



Global Entrepreneurship Monitor



2008

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Relatório Executivo

PATROCÍNIO



Curitiba
2009

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL DO GEM

Babson College
Universidad del Desarrollo
Global Entrepreneurship Research Association (Gera)

PROJETO GEM BRASIL

INSTITUIÇÃO EXECUTORA

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)
Carlos Artur Krüger Passos – Diretor-Presidente
Júlio César Felix – Diretor de Operações

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)
Paulo Tarciso Okamoto – Diretor-Presidente
Luiz Carlos Barboza – Diretor Técnico
Carlos Alberto dos Santos – Diretor de Administração e Finanças
Enio Duarte Pinto – Gerente da Unidade de Atendimento Individual

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai/PR)
Rodrigo Costa da Rocha Loures – Presidente do Conselho
João Barreto Lopes – Diretor Regional

Serviço Social da Indústria (Sesi/PR)
Rodrigo Costa da Rocha Loures – Diretor Regional
José Antônio Fares – Diretor-Superintendente

Universidade Positivo
Oriovisto Guimarães – Reitor
José Pio Martins – Vice-Reitor
Luiz Hamilton Berton – Pró-Reitor de Pós-Graduação

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)
Clemente Ivo Juliatto – Reitor

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação e Execução
Carlos Artur Krüger Passos
Júlio César Felix
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Paulo Alberto Bastos Junior
Joana Paula Machado
Rodrigo Gomes Marques Silvestre

Consultoria do Projeto
Marcos Mueller Schlemm

Autores
Carlos Artur Krüger Passos
Cesar Reinaldo Rissete
Denise de Camargo
Joana Paula Machado
Júlio César Felix
Marcelo Xavier Réa
Maria Lucia Figueiredo Gomes de Meza
Paulo Alberto Bastos Junior
Rodrigo Gomes Marques Silvestre
Sieglinde Kindl da Cunha
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Yára Lúcia Mazziotti Bulgacov

Pesquisa de Campo com População Adulta
Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.

Capa
Juliana Scheller – Arte
Carolina Duarte – Diagramação
Flávio Brandão – Fotografia

Revisão e Diagramação
Tomás Eon Barreiros
Maria Júlia Jacubiak

O QUE É O GEM?

Concebido em 1999, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é o maior projeto de pesquisa sobre a atividade empreendedora, cobrindo mais de 60 países consorciados com indiscutível representatividade em termos econômicos (aproximadamente 95% do PIB mundial) e demográficos (mais de dois terços da população mundial).

Os resultados que o GEM proporciona têm repercutido e influenciado de modo positivo na formulação de políticas, programas e ações institucionais que visam a apoiar o desenvolvimento da atividade empreendedora nos países. Essas são consequências indiretas alcançadas pelo projeto a partir de seus objetivos próprios, que consistem em aprofundar constantemente o conhecimento e a compreensão do empreendedorismo por meio da produção e manutenção de dados, informações e indicadores que reflitam e elucidem a realidade empreendedora e os fatores intervenientes nessa dinâmica em cada país de forma comparativa.

O GEM NO BRASIL

O projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no Brasil completou em 2008 nove anos de edição ininterrupta, constituindo-se em um valioso acervo de informações que revelam detalhes sobre o comportamento do empreendedor brasileiro.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), como instituição executora do Projeto GEM Brasil, tem envidado esforços para que a pesquisa ganhe maior reconhecimento de organizações públicas e privadas e tem recebido apoios crescentes. Estão envolvidos no projeto: o Sebrae Nacional, principal promotor da pesquisa, o Sesi/PR, o Senai/PR e a Universidade Positivo, como parceria técnica, os profissionais responsáveis pelas análises técnicas, a equipe técnica do Programa de Empreendedorismo do IBQP e os cidadãos brasileiros, que anualmente recebem os pesquisadores e fornecem as informações que norteiam os rumos do empreendedorismo no país.

EDIÇÃO 2008

A nona edição da pesquisa GEM no Brasil segue sua trajetória, consolidando-se como um dos mais importantes estudos acerca do empreendedorismo no país. Como já foi dito em outras edições, a metodologia da pesquisa se aperfeiçoa a cada ano, e a cada ano um novo olhar para o fenômeno empreendedor é trazido para o relatório. Neste ano, em consonância com o

alinhamento proposto pela coordenação internacional do GEM, o tema Educação e Empreendedorismo mereceu atenção especial. É importante salientar dois novos temas incorporados às análises tradicionais realizadas pela pesquisa GEM no Brasil: o intraempreendedorismo e a absorção da inovação e da tecnologia pela população.

PANORAMA E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O Brasil ocupou a 13^o posição no ranking mundial de empreendedorismo realizado pelo GEM em 2008. A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA)¹ brasileira foi de 12%, o que significa que de cada 100 brasileiros em idade adulta (18 a 64 anos) 12 realizavam alguma atividade empreendedora até o momento da pesquisa. Essa taxa está relativamente próxima da média histórica brasileira, que é de 12,72. Pela primeira vez desde que a pesquisa foi iniciada no Brasil, o país ficou fora do grupo dos dez países com maiores taxas de empreendedorismo. A mudança se deve principalmente à alteração no conjunto de países participantes da pesquisa GEM 2008 e não significa necessariamente uma piora relativa do Brasil. Países como Bolívia, Angola, Macedônia e Egito realizaram a pesquisa GEM pela primeira vez neste ano e ocuparam posições entre os dez países com as maiores taxas de empreendedorismo. A TEA apresentada pelo Brasil em 2008 ficou próxima das taxas obtidas por Uruguai (11,90) e Chile (13,08) e semelhante também à apresentada por Índia (11,49) e México (13,09).

Os países da América Latina e Caribe foram os mais empreendedores na rodada da Pesquisa GEM em 2008. A Bolívia ficou em primeiro lugar, com uma TEA de 29,8%; o Peru ocupou o segundo lugar no ranking, com uma TEA de 25,6%. No outro extremo do ranking, pode-se observar que os últimos lugares foram ocupados por países europeus, com a Bélgica, em último lugar, precedida por Rússia e Alemanha. As informações sobre os cinco

1) **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 (GEM, 2006). 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, e **novos**, cujos negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses. **Empreendedores estabelecidos** são aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses de vida.

países com a maior TEA e os cinco últimos países encontram-se na tabela 1. A diferença na TEA entre o primeiro e o último do ranking da pesquisa GEM 2008 foi de cerca de dez vezes, o que demonstra uma grande heterogeneidade nas condições empreendedoras no mundo (Figura 1).

