, which mirrors the fact that one

out of five workers is an early stage entrepreneur or a established owner. An important issue to be questioned is whether programs and policies as well as the supporting agencies' initiatives are reaching those individuals in an efficient and effective way.

Barriers for starting up business in Brazil: In 2005, The GEM Brazilian Team surveyed adult population about difficulties faced by entrepreneurs when starting up their businesses. The EFCs supported the results analysis. Among early-stage entrepreneurs and established owners, the major difficulty is the Economic Climate which was mentioned by 14% and 15% interviewees respectively; almost all of them refer to financial constraints. The second complaint, which was mentioned by 11% of interviewees is related to Government Policies, mainly bureaucracy.

The third most mentioned factor differs according to the stage of businesses. Among those on the early-stage, mentioned by 9% of interviewees, is the Access to Physical Infrastructure. The usual complaint is about difficulties in obtaining space to house new businesses. In turn, 7% of the established owners point out that conquering costumers is a major difficulty (with the EFC Market Openness).

APRESENTAÇÃO

A criação de negócios é uma das causas da prosperidade das nações. Com ela, inova-se, geram-se oportunidades, empregos e riquezas. A existência de indivíduos dispostos aos riscos de empreender é um dos pilares do desenvolvimento econômico. Captar, descrever e analisar o fenômeno do empreendedorismo é, portanto, fundamental para o desenho de ações de promoção do progresso e do bem-estar.

O GEM – Global Entrepreneurship Monitor – é uma pesquisa internacional liderada pela London Business School e o Babson College (EUA) cuja proposta é avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis. Desde 1999, quando realizou seu primeiro ciclo, até hoje, o estudo envolveu mais de 40 países de todos os continentes e dos mais variados graus de desenvolvimento econômico e social, tornando-se a investigação de maior escopo em sua área.

O Brasil participa do GEM desde 2000. No ano de 2005, realizamos nosso sexto ciclo ininterrupto de coleta e análise de dados.

O GEM tem tido uma presença crescente no Brasil. Seus relatórios, sumários e estudos derivados contribuem para o estabelecimento de uma nova linguagem do empreendedorismo. Terminologias antes desconhecidas passam a fazer parte de uma espécie de senso comum do tema – pense-se, por exemplo, na difusão da expressão “empreendedorismo por necessidade”.

Atesta a consolidação da pesquisa no Brasil o alargamento da frequência com que formuladores de políticas e tomadores de decisão, públicos e privados, colocam demandas à equipe no momento de agir em prol do desenvolvimento dos negócios. Tal aumento de

interesse também se verifica nos meios de comunicação e entre estudiosos do empreendedorismo.

Como toda obra científica, o GEM é alvo de melhorias. O ciclo de 2005 marca uma nova fase no GEM, com aperfeiçoamentos metodológicos, por iniciativa da coordenação internacional, mas também por meio de ações da equipe brasileira. O propósito desses aperfeiçoamentos foi abranger, nas análises, períodos mais longos da vida dos negócios para além de seus estágios iniciais e perscrutar mais apuradamente seus atributos e diferenças.

O presente documento é um sumário executivo que resume os principais achados do GEM 2005. Ao longo do texto, são trazidas, além de considerações gerais acerca de como a pesquisa é realizada, as taxas de empreendedorismo, as motivações para empreender no país e as características dos empreendedores e de seus negócios. Também são apresentados os resultados sobre a mentalidade empreendedora, das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores e das fontes das orientações que esses buscaram quando abriram seus negócios. Finalizam o trabalho sinalizações para formuladores de políticas.

Seguindo orientação do relatório internacional, o recorte principal das análises é o estágio dos negócios – iniciais ou estabelecidos. Para facilitar as comparações, quando for o caso, as seções subdividem-se em tópicos com resultados gerais dos países participantes e os resultados do Brasil.

A equipe GEM Brasil

1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

O ano de 2005 marca o início de uma nova fase no GEM. Se nos ciclos anteriores enfatizou-se a atividade empreendedora nos estágios iniciais, nesse passou-se a analisar com detalhes um período mais abrangente da vida dos empreendedores. Assim, quanto ao estágio de seus negócios¹, os empreendedores classificam-se em:

Empreendedores iniciais: são aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento. Esses empreendedores compõem uma taxa, denominada TEA, e subdividem-se em dois tipos: **nascentes:** aqueles à frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. –, que, se chegaram a gerar remuneração, o fizeram por menos de três meses; **novos:** seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses.

Empreendedores estabelecidos: aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses.

Com o propósito de estabelecer o perfil das pessoas envolvidas na criação de negócios, os empreendedores identificados na pesquisa são classificados segundo variáveis demográficas como gênero, idade, renda familiar e escolaridade.

Para configurar um perfil sobre a mentalidade empreendedora, todos os informantes, empreendedores ou não, respondem a questões relativas a atitudes diante do risco de abrir um negócio, à imagem do empreendedor, à percepção de boas oportunidades no mercado, entre outras.

Além de categorizar os empreendedores de acordo com suas características pessoais e o estágio de seus negócios, o GEM classifica-os segundo a motivação para empreender:

- **Empreendedores por oportunidade:** são motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial.
- **Empreendedores por necessidade:** são motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda.

Os empreendedores respondem, também, a questões que permitem avaliar o potencial de crescimento de seus negócios, a partir das seguintes variáveis:

- **Conhecimento dos produtos pelo consumidor:** os produtos que oferecem são considerados novos por nenhum, alguns ou todos os clientes.
- **Quantidade de concorrentes:** o empreendedor espera ter nenhum, poucos ou muitos concorrentes.

¹ Neste sumário executivo, os termos negócio e empreendimento são utilizados como sinônimos e referem-se a qualquer iniciativa empresarial, independentemente de porte, setor de atividade ou grau de formalização.

- **Idade das tecnologias e processos:** as tecnologias ou processos empregados no empreendimento estavam ou não disponíveis há mais de um ano.
- **Expectativa de criação de empregos:** número de empregos que o empreendedor espera gerar em um período de cinco anos, de acordo com os seguintes intervalos: nenhum, 1 a 5, 6 a 19, 20 ou mais empregos.

O GEM considera que quanto menos conhecidos são os produtos ofertados, quanto menor for a quantidade de concorrentes, quanto mais novos forem as tecnologias e processos e quanto maior a expectativa de geração de empregos, maior será o potencial do empreendimento de causar impactos positivos no mercado em que se insere.

Para uma descrição mais detalhada ainda dos negócios, estes são catalogados conforme suas atividades. A partir das categorias ISIC/CNAE², o GEM distribui os empreendimentos em quatro setores: extrativista, transformação, serviços orientados às empresas, serviços orientados ao consumidor.

Para efeito de análise e de adequação do estudo a classificações consagradas, o GEM divide os países em dois grupos segundo o nível de renda per capita: países de renda média e de renda alta – o Brasil encontra-se no primeiro conjunto (Quadro 1).

Para coleta e análise dos dados, utilizam-se, como procedimentos padronizados para os países participantes:

- Entrevistas com amostras probabilísticas das populações de indivíduos adultos, entre 18 e 64 anos, faixa internacionalmente aceita para representar a composição da força de trabalho. No Brasil, em 2005, foram 2.000 adultos (essa amostra é probabilística, representativa da população brasileira, com 95% de confiança e erro amostral de 1,47%). Esse procedimento fornece as informações para o cálculo das taxas de empreendedores (iniciais, estabelecidos, por oportunidade/necessidade) que são definidas como a porcentagem da força de trabalho que está ativamente envolvida na criação de novos empreendimentos ou é proprietária e gerente de algum empreendimento. Fornece ainda as informações para a descrição do perfil do empreendedor e as características dos empreendimentos.
- Entrevistas e questionários com especialistas em empreendedorismo, escolhidos entre atores representativos dos campos empresarial, político e acadêmico. Em 2005, no Brasil, 36 especialistas responderam aos questionários e para análise das

² ISIC – International Standard Industry Codes; CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

entrevistas foram utilizados os conteúdos das 173 concedidas entre 2000 e 2004. A amostra na pesquisa com especialistas é intencional e não probabilística. Esse procedimento fornece informações qualitativas quanto às condições que interferem na dinâmica empreendedora dos países.

- Pesquisa de dados secundários sobre as condições econômicas e sociais que afetam a dinâmica dos negócios, realizada a partir de informações fornecidas por instituições nacionais e internacionais: PNUD, IBGE, BIRD, entre outras – que geram informações imprescindíveis para traçar um panorama geral da atividade empreendedora e que constarão do relatório completo do GEM 2005.

Com objetivo de melhorar o conhecimento sobre realidade do empreendedor no Brasil, em 2005, dois grupos de questões foram incluídos no instrumento de coleta de dados da pesquisa com população adulta: a) perguntas qualitativas sobre as dificuldades encontradas pelo empreendedor; b) questões também qualitativas sobre onde este buscou orientação para abrir seu negócio. Os resultados constituem um banco de dados com o qual é possível calcular a taxa de empreendedores e suas características. Cotejam-se estas com as informações obtidas nos demais procedimentos e, a partir daí, compõem-se as publicações anuais do GEM, em nível nacional e internacional.

