

Realização



Global Entrepreneurship Monitor



# Empreendedorismo no Brasil

Patrocínio



*Serviço Brasileiro de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas*



# 2010

*Qualidade e Produtividade*

Embora os dados utilizados neste trabalho tenham sido coletados pelo Consórcio GEM, suas análises e interpretações são de responsabilidade exclusiva dos autores.

A permissão para reproduzir seções do GEM 2010 Global Executive Report, que compõem este relatório, foi gentilmente cedida pelos detentores dos direitos autorais. O GEM é um consórcio internacional e este relatório foi produzido a partir de dados provenientes de 59 países no ciclo 2010 da pesquisa. Nosso agradecimento especial aos autores, pesquisadores, organismos financiadores e outros colaboradores que fizeram com que isso fosse possível.

Depósito legal junto à Biblioteca Nacional,

conforme Lei n.º 10.994, de 14 de dezembro de 2004

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

E55 Empreendedorismo no Brasil: 2010 / Simara Maria de Souza Silveira Greco et al. Curitiba : IBQP, 2010.  
286 p.  
ISBN: 978-85-87466-14-5

I. Empreendedorismo Brasil. I. Greco, Simara Maria de Souza Silveira. II. Friedlaender Junior, Romeu Herbert. III. Duarte, Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia. IV. Rissete, César Reinaldo. V. Felix, Júlio César. VI. Macedo, Mariano de Matos. VII. Paladino, Gina. VIII. Título

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

## **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)**

Eduardo Camargo Righi – Diretor Presidente

Maurício Fernando Cunha Smijtink – Diretor Executivo

### **INSTITUIÇÕES PARCEIRAS:**

#### **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)**

Roberto Simões – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho – Diretor Presidente

Carlos Alberto dos Santos – Diretor Técnico

José Claudio dos Santos – Diretor de Administração e Finanças

Enio Duarte Pinto – Gerente da Unidade de Atendimento Individual

Maria Del Carmen Martin y Tomé Stepanenko – Coordenadora de Parcerias

#### **Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI/PR)**

Rodrigo Costa da Rocha Loures – Presidente do Conselho Regional  
SENAI/PR

João Barreto Lopes – Diretor Regional

#### **Serviço Social da Indústria (SESI/PR)**

Rodrigo Costa da Rocha Loures – Diretor Regional SESI/PR

José Antonio Fares – Diretor Superintendente

#### **Universidade Federal do Paraná (UFPR)**

Zaki Akel Sobrinho – Reitor

Sergio Scheer – Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação

## **EQUIPE TÉCNICA**

### **Coordenação**

Simara Maria de Souza Silveira Greco  
Romeu Herbert Friedlaender Junior  
Mario Tamada Neto

### **Pesquisadores e analistas**

Simara Maria de Souza Silveira Greco  
Romeu Herbert Friedlaender Junior  
Paulo Alberto Bastos Junior  
Mario Tamada Neto  
Joana Paula Machado  
Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte  
Cleonice Bastos Pompermayer  
César Reinaldo Rissete  
Ariane Marcela Côrtes

### **Autores de Tópicos Especiais**

Gina Paladino  
Júlio César Felix  
Mariano de Matos Macedo

### **Revisão**

Vanderlei Moroz  
Júlio César Felix  
Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte

### **Pesquisa de Campo com População Adulta**

Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.

## **Pesquisa de Campo com Especialistas Nacionais em Empreendedorismo**

### **Entrevistadores**

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Evânio do Nascimento Felipe

Romeu Herbert Friedlaender Junior

Ariane Marcela Côrtes

Paulo Alberto Bastos Junior

## **Pesquisa de Campo com Especialistas Nacionais em Empreendedorismo**

### **Entrevistados**

Adelmir Santana	Senador da República Presidente do Conselho Deliberativo Nacional do Sebrae Presidente da Fecomércio/DF, Sesc/DF e Senac/DF
Afonso Cozzi	Núcleo de Empreendedorismo Professor e Coordenador Fundação Dom Cabral
Alceni Guerra	Deputado Federal Câmara dos Deputados – Brasília
Alexsandro Vanin	Jornalista, Universidade Federal de Santa Catarina Editor-executivo Revista Empreendedor / Editora Empreendedor