TABELA 1 – PAÍSES COM MAIORES E MENORES TAXAS DE EMPREENDEDORISMO NO MUNDO

PAÍSES	TEA 2008 (%)	POSIÇÃO (43 países)	ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES
Maiores Taxas			
Bolívia	29,82	1	1.192.000
Peru	25,57	2	4.358.000
Colômbia	24,52	3	6.571.000
Angola	22,71	4	1.342.000
República Dominicana	20,35	5	1.012.000
Média do Grupo	24,59		2.895.000
Menores Taxas			
Dinamarca	4,04	39	138.000
Romênia	3,98	40	583.000
Alemanha	3,77	41	1.950.000
Rússia	3,49	42	3.298.000
Bélgica	2,85	43	167.000
Média do Grupo	3,63		1.227.200

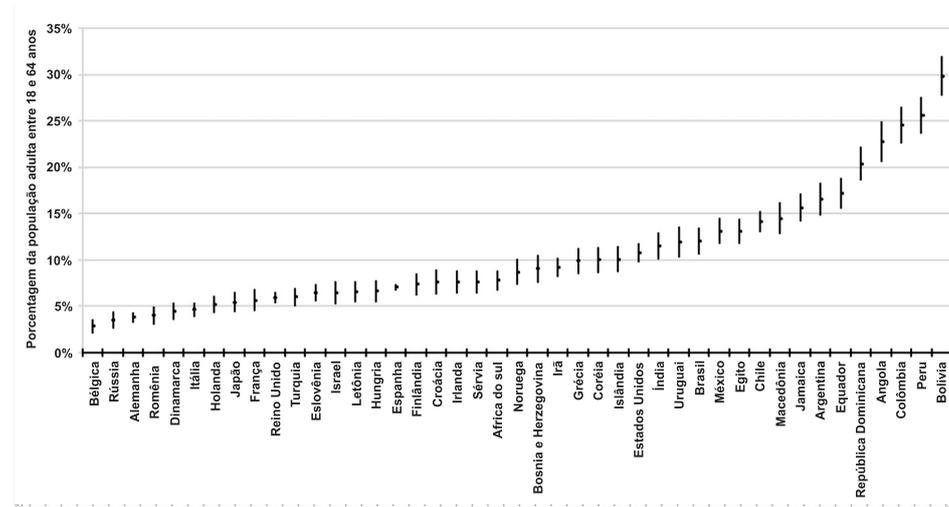
FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Para contextualizar a atividade empreendedora brasileira em âmbito internacional, a equipe GEM Brasil optou por utilizar o G-20 como recorte analítico deste ano. Essa escolha foi motivada pela posição do Brasil como presidente atual do G-20. O G-20 é formado pelos ministros de Finanças e presidentes de Bancos Centrais de 19 países: África do Sul, Alemanha, Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, China, Coreia do Sul, França, Índia, Indonésia, Itália, Japão, México, Rússia, Turquia, Reino Unido e Estados Unidos. A União Européia também é membro, representada pelo presidente rotativo do Conselho da União Européia e pelo presidente do Banco Central Europeu.

Assim, o G-20 congrega importantes países industrializados e emergentes de todas as regiões do mundo. Juntos, os países-membros representam por volta de 90% do produto interno bruto mundial e 80% do comércio internacional (incluindo o comércio interno da UE), assim como dois terços da popula-

ção do mundo. O peso econômico do G-20 e a grande população que representa dão-lhe elevado grau de legitimidade e influência na condução da economia e do sistema financeiro globais. Do ponto de vista da atividade empreendedora, a escolha do G-20 como ponto de análise se dá pela relevância relativa desse grupo no total de empreendedores. Esse grupo representa 81,24% do total de pessoas empreendendo no mundo. A tabela 2 traz as informações sobre os membros do G-20 que participaram da Pesquisa GEM 2008.

FIGURA 1 – EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) POR PAÍSES – 2008



volvimento intermediário, como o Brasil. O G-20 apresenta uma TEA média de 8,4, enquanto a média geral da pesquisa GEM é de 10,5.

A Argentina é o país com a maior TEA entre os integrantes do G-20, com uma taxa de 16,5; em seguida, vem o México, com 13,1. O Brasil é o terceiro país mais empreendedor do grupo. A Rússia é o país com a menor TEA entre todos os membros do G-20.

TABELA 2 – PAÍSES DO G-20 PARTICIPANTES DA PESQUISA GEM

PAÍSES	TEA 2008 (%)	POSIÇÃO (43 países)	ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES
Argentina	16,54	7	4.006.000
México	13,09	11	8.412.000
Brasil	12,02	13	14.644.000
Índia	11,49	15	76.045.000
Estados Unidos	10,76	16	20.546.000
Coréia	9,99	18	3.286.000
Grécia	9,86	19	673.000
África do sul	7,76	23	2.006.000
Turquia	5,96	33	2.705.000
Reino Unido	5,91	34	2.274.000
França	5,64	35	2.221.000
Japão	5,42	36	4.267.000
Itália	4,62	38	1.703.000
Alemanha	3,77	41	1.950.000
Rússia	3,49	42	3.298.000
Países G-20	8,42	...	148.036.000
Países GEM	10,48	...	186.202.000