QUADRO 1 - PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2005 POR GRUPOS DE RENDA

PAÍSES DE RENDA PER CAPITA MÉDIA		PAÍSES DE RENDA PER CAPITA ALTA	
Países	2005 PIB <i>per capita</i> estimado (US\$ correntes)	Países	2005 PIB <i>per capita</i> estimado (US\$ correntes)
África do Sul	4.698	Alemanha	35.075
Argentina	4.380	Austrália	33.629
Brasil	4.124	Áustria	39.292
Chile	6.272	Bélgica	37.730
China	1.411	Canadá	34.028
Croácia	7.801	Cingapura	26.481
Eslovênia	17.606	Dinamarca	49.182
Hungria	10.978	Espanha	27.074
Jamaica	3.388	Estados Unidos	41.917
Letônia	6.559	Finlândia	39.098
México	6.771	França	35.727
Tailândia	2.665	Grécia	21.017
Venezuela	4.627	Holanda	38.320
		Irlanda	50.303
		Islândia	52.063
		Itália	31.874
		Japão	37.566
		Noruega	61.852
		Nova Zelândia	26.291
		Reino Unido	38.098
		Suécia	42.392
		Suíça	52.879
13 Países		22 Países	
Média PIB <i>per capita</i> , preço corrente em dólar = 6.252.		Média PIB <i>per capita</i> , preço corrente, em dólar = 38.722.	

FONTE: World Economic Outlook Database (july 2005), <http://www.imf.org>

2 O ESCOPO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL

Os resultados do GEM 2005 mostram uma forte variação entre os países, tanto na frequência quanto na qualidade da atividade empreendedora. Porém, como tendência geral, países de renda *per capita* média exibem proporções maiores de indivíduos envolvidos na criação de negócios.

2.1 A ATIVIDADE DOS EMPREENDEDORES INICIAIS E ESTABELECIDOS

2.1.1 Empreendedores Iniciais

Países GEM

Países de diferentes graus de desenvolvimento compõem os grupos de maiores e menores taxas de empreendedores em estágio inicial. Entre os países em que essa taxa é maior, estão a Venezuela (25,0%), a Tailândia (20,7%) e a Nova Zelândia (17,6%). Note-se que os dois primeiros são países de renda média e o último, de renda alta.

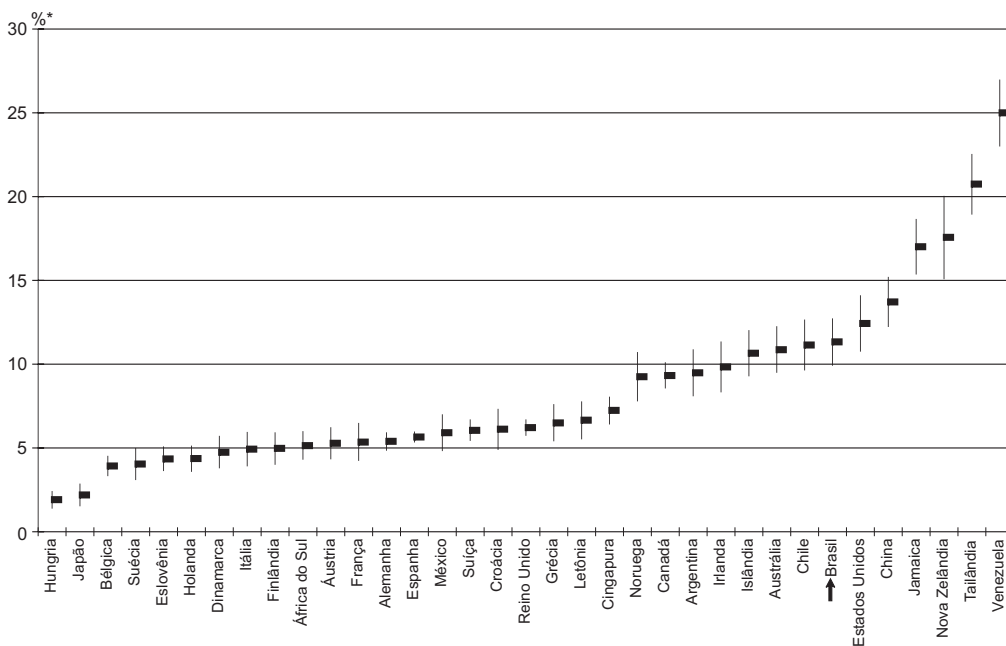
No outro pólo, como países em que as taxas de empreendedores iniciais são as mais baixas, estão a Hungria (1,9%), o Japão (2,2%) e a Bélgica (3,9%). Nesse caso também há representantes dos dois grupos considerados nesta pesquisa: os dois últimos sendo países de renda alta, e o primeiro, de renda média.

Brasil

O Brasil continua, em 2005, entre as nações onde mais se criam negócios. O País registrou uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, situando-se na sétima colocação entre os participantes do GEM (Figura 1).

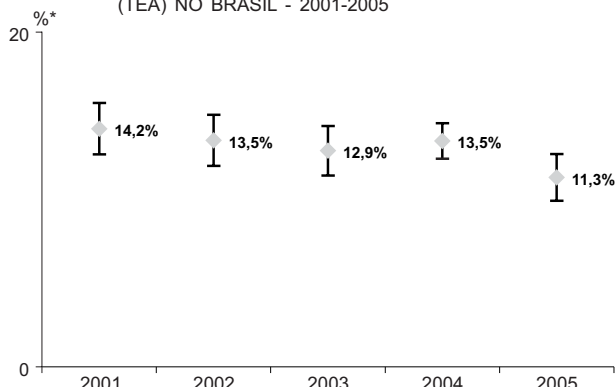
Considerando-se a evolução desde 2001, visualiza-se uma tendência de redução na taxa de empreendedores iniciais (Figura 2), embora tal variação não seja estatisticamente significativa. Esse comportamento é influenciado pela diminuição na taxa de *empreendedores nascentes* ao longo dos anos (Figura 3), uma vez que as taxas de *empreendedores novos* encontram-se praticamente estabilizadas (Figura 4).

FIGURA 1 - EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) POR PAÍSES - 2005



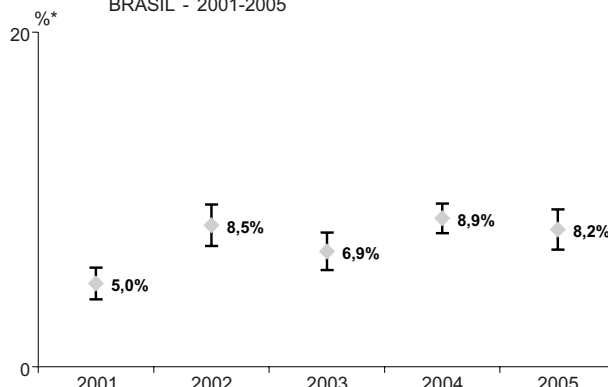
FONTE: GEM 2005 - Executive Report
 * Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

FIGURA 2 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL - 2001-2005



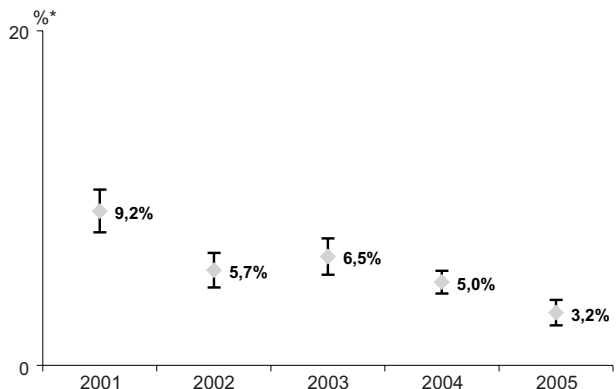
FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
 * Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

FIGURA 4 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NOVOS NO BRASIL - 2001-2005



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
 * Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

FIGURA 3 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES NO BRASIL - 2001-2005



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
 * Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