Aline Regina Santos	Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis Coordenadora do Núcleo de Pesquisa e Prática em Administração Complexo de Ensino Superior de Santa Catarina - CESUSC
Antonio Tadeu Pagliuso	MBA, Fundação Getúlio Vargas e University of California, Irvine Sócio Diretor HOLUS Gestão Empresarial e Educacional Ltda.
Carla Bottino	Doutora em Psicologia Clínica pela PUC-Rio. Psicóloga, terapeuta de família. Professora na PUC-Rio .
Claudio Ferreira da Silva	Msc. em Ciência Política Especialista em Cooperação Industrial Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI)
Claudio Marlus Skora	Mestre, Universidade Federal do Paraná Diretor Geral Faculdade de Ciências Sociais de Florianópolis - FCSF/CESUSC
Enio Duarte Pinto	Gerente Unidade de Atendimento Individual SEBRAE Nacional
Gilson Fonseca	PhD, Consultor de Tecnologia e Negócios Gerencia de Tecnologia Industrial – SENAI Sistema Federação das Industrias do Estado do Paraná
Gircilene Gilca de Castro	Bacharel, Universidade Helio Alonso - Rio de Janeiro, RJ Presidente GSA Soluções em Alimentação Ltda.

Gláucia Maria Vasconcelos Vale	Doutora, UFLA Membro, Programa de Pós Graduação em Administração/ PUC Minas e Fundação Dom Cabral
Gustavo Rabelo	Executivo de Relações Governamentais IBM
Hazime Sato	Engenheiro, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo - Brasil Consultant and Councillor - IMT Instituto Mauá de Tecnologia - São Paulo, Brasil.
Hong Yuh Ching	Prof Dr Hong Yuh Ching Coordenador do Curso de Administração do Centro Universitário da FEI
João Marcos Varella	Psicólogo, PUCSP Consultor de Empreendedorismo Fundamenta Psicologia Ltda
João Paulo Garcia Leal	Mestre em Economia, UNICAMP. Sócio da EDAP - Edgard Pereira & Associados.
José Humberto Mauricio de Lira	MBA - IBMEC CURITIBA COORDENADOR-PNMPO/MTE Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado Ministério do Trabalho e Emprego
Karl Heinz Klauser	Diretor Impacta Tecnologia
Leandro Carioni	Marketing Certificate UC Berkeley CEO Entrepreneurship Innovation Center CERTI Foundation
Luiz Carlos Floriani	Presidente AMCRED/SC – Assoc. Orgs.de Microcrédito de SC

Luiz Fernando Garcia	Administrador de empresas Fundador da Body Plus e da Render Capacitação
Marcus Rizzo	Franchising Specialist Rizzo Franchise Venture Capital Economista
Maria Luisa Campos Machado Leal	Diretora da Agencia Brasileira de Desenvolvimento Industrial.
Maure Roder Pessanha	Diretora do Centro de Formações em Negócios Sociais Artemisia Brasil
Newton Pereira	Innovation Management Expert, Unicamp, São Paulo Technology & Innovation Management Director Siemens Brazil
Paola Tucunduva	Administração de Empresa, EAESP-Fundação Getulio Vargas, SP Diretora da Evolution Training Apresentadora do Programa Alma do Negócio
Regina Maria Joppert Lopes	MBA, ISAE/FGV, Curitiba Coordenadora Centro de Inovação Empresarial – Brasil
Renata Alves	Jornalista, UNESP, São Paulo CEO Grupo GF de Comunicação
Rodrigo Telles	Diretor Geral Endeavor Brasil
Rommel Barion	Presidente Barion Indústria e Comércio de Alimentos S.A Colombo/PR - Brasil
Ronaldo Duschenes	Arquiteto e Designer Presidente do Conselho Administrativo Flexiv, Móveis para Escritório