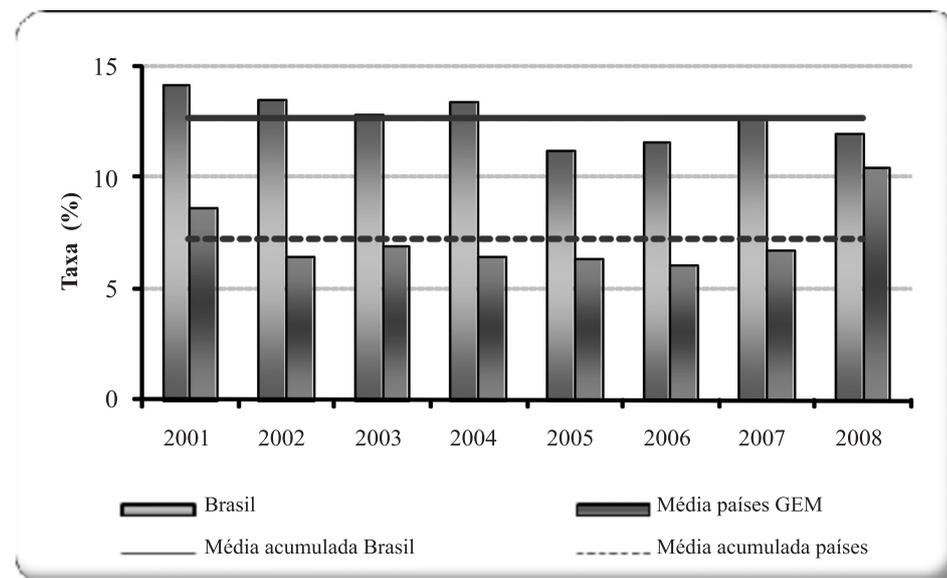
FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Evolução da atividade empreendedora no Brasil

O Brasil continua com uma TEA superior à média dos países observados pela pesquisa GEM, que foi de 10,48%. Ao analisar a média histórica do Brasil em relação à média dos demais países participantes da pesquisa GEM, a TEA média brasileira de 2001 a 2008 é de 12,72%, contra uma TEA média de apenas 7,25%. Isso reforça que o Brasil é um país de alta capacidade em-

preendedora e que na média entre 2001 e 2008 o brasileiro é 75,6% mais empreendedor que os outros.

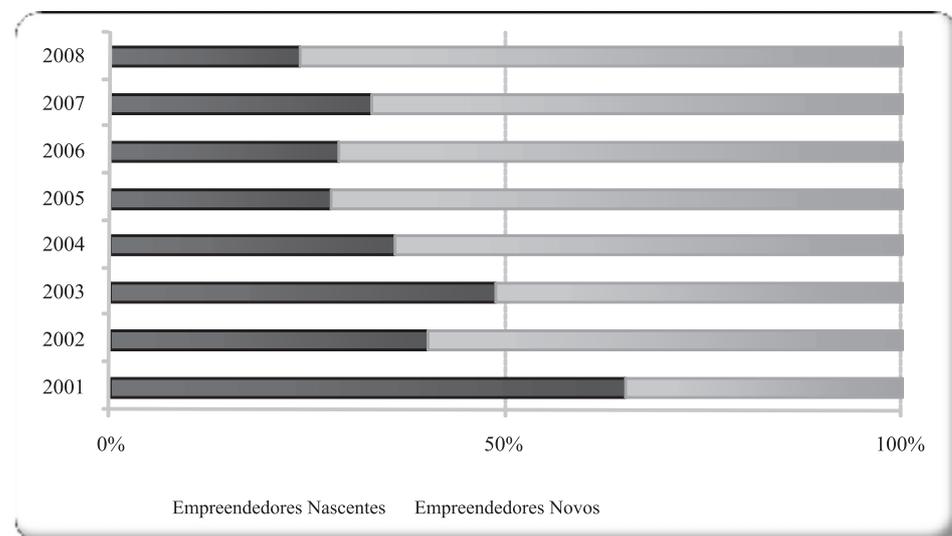
FIGURA 2 – EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) BRASILEIRA EM COMPARAÇÃO COM A MÉDIA DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM DE 2001 A 2008



FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Ao longo dos últimos oito anos, a economia brasileira apresentou estabilidade macroeconômica, o que se propaga para todo o sistema econômico produtivo brasileiro. Essa melhora é constatada pela participação dos empreendimentos nascentes no empreendedorismo brasileiro. No período de 2001 a 2008, observou-se uma inversão na proporção entre os empreendedores nascentes com relação aos empreendedores novos, conforme a figura 3. Em 2001, o Brasil tinha 65% de empreendedores nascentes para 35% de empreendedores novos, e em 2008 tem 24% de empreendedores nascentes para 76% de empreendedores novos. Nesse sentido, a atividade empreendedora demonstra um aumento do tempo de duração que auxilia significativamente o conjunto da economia tanto do ponto de vista da atividade como do da renda.

FIGURA 3 – EVOLUÇÃO DAS PROPORÇÕES DE EMPREENDEDORES INICIAIS, EMPREENDEDORES NASCENTES E EMPREENDEDORES NOVOS DO BRASIL DE 2001 A 2008



FONTE: Pesquisa GEM 2001 a 2008.

A motivação para iniciar uma atividade empreendedora é um dos temas relevantes para a pesquisa GEM, principalmente para se conhecer melhor a natureza do empreendedorismo em países em desenvolvimento. A taxa de empreendedorismo por oportunidade reflete o “lado positivo” da atividade empreendedora nos países. Essa porção de empreendedores é aquela que iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender. Os cinco países com maiores e menores taxas de empreendedorismo por oportunidade estão na tabela 3.

O outro extremo da atividade empreendedora é aquele em que as pessoas empreendem diante de uma necessidade. Nesse caso, há o empreendedorismo como “ferramenta para o desenvolvimento”. Pode-se notar também que, nesse quesito, os países mais desenvolvidos não chegam a ter um habitante em cada 100 que tenham iniciado alguma atividade empreendedora por necessidade. Os cinco países com as maiores taxas de empreendedorismo por necessidade e os cinco com menores taxas encontram-se sumarizados na tabela 4.

TABELA 3 – TAXA DE EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE

PAÍSES	Taxa por Oportunidade (%)	POSIÇÃO (43 países)	ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES
Maiores Taxas			
Bolívia	20,95	1	837.000
Peru	17,01	2	2.899.000
República Dominicana	14,04	3	698.000
Colômbia	13,89	4	3.723.000
Equador	12,12	5	957.000
Menores Taxas			
Alemanha	2,69	39	1.391.000
Dinamarca	2,63	40	90.000
Rússia	2,51	41	2.372.000
Bélgica	2,37	42	139.000
Romênia	2,12	43	311.000

FONTE: Pesquisa GEM 2008.