2.1.2 Empreendedores Estabelecidos

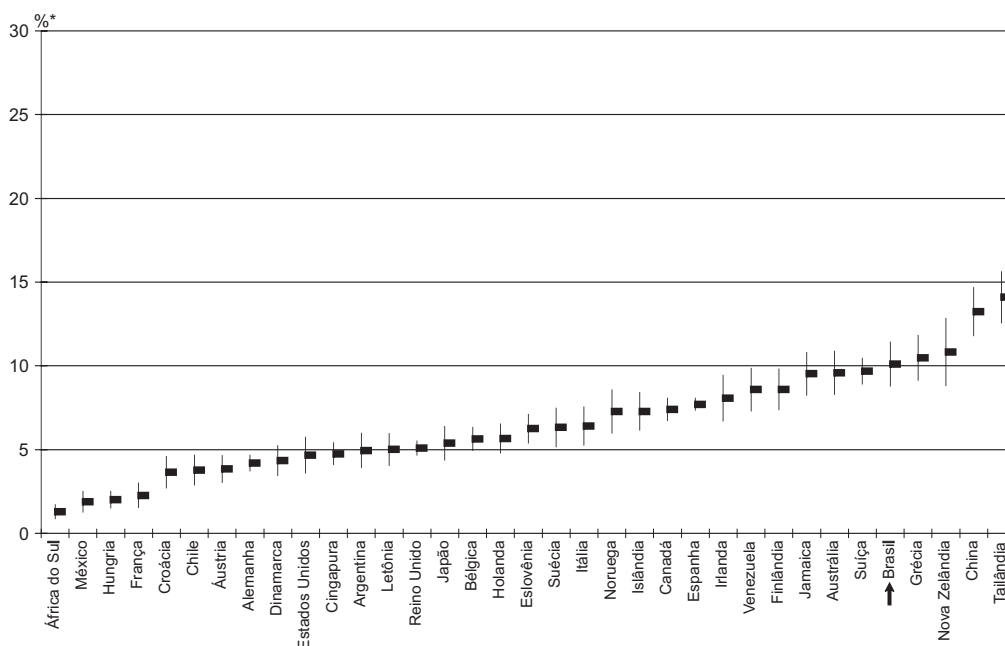
Países GEM

Entre os participantes do GEM, assim como ocorre com os empreendedores iniciais, é grande a variação nas taxas de empreendedores estabelecidos. África do Sul (1,3%), México (1,9%), Hungria (2,0%) e França (2,3%) são os países onde as referidas taxas são as menores. Tailândia (14,1%), China (13,2%) e Nova Zelândia (10,8%), por seu turno, apresentam as maiores taxas.

Brasil

Com uma taxa de 10,1%, o Brasil ocupa a 5ª posição neste ranking (Figura 5), o que sugere um crescimento dessa taxa desde 2002 (Figura 6). Vale ressaltar que a maioria desses negócios no Brasil é razoavelmente madura – aproximadamente 60% deles possuíam entre 10 e 15 anos, em 2005.

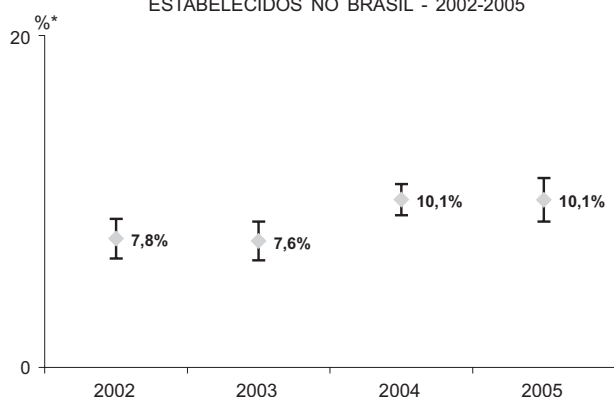
FIGURA 5 - EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS POR PAÍSES - 2005



FONTE: GEM 2005 - Executive Report

* Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

FIGURA 6 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS NO BRASIL - 2002-2005



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

* Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

O cálculo da razão entre a taxa de empreendedores estabelecidos e a taxa de empreendedores iniciais – obtida pela divisão da primeira pela segunda – permite uma panorâmica das condições de sobrevivência dos negócios, na medida em que quanto maior for essa razão, maior será a prevalência de negócios com mais tempo de vida. O procedimento revela a significativa variação entre os países nas chances que os empreendedores têm de sobreviver no mercado por mais de 42 meses.

Em linhas gerais, a probabilidade de sobrevivência, ou seja, de os negócios em estágio inicial tornarem-se estabelecidos, é maior em países de renda mais alta do que nos de renda média. O Brasil, espelhando essa constatação, possui a 14ª maior razão entre empreendedores estabelecidos e em estágio inicial (Quadro 2). Entretanto, o comportamento desse indicador vem melhorando no País ao longo dos últimos anos (Figura

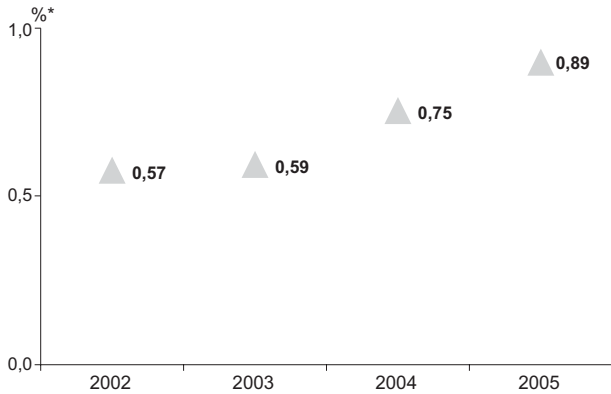
7), o que pode significar que ou está ocorrendo uma acomodação na dinâmica de criação de novos negócios ou uma melhoria nas condições para que maior número de negócios sobreviva por períodos mais longos.

QUADRO 2 - RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS POR PAÍSES - 2005

PAÍSES	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS/ EMPREENDEDORES INICIAIS	
	Razão	Posição
Japão	2,45	1
Finlândia	1,73	2
Grécia	1,61	3
Suíça	1,6	4
Suécia	1,56	5
Eslovênia	1,44	6
Bélgica	1,43	7
Espanha	1,36	8
Holanda	1,3	9
Itália	1,3	10
Hungria	1,06	11
China	0,96	12
Dinamarca	0,92	13
Brasil	0,89	14
Austrália	0,88	15
Irlanda	0,82	16
Reino Unido	0,82	17
Canadá	0,79	18
Noruega	0,79	19
Alemanha	0,78	20
Letônia	0,75	21
Áustria	0,73	22
Islândia	0,68	23
Tailândia	0,68	24
Cingapura	0,66	25
Nova Zelândia	0,62	26
Croácia	0,6	27
Jamaica	0,56	28
Argentina	0,52	29
França	0,42	30
Estados Unidos	0,38	31
Chile	0,34	33
Venezuela	0,34	32
México	0,32	34
África do Sul	0,25	35
Média	0,92	

FONTE: GEM 2005 - Executive Report

FIGURA 7 - EVOLUÇÃO DA RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL - 2002-2005



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

* Percentagem da população adulta entre 18-64 anos.

2.2 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

Países GEM

No conjunto dos países GEM, a percepção de oportunidades motiva a maioria dos negócios. Entretanto, nos países de maior renda a proporção de empreendedores que iniciam

seus negócios por esse motivo é substancialmente mais alta do que nos países de renda média.

Os resultados do GEM sugerem que existe relação entre a motivação predominante para empreender em um país e as chances de sobrevivência dos novos negócios. Aparentemente, essas são superiores em países em que são maiores as proporções de empreendimentos orientados por oportunidades.

Brasil

No Brasil, a motivação dos empreendedores iniciais tem-se mantido praticamente inalterada ao longo dos anos. Embora a maioria dos empreendedores seja orientada por oportunidade, a presença daqueles que empreenderam por necessidade é bastante alta se comparada à maioria dos países participantes do GEM.

O Brasil ocupa a 15ª posição no *ranking* do empreendedorismo por oportunidade (taxa de 6,0%) e a 4ª posição no *ranking* de empreendedorismo por necessidade (taxa de 5,3%). A razão entre as duas taxas (1,1) é a 34ª entre os países pesquisados (Quadro 3). Portanto, evidencia-se cada vez mais a influência do empreendedorismo por necessidade na posição do Brasil em relação aos demais países.

QUADRO 3 - MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS POR PAÍSES - 2005

PAÍSES	MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER					
	Razão Emp. oportunidade / Emp. necessidade		Oportunidade		Necessidade	
	Razão	Posição	Taxa	Posição	Taxa	Posição
Dinamarca	27,4	1	4,2	23	0,2	35
Islândia	18,2	2	9,5	6	0,5	30
Nova Zelândia	12,7	3	16,2	1	1,3	15
Holanda	11,5	4	3,9	25	0,3	34
Noruega	9,8	5	7,8	10	0,8	22
Bélgica	8,7	6	3,4	29	0,4	33
Eslovênia	7,8	7	3,8	27	0,5	31
Estados Unidos	7,2	8	10,5	4	1,5	13
Austrália	7,1	9	9,3	7	1,3	14
Reino Unido	6,7	10	4,7	20	0,7	27
Finlândia	6,3	11	3,8	26	0,6	28
Suíça	6,1	12	5,1	18	0,8	21
Canadá	6	13	7,5	11	1,3	16
Espanha	5,9	14	4,7	19	0,8	22
Áustria	5,9	15	4,4	21	0,8	25
Grécia	5,7	16	5,3	17	0,9	19
Suécia	5,6	17	3,2	30	0,6	29
Cingapura	5,3	18	6,1	14	1,2	17
Itália	5	19	4,0	24	0,8	24
Letônia	4,9	20	5,4	16	1,1	18
México	4,7	21	4,3	22	0,9	19
Irlanda	4,2	22	7,9	9	1,9	11
Japão	4,2	23	1,8	34	0,4	32
Chile	2,8	24	8,2	8	2,9	7
Tailândia	2,8	25	13,9	3	5,0	5
Alemanha	2,4	26	3,8	28	1,6	12
Argentina	2,2	27	6,3	13	2,9	8
Jamaica	1,7	28	10,0	5	6,0	3
Venezuela	1,6	29	15,6	2	9,4	1
Hungria	1,5	30	1,1	35	0,7	26
África do Sul	1,5	31	3,0	31	2,0	10
França	1,3	32	2,6	33	2,1	9
China	1,2	33	7,3	12	6,2	2
Brasil	1,1	34	6,0	15	5,3	4
Cróacia	0,9	35	2,9	32	3,1	6
Média	5,9	6,2	1,9

FONTE: GEM 2005 - Banco de Dados Internacional

2.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

2.3.1 Conhecimento dos Produtos³ pelo Consumidor

Países GEM

A maior parte dos negócios nos países pesquisados oferta produtos conhecidos pela maioria dos consumidores. Uma parcela muito pequena dos empreendedores afirma oferecer novidades, sendo esses empreendedores mais comuns entre os iniciais do que entre os estabelecidos.