TABELA 4 – TAXA DE EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE

PAÍSES	Taxa por Necessidade (%)	POSIÇÃO (43 países)	ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES
Maiores Taxas			
Colômbia	10,15	1	2.720.000
Bolívia	8,59	2	343.000
Peru	8,02	3	1.367.000
Angola	7,99	4	472.000
Jamaica	7,28	5	97.000
Menores Taxas			
França	0,57	39	224.000
Islândia	0,54	40	1.000
Holanda	0,46	41	49.000
Bélgica	0,26	42	15.000
Dinamarca	0,21	43	7.000

FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Merece destaque o fato de que pela primeira vez na série de pesquisas GEM o Brasil atinge a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade, fato a ser comemorado como o primeiro degrau de uma longa escada de desenvolvimento. Essa caminhada conduz a que o Brasil atinja razões como as observadas nos Estados Unidos (6,86 empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade).

de) ou na França, que apresenta a maior proporção entre os integrantes do G-20, 8,35 empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade.

Considerando-se apenas os empreendedores que buscaram iniciar sua atividade para obter maior independência ou aumento de renda, a chamada Oportunidade Genuína, a proporção desse tipo de motivação para o caso brasileiro subiu de 38,5% em 2007 para 45,8% em 2008, o que representa um aumento de 18,96%. Essa motivação é certamente aquela mais desejada pelos planejadores públicos e responsáveis pelo fomento à atividade empreendedora.

Característica dos empreendimentos

Dois aspectos básicos serão analisados neste tópico: o **potencial tecnológico** dos empreendimentos, que combina conhecimento do produto por parte dos consumidores com a idade da tecnologia utilizada, e o **poder de mercado**, combinando quantidade de concorrentes e expectativa de exportação².

As duas categorias citadas serão analisadas comparando-se as condições do Brasil em relação aos países da América Latina participantes do GEM 2008 e um grupo de países formado por Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul (BRICS³), países emergentes que hoje competem no mercado internacional.

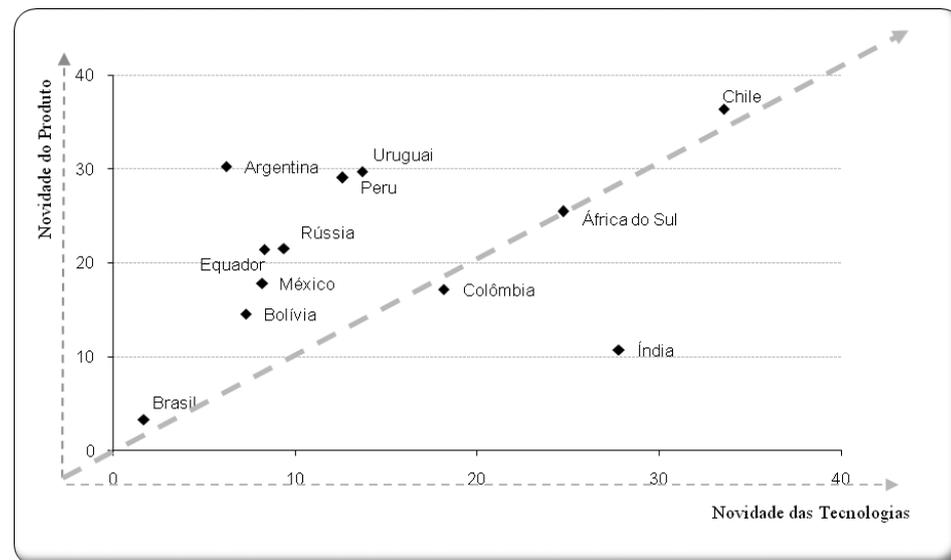
Entre os países que realizaram a pesquisa GEM em 2008, o Brasil apresenta-se com uma das mais baixas taxas de lançamento de produtos novos (desconhecidos para o consumidor) e de uso de tecnologias disponíveis há menos de um ano no mercado. Somente 3,3% dos empreendedores afirmam que seus produtos serão considerados novos ou desconhecidos por todos aqueles que serão seus consumidores, evidenciando assim um traço marcante nos empreendimentos iniciais brasileiros, ou seja, eles não representam a introdução de novidades nos mercados em que atuam, e não oferecem aos consumidores algo diferenciado. Merece destaque o fato de que os empreendedores iniciais dos países da América Latina (Chile, Argentina, Uruguai e Peru) estão entre os que mais acreditam que seus produtos serão considerados desconhecidos para os consumidores: 36,4% dos empreendedores chilenos, 30% dos argentinos e uruguaios e 29% dos peruanos (figura 4).

Com relação aos países do BRIS, a Rússia e a África do Sul apresentam taxas de lançamento de produtos novos para todos os consumidores acima de 20%, estando também entre as dez primeiras posições nesse ranking, considerando-se todos os países pesquisados pelo GEM 2008. Somente a Índia, entre os países selecionados, apresenta baixa participação de produtos novos lançados no mercado (10%), embora a proporção seja bem superior à do Brasil (3%).

O Brasil também apresenta a mais baixa proporção de uso de tecnologias

novas em relação aos países selecionados (figura 4): somente 1,7% dos empreendimentos iniciais usam tecnologias disponíveis há menos de um ano. Os países da América Latina que se destacam com as maiores taxas de uso de novas tecnologias são o Chile e a Colômbia com respectivamente 33% e 18% dos empreendimentos iniciais. Nos países do BRIS, a Índia apresenta uma proporção de 28%, e a África do Sul, 25% de empreendimentos que usam tecnologias novas.

FIGURA 4 – POTENCIAL TECNOLÓGICO DOS EMPREENDIMENTOS EM PAÍSES SELECIONADOS



FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Vale destacar que o eixo Novidade de Produto representa o percentual entre os empreendedores iniciais que afirmam que os produtos do seu empreendimento serão considerados desconhecidos por todos seus potenciais consumidores. Ou seja, quanto menor essa taxa, menos os produtos serão

2) Cabe destacar que, pelo fato de a metodologia GEM realizar pesquisa domiciliar junto à população adulta, os resultados obtidos para essas variáveis são a expressão das percepções e expectativas dos indivíduos pesquisados e classificados como empreendedores. Não constituem, portanto, dados objetivos da realidade dos empreendimentos.