Em geral, o percentual de empreendedores que acredita oferecer novidades é maior nos países de renda *per capita* média. Uma explicação possível para esse fato seria de que nas nações mais ricas o consumidor está mais freqüentemente exposto a uma gama mais variada de produtos.

Brasil

O Brasil reflete o conjunto dos países GEM, e a maioria de seus empreendimentos não são inovadores. Os dados agrupados do GEM entre 2002 e 2005 revelam que, no País, 82,3% dos empreendedores iniciais afirmam que nenhum de seus consumidores consideraria seu produto novo. Em contrapartida, apenas 5,2% desses empreendedores declaram que seus produtos serão considerados novos por todos os clientes (Figura 8).

Também em sintonia com os resultados internacionais, no Brasil uma proporção um pouco maior de empreendedores estabelecidos declara que seus produtos não são considerados novos por seus consumidores: 85,7%. A parcela desse grupo de empreendedores que afirma pôr no mercado produtos novos (5,8%) é semelhante àquela encontrada entre os que estão no estágio inicial de seus empreendimentos.

2.3.2 Quantidade de Concorrentes

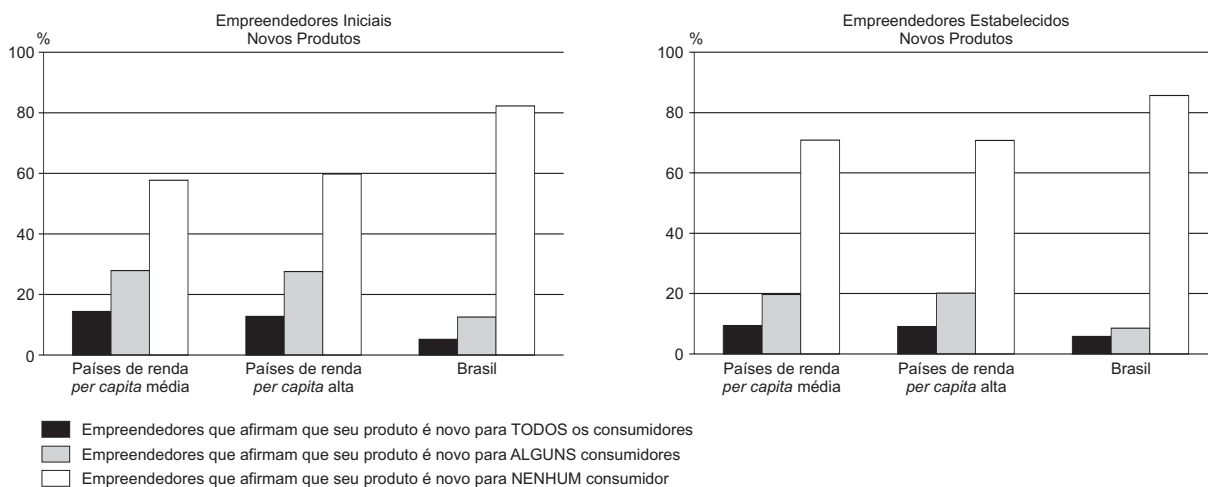
Países GEM

Além de não oferecerem produtos novos, a maioria dos empreendedores dos países GEM atua em segmentos de alta concorrência, sendo semelhante o comportamento nos dois grupos de países. Essa parcela é maior entre os empreendedores estabelecidos (65,0%) do que entre os iniciais (cerca de 55,0%). Apenas 10% dos empreendedores neste estágio e 6% naquele afirmam não ter concorrentes.

Brasil

O Brasil segue a dinâmica internacional de alta concorrência. Esta, porém, é um pouco maior entre nós, atingindo 66,0% dos empreendedores iniciais e 72,5% dos estabelecidos. As parcelas de empreendedores que dizem não ter concorrentes é significativamente menor do que no conjunto dos países: 4,1% para os primeiros e 2,9%, para os últimos empreendedores (Figura 9).

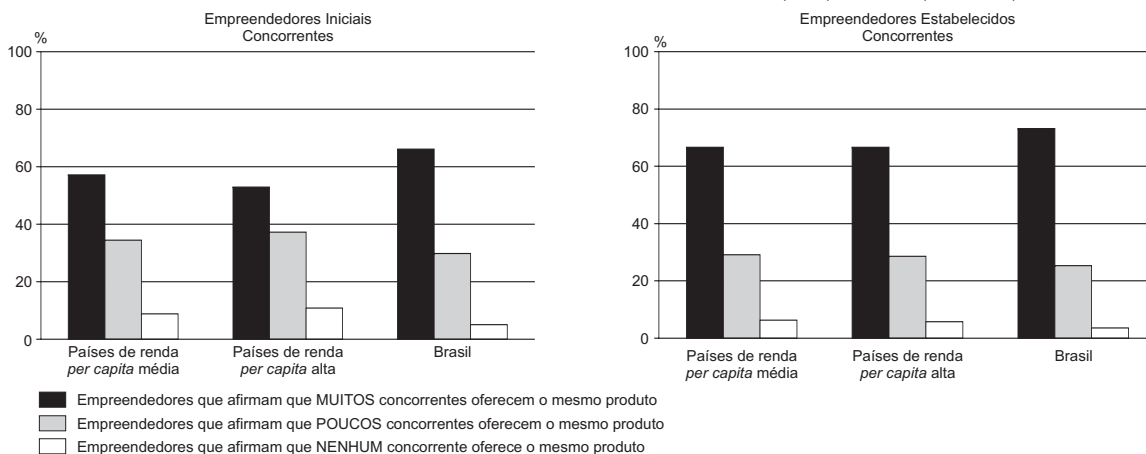
FIGURA 8 - NOVOS PRODUTOS POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

³ Produtos, aqui, englobam mercadorias e serviços.

FIGURA 9 - INTENSIDADE DA EXPECTATIVA DE CONCORRÊNCIA POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

2.3.3 Idade das Tecnologias e Processos

Países GEM

Os empreendedores iniciais e estabelecidos dos países de renda média afirmam utilizar tecnologias ou processos novos (disponíveis há menos de um ano) com maior frequência que seus pares dos países de renda alta (Figura 10). Uma explicação possível para esse fato seria de que isso ocorre porque nações emergentes têm um nível de atualização tecnológica comparativamente menor. Ou seja, frequentemente, tecnologias conhecidas, às vezes antigas para os empreendedores dos países ricos, podem apresentar-se como uma grande inovação para seus colegas de países menos desenvolvidos.

Brasil

Entre os empreendedores brasileiros, entretanto, o uso de tecnologias disponíveis há menos de um ano é menor do que nos outros países de semelhante nível de renda. Aqui, 97,4% dos empreendedores iniciais e 98,6% dos estabelecidos afirmam utilizar tecnologias ou processos conhecidos há mais de um ano. No conjunto dos países

de média renda, estes grupos de empreendedores somam, respectivamente, 70% e 80%.

2.3.4 Expectativa de Criação de Empregos

Países GEM

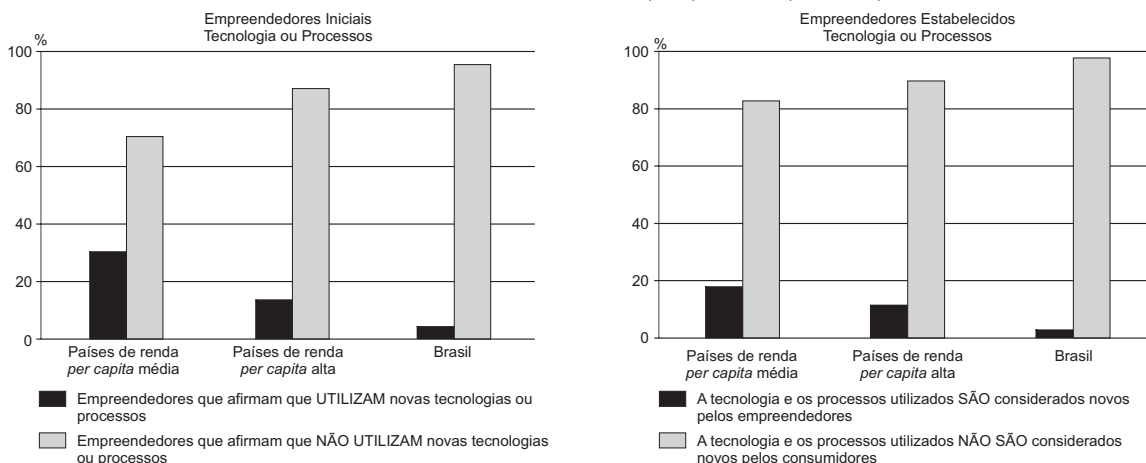
A maioria dos negócios não espera criar postos de trabalho. No entanto, nos países de renda média é maior a proporção dos empreendedores iniciais que afirmaram ter expectativa de gerar empregos.

Brasil

Assim como nos demais países pesquisados, a expectativa de geração de empregos no Brasil não é grande para parte significativa dos empreendedores iniciais: em torno de 32% destes não esperam criar novos postos de trabalho no prazo de cinco anos.

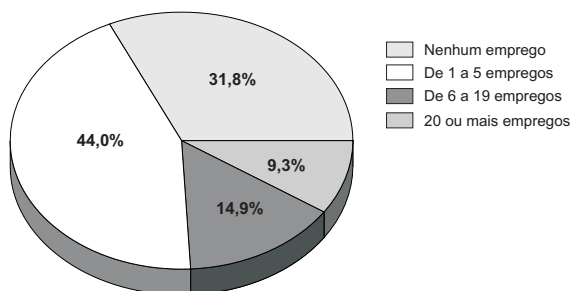
Não se pode, contudo, deixar de enfatizar que 24% desses empreendedores esperam gerar mais de cinco empregos (Figura 11). Considerando-se a estimativa do número de empreendedores no País, o potencial absoluto de criação de postos de trabalho é bastante significativo.

FIGURA 10 - NOVA TECNOLOGIA OU PROCESSO POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

FIGURA 11 - EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE POSTOS DE TRABALHO NOS PRÓXIMOS 5 ANOS NO BRASIL - 2002-2005



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005

2.3.5 Atividades dos Empreendedores

Países GEM

Entre os participantes do GEM, a distribuição por setores de atividade não varia dos empreendedores iniciais para os estabelecidos. No entanto, o grupo de países de renda média apresenta uma proporção maior de negócios orientados ao consumidor. Por outro lado, no grupo de países de renda alta, a proporção de empreendimentos cujos clientes são empresas é quase o dobro do que no primeiro grupo de países (Figura 12).

Brasil

O agrupamento dos dados sobre a distribuição por setor de atividades no Brasil entre 2002 e 2005 (Figura 12) revela que os serviços orientados ao consumidor são o setor a que mais se dedicam os empreendedores, sejam eles iniciais ou estabelecidos. Entretanto, entre os últimos, a proporção daqueles envolvidos com este tipo de atividade é significativamente menor. Isso sugere que negócios voltados ao consumidor, principalmente os desprovidos de diferenciais ou inovações, têm mais dificuldade em prosperar. Em contrapartida, a participação de atividades no setor de transformação é cerca de duas vezes maior entre empreendedores estabelecidos.

O segmento de alimentação é o maior foco de interesse dos empreendedores. Aproximadamente 27% dos empreendedores iniciais e 20% dos estabelecidos estão neste setor. Ao se aprofundar a análise dos tipos de

negócios, algumas peculiaridades se destacam. Um exemplo é a importância do artesanato, que corresponde a 6% dos empreendedores iniciais e a 5% dos estabelecidos; outro, a atividade de venda por catálogo, responsável por em torno de 4% dos empreendedores.

2.3.6 Síntese das características dos empreendimentos

A grande maioria dos empreendedores brasileiros opta por abrir negócios bastante prosaicos, que já nascem mais ou menos prontos, em segmentos já testados e de alta concorrência. Isso explica em parte o baixo nível de inovação – seja tecnológica ou de mercado – quando se considera a totalidade da população empreendedora. De outra parte, isso pode dar uma pista dos obstáculos enfrentados pelos empreendedores para manter seus negócios por períodos de tempo maiores.

2.4 ORIENTAÇÕES RECEBIDAS PELO EMPREENDEDOR

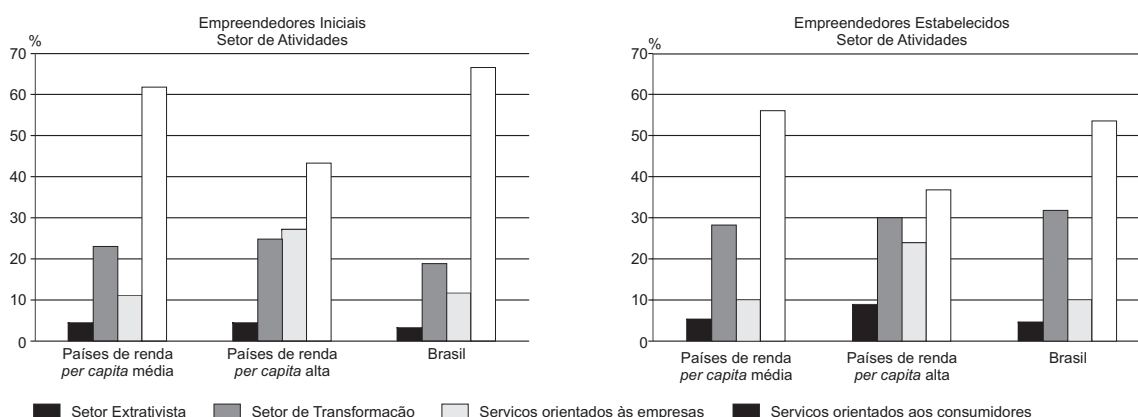
No ciclo 2005 da pesquisa GEM Brasil, perguntou-se aos empreendedores se estes contaram com algum tipo de orientação ou aconselhamento para iniciar o seu negócio e a procedência dessa orientação. Em torno de 30% dos empreendedores afirmam que não tiveram qualquer tipo de orientação para iniciarem o seu negócio.

Aproximadamente 33% dos empreendedores iniciais receberam orientações de familiares e amigos. Entre os estabelecidos, este percentual reduz-se aos 20%.

A experiência profissional anterior é, com 20% das menções, a principal fonte de conhecimento e aprendizado dos empreendedores estabelecidos. Esse fator não se faz tão presente entre os iniciais, com apenas 7% das menções.

Há razoável número de referências a instituições como origem das orientações – 5% das menções feitas pelos empreendedores iniciais e 9%, dos estabelecidos. Considerando especificamente o conjunto de menções a instituições, destaca-se primeiramente o SEBRAE, seguido de outras organizações do chamado *Sistema S*, entre elas o SENAC e o SENAI.

FIGURA 12 - DISTRIBUIÇÃO POR SETORES DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL - 2005



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

3 CAPACIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL E NO MUNDO

3.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS, ECONÔMICOS E SOCIAIS E O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

3.1.1 Gênero dos Empreendedores

Países GEM

Na quase totalidade dos países pesquisados, as mulheres são menos ativas em abrir e liderar negócios, e as diferenças de gênero existem em ambos os tipos de empreendedores – iniciais e estabelecidos – e em ambos os grupos de países considerados – de renda média e alta. Entretanto, as diferenças nas proporções de homens e mulheres à frente de negócios variam bastante entre os países.

Brasil

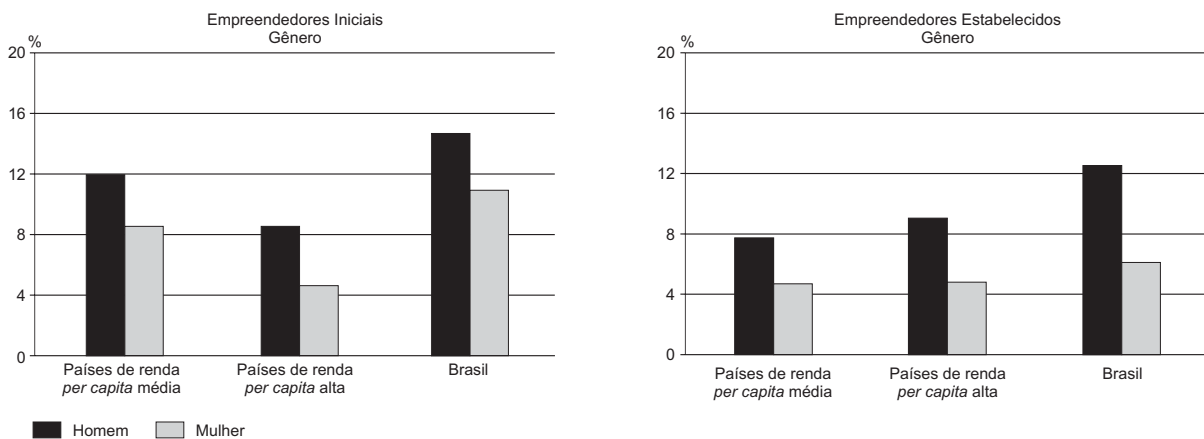
O Brasil em 2005 situa-se numa boa posição no que tange à igualdade dos gêneros no conjunto dos países pesquisados: é o sexto no empreendedorismo feminino (taxa de 10,8%) e o 13º no empreendedorismo masculino

(taxa de 11,8%). Vale ressaltar que, em números absolutos, as empreendedoras iniciais brasileiras ocupam o terceiro lugar (estima-se que sejam 6,3 milhões), atrás apenas das norte-americanas e chinesas, cujos países têm populações muito maiores.