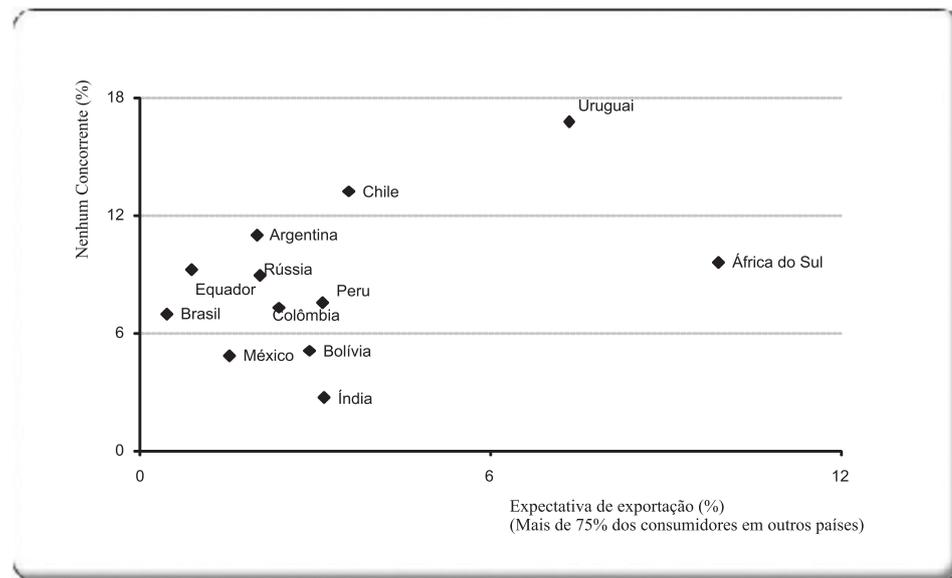
3) No ciclo 2008 da Pesquisa GEM, a China não participou; assim, as análises ficam restritas aos outros quatro países: Brasil, Rússia, Índia e África do Sul, grupo doravante chamado aqui de BRIS.

considerados uma novidade para os clientes. O eixo Novidade da Tecnologia refere-se ao percentual de empreendedores que afirmam utilizar tecnologias ou processos disponíveis há menos de um ano no mercado.

No que se refere ao **poder de mercado** dos empreendimentos, percebe-se na figura 5 que a maioria dos países analisados possui empreendedores em estágio inicial que afirmam que seus empreendimentos estarão inseridos em ambientes de concorrência intensa, ou seja, é baixa a proporção dos empreendedores que respondem “nenhum” quando são questionados quanto à quantidade de concorrentes que possuem ou possuirão. Nesse quesito, o Uruguai se destaca, pois quase 17% dos empreendedores uruguaios afirmam que seus empreendimentos não possuem concorrentes. No Brasil, essa proporção é de aproximadamente 7%.

O Brasil é o país cujos empreendimentos têm menor expectativa de exportação (0,5% dos empreendimentos são criados com a expectativa de que mais de 75% dos consumidores sejam provenientes do mercado externo). Dentre os países analisados, a África do Sul é o que possui empreendimentos com maior expectativa de exportação: praticamente 10% esperam que mais de 75% dos consumidores estejam baseados em uma inserção comercial externa.

FIGURA 5 – POTENCIAL DE MERCADO DOS PAÍSES SELECIONADOS EM 2008



FONTE: GEM 2008.

Ao se fazer uma análise geral das características dos empreendimentos brasileiros em relação a lançamento de novos produtos no mercado, quantidade de concorrentes, idade das tecnologias e processo e expectativa de exportação e criação de empregos, criou-se a seguinte classificação: empreendedores não-inovadores, empreendedores que apresentam capacidade de inovação intermediária e empreendedores inovadores (quadro 1). O quadro também apresenta as proporções de cada uma das categorias em todas as características analisadas, de onde é possível depreender que em qualquer das características consideradas a presença de empreendedores inovadores é minoritária.

QUADRO 1 – EMPREENDEDORES BRASILEIROS SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DE INOVAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

Característica do Empreendimento	Potencial Empreendedor (%)		
	Não Inovador	Capacidade de Inovação Intermediária	Inovadores
Conhecimento do produto	Ninguém considera novo 83,5	Novo para alguns 13,1	Novo para todos 3,4
Quantidade de concorrentes	Muitos concorrentes 65,0	Poucos concorrentes 27,8	Nenhum concorrente 7,2
Idade das tecnologias e processos	Mais de 5 anos 85,7	De 1 a 5 anos 12,7	Menos de um ano 1,7
Expectativa de exportação	Nenhum consumidor externo 84,8	Ter até 50% dos consumidores externos 14,7	Ter mais de 50% dos consumidores externos 0,4
Criação de emprego	Até 5 empregos 78,3	De 5 a 20 empregos 13,8	Mais de 20 empregos 7,9

FONTE: Metodologia GEM.

Financiamento do empreendedorismo no Brasil

Os empreendedores brasileiros em 2008 apresentaram um sensível crescimento na utilização de recursos financeiros para abertura de seus empreendimentos. O valor médio registrado foi de R\$ 29.000,00, praticamente o dobro da média registrada no período de 2002 a 2007.

Chama a atenção no ciclo 2008 da pesquisa GEM que um quarto dos empreendedores afirmaram que a quantia necessária para iniciar seus negócios era superior a R\$ 30.000,00. No período de 2002 a 2007, essa proporção não ultrapassa os 16% e em 2007 não atinge os 14% (tabela 5).

TABELA 5 – RECURSOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR UM NEGÓCIO – EMPREENDEDORES NASCENTES

Valor	Empreendedores Nascentes Proporção(%)						
	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Menos de R\$ 2.000	12,5	19,7	21,8	21,2	30,0	18,0	6,9
De R\$ 2.000 a R\$ 10.000	40,0	40,9	41,8	36,4	34,0	57,3	42,5
De R\$ 10.001 a R\$ 20.000	22,5	21,2	18,2	19,7	15,3	11,2	16,1
De R\$ 20.001 a R\$ 30.000	0,0	4,5	9,1	6,1	10,7	3,4	3,4
Mais de R\$ 30.000	25,0	13,6	9,1	16,7	10,0	10,1	31,0

FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Os empreendedores nascentes também são inquiridos quanto à origem dos recursos. Pouco mais da metade deles (51,4%) afirmam que a totalidade dos recursos provém do próprio empreendedor. No que tange ao montante investido, o empreendedor emprega em média R\$ 17.000,00, valor muito superior ao registrado nos anos anteriores (2002-2007) em que a média de recursos investidos foi de R\$ 8.500,00.