As mulheres, aqui, são menos atuantes em empreendimentos estabelecidos do que os homens. Dados acumulados de 2001 a 2005 revelam haver dois homens para cada mulher à frente de negócios com mais de 42 meses, e, também, a taxa de empreendedores homens iniciais é de 14,6%, enquanto entre as mulheres esta taxa é de 10,9% (Figura 13).

Esses dados indicam, por um lado, uma tendência à igualdade dos gêneros no que se refere ao empreendedorismo (Quadro 4) e, por outro, que elas são fundamentais para a posição de destaque do Brasil no *ranking* internacional do empreendedorismo. Em 2005, por exemplo, entre os empreendedores iniciais, há praticamente um homem para cada mulher no Brasil, o que dá ao País a segunda maior prevalência de mulheres, atrás apenas da Hungria, onde as empreendedoras são praticamente o dobro dos empreendedores.

FIGURA 13 - TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO GÊNERO POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2001-2005)



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

QUADRO 4 - EVOLUÇÃO DA RAZÃO DE EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO POR GÊNERO NO BRASIL 2001 - 2005

ANO	EMPREENDEDORES INICIAIS				
	Homem		Mulher		Razão
	Taxa (%)	Empreendedores	Taxa (%)	Empreendedores	Homem/Mulher
2001	15,4	7.561.000	9,2	4.705.000	1,61
2002	16,0	8.333.000	11,3	6.112.000	1,36
2003	14,2	7.360.000	11,7	6.216.000	1,18
2004	15,7	8.857.000	11,3	6.515.000	1,36
2005	11,8	6.779.000	10,8	6.344.000	1,07

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005

3.1.2 Idade dos Empreendedores

Países GEM

A atividade empreendedora inicial predomina entre as pessoas de 25 a 34 anos. Os negócios estabelecidos, por seu turno, são liderados principalmente por indivíduos entre 45 e 54 anos.

Brasil

O Brasil reproduz a dinâmica internacional. Aqui, a taxa de empreendedores entre os 25 e os 34 anos que estão em estágio inicial é de 16,6%; em seguida aparece a categoria dos 35 aos 44 anos, com taxa de 14,7%. Entre os empreendedores estabelecidos, a taxa daqueles entre de 45 a 54 anos é de 14,0% (Figura 14).

3.1.3 Renda familiar dos Empreendedores

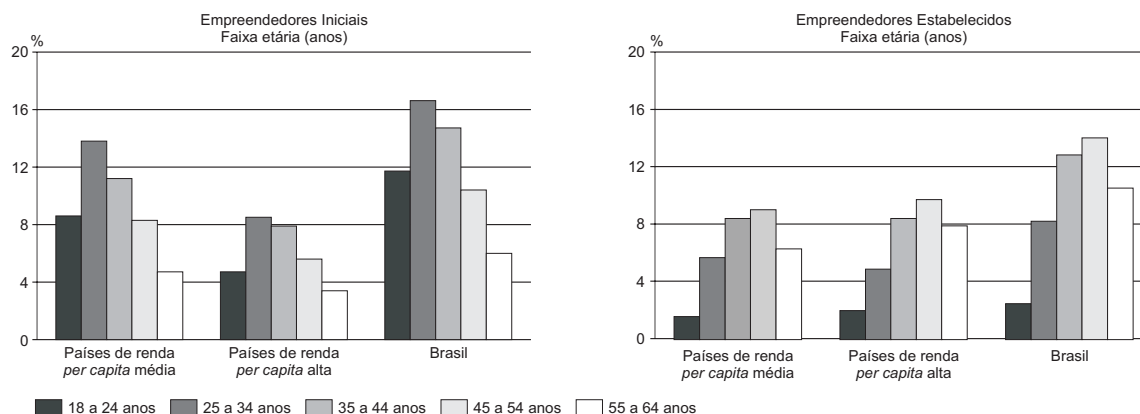
Países GEM

A renda familiar exerce uma influência direta sobre o nível de atividade empreendedora. Quanto mais alta é a renda, maiores as taxas, raciocínio válido tanto para empreendedores iniciais quanto para os estabelecidos. Entretanto, os maiores níveis de renda registram-se entre empreendedores estabelecidos de países de renda alta do que nos de renda média. Isso sugere que uma maior renda familiar pode ser resultado de um empreendedorismo mais bem-sucedido.

Brasil

No tocante à renda familiar, o Brasil também segue a dinâmica internacional, e entre seus empreendedores, na faixa de renda superior a 18 salários mínimos, a taxa de empreendedores estabelecidos é significativamente superior (25,3%) àquela registrada para os empreendedores iniciais (18,4%). Isso sugere que a sobrevivência dos negócios é um fator de aumento na renda das famílias que optam por esta atividade.

FIGURA 14 - TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO A FAIXA ETÁRIA, POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2001-2005)



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

3.1.4 Educação dos Empreendedores

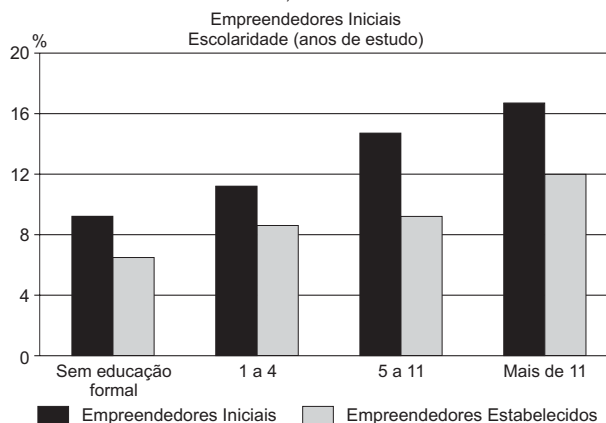
Países GEM

Tanto em países de renda média quanto nos de alta, pessoas com educação superior envolvem-se mais com atividades empreendedoras de estágio inicial. Esse nível de escolaridade também é mais recorrente entre empreendedores estabelecidos nos países de renda média. Curiosamente, nos países de renda alta, a probabilidade de empreendedores de menor escolaridade estarem à frente de negócios estabelecidos é igual à daqueles que realizaram o ensino superior. Isso sugere que o perfil dos empreendedores vem mudando ao longo dos anos nesses países.

Brasil

No Brasil, à exceção do empreendedorismo por necessidade, em todos os demais parâmetros de análise, é maior a dinâmica empreendedora nos estratos mais escolarizados. No que diz respeito ao estágio dos negócios, a taxa de empreendedores iniciais com mais de 11 anos de estudo é de 16,7%, contra 10,9% para aqueles com até quatro anos de estudo. Entre os que têm mais de 11 anos de estudo, a taxa de empreendedores estabelecidos é de 12%, ao passo que entre aqueles com até quatro anos de estudo, essa taxa é de 8,3% (Figura 15).

FIGURA 15 - TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO ESCOLARIDADE, NO BRASIL - 2001-2005



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005

Como já mencionado, no empreendedorismo por necessidade, a lógica se inverte. Os brasileiros com até quatro anos de estudo registram uma taxa de 6,2%, significativamente maior do que a registrada entre os que têm mais de 11 anos de estudo (4,1%).

3.1.5 Dedicção dos Empreendedores ao Negócio

Países GEM

Em 2005, os empreendedores também foram questionados a respeito do tempo de dedicação ao negócio. Pouco mais de 70% dos empreendedores iniciais dedicam-lhes tempo integral, tanto no grupo de países de renda média quanto no de renda alta. Entre os empreendedores estabelecidos, tal porcentagem aproxima-se dos 80% nos dois grupos de países.

Brasil

Os empreendedores iniciais no Brasil diferenciam-se bastante dos demais países. Aqui, apenas 55% dos empreendedores iniciais dedicam-se exclusivamente ao negócio. A dedicação integral ao negócio, de forma esperada, é maior entre os empreendedores estabelecidos: 69% deles afirmam dedicar-se integralmente ao seu empreendimento, e ainda assim esse número é inferior ao verificado no grupo de países de renda média (Figura 16).

3.1.6 Acesso a recursos

Países GEM

O GEM revela, em todos os países pesquisados, que o número de empresas criadas a partir do Capital de Risco Clássico é minúsculo quando comparado com outras fontes de recursos, em especial dos próprios fundadores e de investidores informais.

A taxa de investidores informais entre os países GEM varia de 0,6% no Japão até 8,4% na Jamaica. A média é de 3,3%, o que indica que 3,3 adultos em cada 100 são investidores informais. O investimento informal realizado por familiares, amigos e estranhos é parte importante dos recursos necessários para iniciar um empreendimento; o restante, cerca de 66%, provém dos próprios empreendedores. Estima-se que os valores investidos na criação de novos negócios é cerca de 4% do PIB dos países GEM, o que atesta a importância do empreendedorismo na economia das nações.