Em 2008, o empreendedor se mostrou muito mais otimista com a perspectiva de retorno do seu investimento do que em anos anteriores. 34% dos empreendedores nascentes acreditam que no prazo de dez anos obterão como retorno 20 vezes o valor investido. Em 2007, esse percentual era de 12,5% e em 2006, 21,6%.

Mercado: absorção de inovação

Neste ano, os pesquisadores do IBQP apresentam, pela primeira vez, informações quanto às preferências de consumo da população brasileira por novos produtos e serviços. Foram coletadas informações em 2007 para saber se os indivíduos comprarão produtos ou serviços novos no mercado, se eles experimentarão pela primeira vez produtos ou serviços

que usam novas tecnologias e se em sua percepção produtos ou serviços novos melhorarão sua vida. A investigação apresentou aos entrevistados afirmações referentes a cada uma das informações acima, e foi solicitado que cada pessoa dissesse o quanto concorda ou discorda com elas.

A tabela 6 traz uma comparação entre o perfil dos empreendedores e dos não-empreendedores na população brasileira.

TABELA 6 – ABSORÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES SEGUNDO RESPONDENTES – BRASIL – 2007

RESPOSTAS	Comprará produtos ou serviços que são novos no mercado			Experimentará pela primeira vez produtos ou serviços que usam novas tecnologias			Produtos ou serviços novos melhorarão sua vida		
	Não Empreendedores	Empreendedores		Não Empreendedores	Empreendedores		Não Empreendedores	Empreendedores	
		Iniciais	Estabelecidos		Iniciais	Estabelecidos		Iniciais	Estabelecidos
Concordo totalmente	33,0	54,8	39,9	36,0	52,5	41,5	37,7	60,3	42,0
Concordo parcialmente	30,7	23,4	29,0	31,1	25,8	31,7	27,9	24,4	26,7
Nem concordo e nem discordo	13,5	5,0	6,0	14,0	7,1	5,5	17,1	5,6	10,8
Discordo parcialmente	7,6	6,3	7,1	6,8	4,2	4,4	6,3	4,3	8,0
Discordo totalmente	15,1	10,5	18,0	12,2	10,4	16,9	11,0	5,6	12,5

FONTE: Pesquisa GEM 2007.

É interessante perceber que a proporção de indivíduos que consideram que novos produtos e serviços podem melhorar suas vidas é maior do que a proporção de pessoas que estão dispostas a experimentar os mesmos. Por sua vez, a proporção de brasileiros dispostos a efetivamente adquirir novos produtos e serviços é menor do que as duas citadas anteriormente. Isso é condizente com o perfil dos brasileiros no que concerne ao comportamento inovador, ou seja, embora uma boa parcela da população identifique a importância de novos produtos e serviços, nem sempre se move rapidamente para absorvê-los. Há uma porção significativa dos indivíduos que esperam para observar os resultados da adoção das inovações sobre os primeiros adotantes e só depois efetivamente adotam os novos produtos e serviços.

Intraempreendedorismo

A ação de estimular empregados a se envolverem em atividades de inovação na organização é conhecida como empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo. Nesta pesquisa, compreende-se como intraem-

preendedor a pessoa que, nos últimos dois anos, se envolveu com novas atividades empresariais, tais como geração de novos produtos e/ou serviços e participação na criação de novos estabelecimentos e/ou filiais para entrar em novos mercados e novas combinações de produto-mercado. O desenvolvimento de novas atividades empresariais, por sua vez, reúne duas etapas fundamentais: a de desenvolvimento de ideias, que inclui, por exemplo, busca de informação, discussão sobre a nova atividade empresarial e submissão de novas ideias próprias para a gerência. A segunda etapa refere-se ao planejamento e exploração, que reúne, por exemplo, a promoção de uma nova ideia própria, o preparo de um plano de negócios, marketing ou a busca por fontes de financiamentos e a organização de uma equipe de trabalho. Portanto, considera-se intraempreendedor, nesta pesquisa, a pessoa empregada em tempo integral que se envolveu como líder em ambas as etapas de desenvolvimento de novas atividades empresariais. Tudo isso considerado, pode-se dizer que, de acordo com os dados da pesquisa GEM 2008, 0,6% dos brasileiros adultos desenvolveram atividades que lhes permitiram ser classificados como intraempreendedores.

Características do empreendedor

Com o intuito de revelar um pouco mais as particularidades desse segmento da população empreendedora, optou-se por priorizar apenas as atividades empreendedoras iniciais, tanto do jovem como do adulto de meia-idade empreendedor.

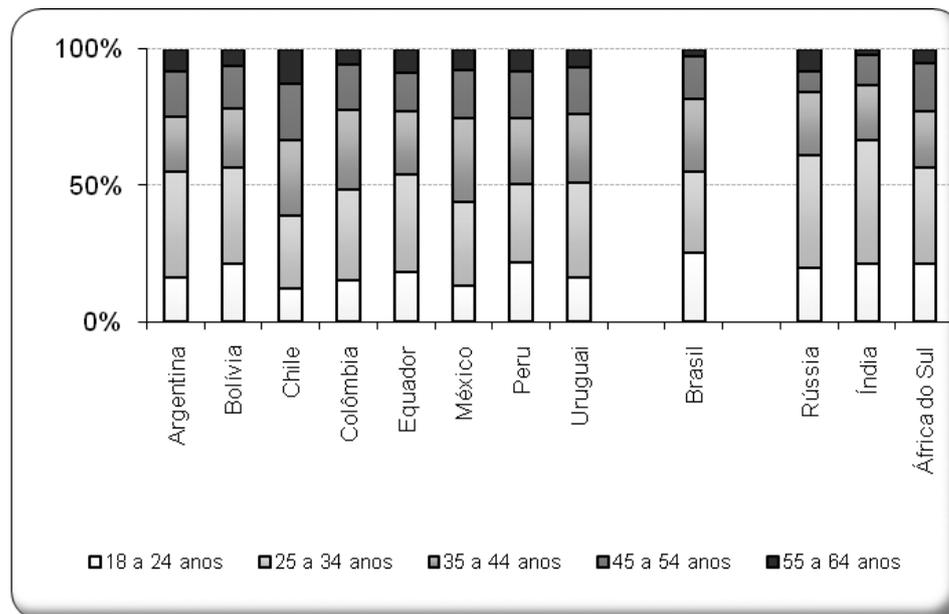
O Brasil ocupa a terceira posição no ranking mundial em termos de participação de jovens empreendedores (25%), sendo superado somente pelo Irã (29%) e pela Jamaica (28%). Observa-se que, nos países selecionados, tanto os da América Latina como os do BRIS se destacam pela forte participação do jovem no empreendedorismo, mas com participações inferiores à do Brasil (figura 6).