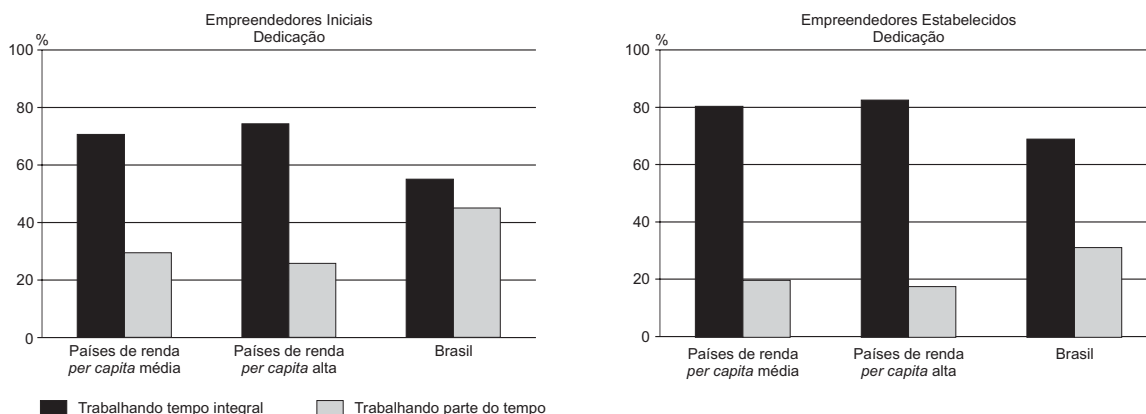
Brasil

Para o empreendedor brasileiro, as restrições financeiras são uma forte barreira à abertura de negócios, seja pelas dificuldades de acesso ao capital, seja pelas próprias condições econômicas desfavoráveis de uma população empobrecida, a cuja maioria faltam recursos para sobreviver e abrir negócios viáveis.

O sistema financeiro formal, quando abre suas portas, o faz impondo uma série de barreiras que elevam o custo do dinheiro. Por um lado, as taxas de juros àqueles que não têm acesso a programas especiais de financiamento estão entre as mais elevadas do mundo. Por outro lado, a isso, somam-se as exigências de garantias reais e excessos burocráticos para aprovação dos empréstimos.

Como resultado desse contexto desfavorável, os empreendimentos no Brasil são iniciados com baixos montantes. Quando indagados sobre o capital requerido para empreender, aproximadamente dois terços dos empreendedores afirmam que seus negócios demandam valores inferiores a R\$ 10.000,00 (GEM 2002-2005). Vale destacar que 22,0% dos empreendimentos identificados na pesquisa iniciam seus negócios contando com somas inferiores a R\$ 2.000,00. A mesma proporção (22,0%) é encontrada quando são considerados os empreendedores que estimam despendar mais

FIGURA 16 - DEDICAÇÃO DOS EMPREENDEDORES AOS SEUS PRÓPRIOS NEGÓCIOS POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL - 2005



FONTE: Adaptado GEM 2005 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005

de R\$ 20.000,00 para abertura do seu empreendimento (Quadro 5).

O quadro de dificuldade de acesso a modalidades formais de obtenção de capital ressalta a importância dos investidores informais. Entretanto, o Brasil vem registrando, juntamente com o Japão, as menores taxas desses investidores entre os países participantes do GEM: 0,6% no período acumulado (2001-2005). Em outras palavras, de cada mil pessoas com idade entre 18 e 64 anos, apenas seis delas teriam nos últimos três anos auxiliado financeiramente alguém a iniciar um novo negócio.

Com relação a valores investidos, em torno de 80% dos investidores informais investem até R\$ 10.000,00 no empreendimento, e destes 45% investem menos de R\$ 2.000,00. Somas mais vultosas (acima de R\$ 30.000,00) são investidas por 6% dos investidores informais.

O investidor informal, ao apoiar financeiramente um novo empreendimento do qual não faça parte, privilegia, de modo natural, relacionamentos familiares próximos – pais, filhos, cônjuges, irmãos ou netos. Ou seja, 52,1% dos investidores informais apóiam empreendedores com os quais possuam esse vínculo, enquanto o investimento realizado em empreendimentos de outros parentes é realizado por 19,25% dos investidores informais. Amigos e vizinhos também merecem destaque como destinatários do apoio dos investidores informais (23,3%).

QUADRO 5 - RECURSOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO NO BRASIL - 2002-2005

RECURSOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR NOVO NEGÓCIO (em R\$ correntes)	PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORES INICIAIS (%)
Menos de 2.000,00	22
De 2.000,00 a 10.000,00	42
De 10.000,00 a 20.000,00	15
De 20.000,00 a 30.000,00	6
Mais de 30.000,00	16

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005

3.2 FATORES QUE INFLUENCIAM AS PERCEPÇÕES SOBRE O AMBIENTE PARA EMPREENDER

3.2.1 Mentalidade empreendedora

Países GEM

Como conclusão geral, nos países participantes do GEM as pessoas envolvidas em atividades empreendedoras, sejam estas iniciais, sejam estabelecidas, tendem a ter mais confiança em suas próprias capacidades. Além disso, têm mais probabilidade de conhecer outros empreen-

dedores e estão mais atentas a oportunidades inexploradas. Outra característica distintiva é o fato de os empreendedores afirmarem com mais frequência que o medo de fracassar não impediria o início de um novo negócio.

Brasil

Para análise da mentalidade empreendedora, consideraram-se tanto os empreendedores de ambos os estágios, iniciais e estabelecidos, quanto os entrevistados que não estão envolvidos na criação de negócios, aqui identificados como não empreendedores. A idéia é estabelecer comparações entre esses três grupos e traçar um quadro amplo das posições dos brasileiros perante o empreendedorismo.

Direta ou indiretamente, a atividade empreendedora faz parte do dia-a-dia dos brasileiros. Quase 60% dos empreendedores iniciais afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos. Essa porcentagem cai a, respectivamente, 50% e 35% entre os empreendedores estabelecidos e os não empreendedores. Isso indica que negócios geram mais negócios, daí a importância de um ambiente empreendedor fecundo.

Os resultados do GEM revelam que a mentalidade empreendedora é um aspecto francamente favorável no Brasil. Os empreendedores iniciais são mais otimistas: praticamente 55% deles afirmam perceber boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem nos próximos seis meses. Metade dos estabelecidos apresentam o mesmo otimismo, enquanto entre os não empreendedores encontra-se a menor proporção: cerca de 43%.

A autoconfiança é uma marca dos empreendedores brasileiros, iniciais ou estabelecidos. Praticamente quatro em cada cinco acreditam possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio, percentual que se reduz a 51% entre os não empreendedores, apesar de este ser ainda um número elevado.

Os brasileiros têm, ainda, a ousadia necessária a uma atividade tipicamente caracterizada por riscos. Tanto nas duas categorias de empreendedores quanto no restante da população, mais de 60% dos respondentes afirmaram que o medo de fracassar não impediria o início de um novo negócio, com ligeira vantagem para os empreendedores iniciais, entre os quais tal percentual aproximou-se dos 70%.

Contrariando um senso comum bastante difundido, os brasileiros ouvidos afirmam que, neste País, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira. Desdobrando-se por categorias, o percentual de pessoas que deu essa resposta é próximo de 85% entre os empreendedores iniciais, 78% entre os não empreendedores e 73% entre

empreendedores estabelecidos. Chama a atenção que estes, empresários há mais tempo, apresentem os resultados menos expressivos, embora positivos. Pode-se especular que a percepção da classe empresarial da visão que as pessoas têm sobre ela seja mais negativa do que a real.

O empreendedor bem-sucedido é muito valorizado na sociedade brasileira. Mais de 80% dos empreendedores iniciais consideram que, no País, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm *status* e respeito perante a sociedade. Entre os empreendedores estabelecidos e não empreendedores, os percentuais são também bastante expressivos: respectivamente 78% e 75%.

Finalmente, quanto ao papel dos meios de comunicação na difusão de uma imagem positiva do mundo dos negócios, a pesquisa também vai de encontro às críticas freqüentemente endereçadas aos referidos meios. Praticamente 80% dos empreendedores iniciais e cerca de 70% dos estabelecidos e não empreendedores afirmam ver com freqüência, na mídia, histórias sobre novos negócios bem-sucedidos.

Em síntese, o Brasil tem um povo cujo alto potencial empreendedor não pode ser negado, o que em parte se reflete no fato de um em cada cinco trabalhadores ser um homem ou uma mulher de negócios. A questão é se

as políticas e os programas, bem como a ação dos atores envolvidos, estão chegando de maneira eficaz a esse enorme público.

Outro aspecto bastante interessante é que em todos os elementos considerados nesta seção os empreendedores iniciais sejam sempre os que têm uma visão mais positiva das coisas do empreendedorismo, apresentando uma mentalidade empreendedora mais forte. É essencial para uma dinâmica rica na atividade empreendedora que empresários iniciantes sejam em bom número e tenham tal visão.