Por outro lado, o Brasil possui um dos menores índices de participação do adulto de meia-idade (55-64 anos) no empreendedorismo (3%), colocando-se na quadragésima posição entre os 42 países analisados. Em relação à América Latina, o Chile, onde 13% dos empreendedores situam-se nessa faixa etária, tem a quarta posição nesse ranking. Outra informação importante é que a Índia é o país que tem a menor participação desse grupo em sua dinâmica empreendedora (2%).

Em relação ao jovem, a taxa de empreendedorismo em 2008 foi de 15%, superior à média 2001-2008, (11,9%), representando aproximadamente

um quarto dos empreendedores brasileiros. A taxa de empreendedorismo na faixa etária de 55 a 64 anos em 2008 é de 3%, inferior à média do período 2001-2008 (5,5%). O adulto de meia-idade, que em 2001 representava 10,5% dos empreendedores brasileiros, hoje representa somente 3,4% (figura 7).

FIGURA 6 – EMPREENDEDORES INICIAIS NOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA E BRIS POR FAIXA ETÁRIA EM 2008



FONTE: Pesquisa GEM 2008.

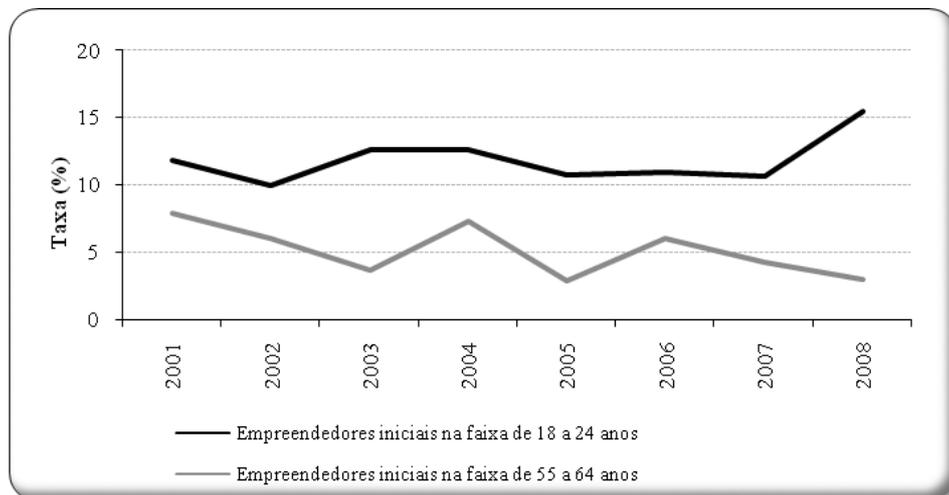
Descontinuidade

Um importante elemento para se analisar a dinâmica empreendedora de um país é a taxa de descontinuidade dos empreendimentos. Essa taxa é expressa pelo percentual da população adulta que responde afirmativamente o seguinte questionamento: “Nos últimos 12 meses, você vendeu, encerrou, deixou algum negócio do qual era proprietário?”

Em 2008, verificou-se uma redução significativa na taxa de pessoas que descontinuaram sua participação em algum empreendimento, quando comparada com o valor obtido em 2007, passando de 6,5% naquele ano para 3,5% em 2008.

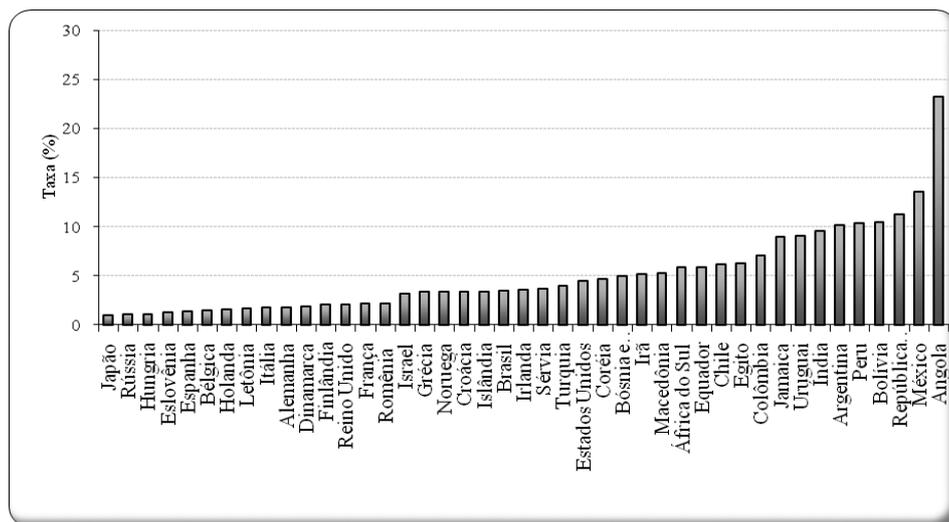
No ranking da taxa de descontinuidade, o Brasil ocupa a 23ª posição em 2008 (figura 8), contrastando com a 9ª colocação obtida em 2007.

FIGURA 7 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS POR FAIXA ETÁRIA DE 2001 A 2008



FONTE: Pesquisa GEM 2008.

FIGURA 8 – DESCONTINUIDADE DOS NEGÓCIOS, POR PAÍSES – 2008



FONTE: Pesquisa GEM 2008.

É importante destacar ainda que, em quase 40% dos casos em que o empreendedor encerra uma atividade empreendedora, o empreendimento

continua ativo após a saída do empreendedor, não se configurando, portanto, a mortalidade do empreendimento.

Com relação aos motivos que levam o indivíduo a descontinuar um empreendimento, como em 2007, aparecem de forma destacada os problemas de ordem financeira relacionados ao empreendimento (baixa lucratividade e pouca obtenção de recursos), embora em 2008 tenha havido uma diminuição na incidência do motivo “lucratividade”, de aproximadamente 40% em 2007 para menos de 25% em 2008.