3.2.2 Dificuldades para empreender no Brasil

Como já mencionado, em 2005 foram introduzidas, na pesquisa com população adulta, questões visando levantar dificuldades enfrentadas pelos empreendedores para abrir seus negócios, as quais, vale dizer, são barreiras ao empreendedorismo no Brasil. A análise dos resultados apoiou-se no conjunto de fatores que o GEM denomina Condições Nacionais que Afetam o Empreendedorismo⁴, componente do modelo aplicado pela pesquisa internacional na abordagem dos especialistas.

QUADRO 6 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES INICIAIS, EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES

AFIRMAÇÕES	EMPREENDEDORES INICIAIS	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	NÃO EMPREENDEDORES
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	57,2%	50,1%	35,5%
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem	54,7%	48,7%	43,3%
Consideram possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	78,6%	78,7%	51,0%
O medo de fracassar não impediria que comesçassem um novo negócio	69,9%	64,1%	58,7%
Consideram que no Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	83,3%	72,8%	78,1%
Consideram que no Brasil, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm <i>status</i> e respeito perante a sociedade	80,7%	77,7%	74,9%
Consideram que no Brasil você vê freqüentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem-sucedidos	79,3%	70,4%	72,4%

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2003- 2005

⁴ Tais condições são: Apoio Financeiro, Políticas Governamentais, Programas Governamentais, Educação e Treinamento, Pesquisa e Desenvolvimento e Transferência de Tecnologia, Infra-estrutura Comercial e Profissional, Abertura de Mercado e Barreiras à Entrada, Acesso à Infra-estrutura Física, Normas Culturais e Sociais, Capacidade Empreendedora, Características da Força de Trabalho, Composição da População Percebida, Contexto Político Institucional e Social.

Entre os empreendedores iniciais e estabelecidos, a principal dificuldade apontada é o clima econômico do País, com respectivamente 14% e 15% das menções. A quase totalidade destas refere-se à falta de dinheiro. A seguir, as queixas recaem sobre as políticas governamentais, com 11% das citações nas duas categorias de empreendedores, principalmente no que concerne à burocracia envolvida na abertura de negócios.

O terceiro fator mais mencionado difere entre os empreendedores dos dois estágios. Para os iniciais, com cerca de 9%, é o acesso à infra-estrutura física. Aqui, os empreendedores reclamam da dificuldade em conseguir espaço físico para suas atividades. Os estabelecidos, por sua vez, com cerca de 7%, apontam o fator abertura de mercado, sobretudo a dificuldade de conquistar clientes para seus produtos.

Cotejando-se os números acima com as entrevistas concedidas ao GEM por especialistas brasileiros em

empreendedorismo entre 2000 e 2004, sobressaem diferentes visões acerca das barreiras ao desenvolvimento dos negócios. A ordem dos fatores difere ligeiramente. Entre os especialistas, as principais dificuldades, praticamente empatadas em cerca de 20% das menções, referem-se à falta de apoio financeiro e às políticas governamentais. A seguir, citam problemas relacionados à educação e treinamento.

Vale ressaltar que algumas dificuldades muito lembradas pelos empreendedores, como as relacionadas à falta de espaço, clientes e dinheiro, são pouco referidas pelos especialistas. Estes, aparentemente, quando pensam sobre o tema do empreendedorismo, o fazem de modo mais geral, deixando em segundo plano aspectos mais simples, porém essenciais, que afetam o empreendedor que está na linha de frente do mercado.

QUADRO 7 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)			
	Empreendedores Iniciais			Empreendedores estabelecidos
	Nascente	Novo	TOTAL	
Clima econômico	19,0	12,1	13,9	14,9
Políticas governamentais	15,5	9,1	10,9	10,8
Acesso à infra-estrutura física	11,2	7,8	8,7	4,4
Apoio financeiro	6,9	5,5	5,9	4,6

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005

QUADRO 8 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS

CONDIÇÕES	CITAÇÕES (%)
	Especialistas
Educação e Treinamento	16,2
Políticas Governamentais	20,2
Apoio Financeiro	20,4

FONTE: Pesquisa com especialistas - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004

4 SINALIZAÇÕES PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS E PROGRAMAS

Vive-se uma fase relativamente positiva do ponto de vista institucional para o desenvolvimento dos negócios no Brasil. Assim, nesta seção final, não nos detemos somente em propostas para melhorar o ambiente de negócios no País mas também apresentamos algumas ações importantes que contemplam aspectos abordados pelo GEM em anos anteriores. Não fazemos a avaliação dos impactos dessas ações, dado que elas são muito recentes.

Em 2005, para vastos segmentos empresariais, algumas mudanças nas políticas públicas trazem efeitos benéficos de reduzir a carga tributária e facilitar a gestão financeira das empresas, de modo a incentivar o investimento, a exportação e o consumo. Dentre as inovações, a de maior alcance é a Lei nº 11.196/2005, decorrente da chamada MP do Bem (Medida Provisória 255).

Entre os benefícios trazidos pela lei em questão, destacam-se: desoneração dos investimentos de empresas

exportadoras em bens de capital, incentivos à contratação de pesquisadores, duplicação dos limites de enquadramento das empresas no Simples, alargamento de prazos para recolhimento de impostos, incentivos à compra de imóveis, isenção de PIS e COFINS para compra de computadores de baixo preço, entre outras.

Ficou para 2006, todavia, a aprovação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas – Projeto de Lei Complementar 123/2004 –, conhecida também como Super-Simples, com a qual os tributos atualmente pagos pelas empresas até um determinado patamar de faturamento seriam integrados em alíquotas únicas e reduzidas, afóra as reduções de barreiras burocráticas que, com efeito, tornarão mais ágil a abertura, o funcionamento e o encerramento de negócios no País.

Às iniciativas acima, de âmbito federal, somam-se avanços nos processos de redução da carga tributária

no âmbito dos governos locais, como isenções e reduções de incidência de ICMS sobre produtos da cesta básica ou sobre micro e pequenas empresas.

Além de políticas de natureza tributária, tem-se implementado programas que contemplam a necessidade de facilitar o acesso a recursos. Um desses é o Programa “Juro Zero”, da FINEP, que fornece apoio financeiro a pequenas e médias empresas de base tecnológica. As inovações residem no atendimento a antigas reivindicações do setor produtivo, em especial duas: ausência de taxas de juros e redução nas exigências de garantias – os proprietários precisam apenas garantir 20% da quantia emprestada. O restante do valor é garantido por fundos públicos de aval.

A escola, cada vez mais, desperta para a importância do empreendedorismo no sistema educacional. Diversas ações têm sido realizadas nessa direção, dentre as quais pode-se destacar uma iniciativa como a da Universidade Estadual Paulista (UNESP) em parceria com o SEBRAE, para introduzir a disciplina de empreendedorismo em suas mais de 30 unidades distribuídas pelo Estado de São Paulo.

Ações efetivas, portanto, existem. O desafio que se coloca é os empreendedores de diferentes tipos conhecerem as iniciativas para melhor tirar proveito delas. Diante disso, mantemos algumas propostas que constam em nossos documentos anteriores:

- Melhorar as condições dos empreendedores por necessidade. Estes continuam tendo dificuldades para obter recursos no mercado formal que viabilizem seus negócios. Os baixos valores de que dispõem para empreender o comprovam.
- Fortalecer a criatividade como elemento essencial do empreendedorismo. O GEM demonstra que a grande maioria dos empreendimentos opera em poucos segmentos, de alta concorrência e baixo nível de inovação.
- Preparar melhor as pessoas que estão pensando em se tornar empreendedoras para que compreendam o mercado em que desejam atuar – principalmente a dinâmica da concorrência, o potencial de aceitação do produto etc. – antes de despendar recursos e energias, seus e de seus familiares.
- Orientar potenciais empreendedores quanto ao potencial das atividades relacionadas ao fornecimento de produtos a empresas, de maior valor agregado.
- Introduzir modificações na legislação trabalhista, com incentivos para que pequenos empreendedores contratem mão-de-obra formal, expandindo a força de trabalho protegida por direitos.
- Facilitar o acesso a espaço físico para os empreendedores estabelecerem seus negócios, mediante financiamento para compra ou medidas de diminuição da burocracia – como fundos de aval em substituição à fiança – e dos preços de aluguéis – com incentivos fiscais para construção e locação de imóveis comerciais e de produção.

REFERÊNCIAS

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2000**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2001.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2001**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2002**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2003.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2003**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR: 2005. **Executive Report**. Maria Minniti; William D. Bygrave; Erko Autio. Babson College, US and London Business School, UK, 2006.

Empreendedorismo no Brasil: 2004. BASTOS JR, Paulo Alberto; GRECO, Simara Maria S. S.; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; MACHADO, Joana Paula; SCHLEMM, Marcos Mueller. Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2005.

Dom Quixote por Paty Lazarotto,
nesta capa simbolizando o
empreendedor.



Global Entrepreneurship
Research Association - GERA