É interessante notar ainda, o aumento na incidência do motivo “outro trabalho”, alcançando quase 14% das menções. Esse fato corrobora os dados oficiais que apontaram um bom desempenho na geração de postos de trabalhos formais no Brasil no período em questão.

Características da rede de relacionamento (network) no empreendedorismo brasileiro

A ênfase deste item analítico é a obtenção de conhecimento acerca de quem os empreendedores brasileiros “ouvem” no transcurso de sua atividade empreendedora, mais especificamente ao longo dos últimos 12 meses. Evidentemente, quando a questão é posta aos empreendedores nascentes, a resposta que se obtém indica em quem esse empreendedor foi buscar subsídios de informação e orientação para a abertura de seu empreendimento.

Com relação ao estágio do empreendimento, nota-se (tabela 7) que o empreendedor nascente é muito mais ávido por aconselhamento que o empreendedor novo ou estabelecido.

Ainda que a busca por orientação esteja mais presente entre os empreendedores nascentes, vale destacar que o “alvo” da busca por orientação ainda é concentrado em orientadores “não-profissionais”, ou seja, parentes, amigos e cônjuges, além de outras pessoas nas quais são identificadas experiências empresariais compatíveis com as necessidades dos empreendimentos que se desejam criar. Pode-se considerar diminuta a procura por entidades que prestam serviço de orientação para negócios, em torno de 16% para os empreendedores nascentes, menos de 4% para os novos e pouco mais de 5% entre os estabelecidos.

Educação e treinamento

O objetivo deste tópico é avaliar o papel da educação e do treinamento na capacitação do empreendedor. Para tanto, analisam-se o sistema educacional, em todos os níveis de ensino, e a infraestrutura de órgãos públicos e

privados, independente do sistema de educação formal, como mecanismos facilitadores ou limitadores das atividades empreendedoras, particularmente nos países de potencial crescimento econômico, os do BRIS, por apresentaram expressivas oportunidades para novos negócios.

TABELA 7 – REDE DE RELACIONAMENTO SEGUNDO ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES NO BRASIL – 2008

Aconselhou-se com:	ESTÁGIO (%) ¹			
	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos
	Nascente	Novo	Total (TEA)	
Amigos	52,6	54,4	53,6	48,4
Outros familiares ou parentes	40,4	49,5	47,7	46,2
Seu cônjuge ou parceiro	50,9	40,2	42,2	41,9
Seus pais	36,8	37,5	37,1	28,3
Um fornecedor	26,3	18,5	29,5	18,6
Um cliente	38,6	27,2	29,5	26,6
Alguém com experiência no que você faz	50,9	20,1	26,6	20,8
Alguém com muita experiência em negócios	47,4	17,9	24,9	20,1
Colegas do trabalho atual	38,6	19,6	23,6	23,7
Alguém que está iniciando um negócio	33,3	9,8	15,2	7,5
Antigo colega de trabalho	22,8	12,0	14,4	14,3
Um contador	21,1	8,2	11,0	11,5
Um possível investidor	28,1	5,4	10,6	5,4
Um antigo chefe	10,5	8,2	8,9	5,8
Um chefe atual	12,3	6,5	8,0	3,2
Uma empresa com a qual você colabora	10,5	6,5	7,2	6,8
Um serviço de orientação para negócios	15,8	3,8	6,8	5,4
Um banco	12,3	3,3	5,1	5,7
Alguém de outro país	14,0	1,6	4,2	3,2
Um advogado	3,5	4,9	4,2	5,7
Um pesquisador ou inventor	8,8	2,2	3,8	4,3
Uma empresa com que você compete	8,8	1,6	3,0	1,8

Nota 1: Os percentuais presentes no quadro representam a proporção de empreendedores que respondem positivamente quanto ao aconselhamento efetivamente obtido junto a cada um dos itens apresentados.

FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Os dados da pesquisa GEM Brasil 2008 mostram que – apesar de o empreendedorismo ser tema de interesse nos âmbitos empresariais, políticos e acadêmicos em função de sua importância para o desenvolvimento econômico de um país – grande parte dos empreendedores nacionais, o equivalente a 90%, não participou de atividades relacionadas à abertura de negócios em qualquer tempo, seja ao longo de sua formação educacional formal, nos níveis de ensino fundamental, médio e superior, seja por meio de participação em atividades dessa natureza em modalidades educacionais diversas (inde-

pendentes da educação formal). Quando considerados os não-empreendedores, esse percentual sobe para 94%.

Em função da recente inserção do ensino do empreendedorismo nas instituições educacionais do país, a maioria dos empreendedores brasileiros buscou outros tipos de organizações para desenvolver as competências empreendedoras necessárias ao seu ofício. Dentre as alternativas mais procuradas, estiveram as associações empresariais, tais como as associações comerciais, câmaras de comércio, federações de indústrias, Sebrae, Senac, Senai e Sesc, dentre outras. Esse cenário mostra a tardia e morosa capacidade das instituições educacionais nacionais de adaptarem seus currículos às novas necessidades do mercado de trabalho.

Na pequena parcela da população (7%) que em algum momento participou de atividades relacionadas à abertura de negócios, percebe-se que organizações externas à esfera governamental foram as mais procuradas (tabela 8).

TABELA 8 – PARTICIPAÇÃO EM ATIVIDADES RELACIONADAS À ABERTURA DE NEGÓCIOS OFERECIDAS POR OUTRAS ORGANIZAÇÕES NÃO-EDUCACIONAIS

ATIVIDADES RELACIONADAS À ABERTURA DE NEGÓCIOS	Participação (em %)
Associação empresarial	68,8
Agência Governamental	16,9
Empregador atual ou anterior	15,2

FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Demais alternativas de capacitação para desenvolver atividades empreendedoras que foram declaradas pelos empreendedores brasileiros incluem a aprendizagem informal desenvolvida no tempo livre, como, por exemplo, por meio da leitura de livros ou material disponibilizado na internet (34,1%), ou outra fonte de educação e treinamento (5,3%).

A educação à distância ainda constitui opção pouco explorada para a capacitação e treinamento, correspondendo a apenas 8% dos pesquisados.