Rose Mary Almeida Lopes	DRA, Universidade de São Paulo, São Paulo Professora ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing FAAP - Fundação Armando Álvares Penteado
Sergio Lozinsky	Consultor em gestão de negócios e tecnologia, autor do livro Implementando Empreende- dorismo na sua Empresa
Vanessa Ishikawa Rasoto	Administradora, Mestre em Administração e Doutora em Engenharia de Produção Diretora da Agência de Inovação da UTFPR

### **Editoração**

Fabiane Solarewicz de Lima

Mario Tamada Neto

### **Capa**

Fabiane Solarewicz de Lima

Gabrielle Velloso Portes

Isabelle Velloso Portes

### **Gráfica**

Universidade Federal do Paraná - UFPR



**Sumário**

Lista de Quadros:	13
Lista de Figuras	18
Agradecimentos	21
Apresentação	23
Prefácio	25
Introdução	27
1- ATIVIDADE EMPREENDEDORA	31
1.1 Principais taxas em 2010: Brasil e demais países participantes	34
1.1.2 Oportunidade e necessidade	39
1.1.3 Considerações finais sobre as taxas e características dos grupos de países	43
1.2 Principais taxas e evolução segundo características demográficas	45
1.2.1 Gênero	45
1.2.2 Faixa etária	49
1.2.3 Escolaridade	53
1.2.4 Renda familiar	58
1.2.5 Fontes de recursos	60
1.3 Principais taxas segundo setores de atividades dos empreendimentos	63
1.3.1 Situação global	63
1.3.2 Situação do Brasil	66
Tópico especial: UMA QUESTÃO DE GÊNERO	76
2- ATITUDES EMPREENDEDORAS	85
2.1 Oportunidades e capacidades percebidas	88
2.2 Medo do fracasso	92
2.3 Percepções sobre o empreendedorismo	96
2.4 Intenção Empreendedora	101
3- ASPIRAÇÕES EMPREENDEDORAS	105

3.1 Geração de empregos	107
3.2 Inovação, Novidade do Produto & Concorrência	114
3.2.1 Novidade do Produto	116
3.2.2 Concorrência	120
3.2.3 Novidade do Produto e Concorrência	124
3.3 Tecnologia	128
3.4 Orientação internacional	133
3.5 Análise Final	136
4 - CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL	139
4.1. Evolução das Condições de Empreender no período 2002 a 2010	142
4.2 Fatores limitantes	148
4.3. Fatores favoráveis	166
4.4 Recomendações	178
Tópico Especial: O papel das incubadoras na atividade empreendedora de negócios sociais	187
5 - AMBIENTE ECONÔMICO E EMPREENDEDORISMO	193
REFERÊNCIAS	205
APÊNDICE 1 - Aspectos metodológicos e procedimentos operacionais	213
1.1 Introdução	213
1.2 O objetivo do GEM	214
1.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM	215
1.4 Público alvo	216
1.5 O modelo GEM	217
1.6 Procedimentos operacionais da coleta de dados no país	225
APÊNDICE 2 - Principais dados, taxas e estimativas	234
APÊNDICE 3 - Equipe e patrocinadores do GEM 2010 nos países	267

**Lista de Quadros**

Quadro 1.1 – Taxas médias TEA, empreendedores de negócios nascentes e empreendedores de negócios novos, segundo o nível de desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2010 – Taxas (%)	35
Quadro 1.2 – Empreendedores iniciais e nascentes, segundo razão entre oportunidade e necessidade – Brasil – 2002:2010	41
Quadro 1.3 – Empreendedores iniciais segundo necessidade, oportunidade e razão entre oportunidade e necessidade – Grupo de países – 2010 - Taxas (%)	42
Quadro 1.4 – Empreendedores iniciais segundo gênero – Brasil – 2002:2010 – Proporção (%)	48
Quadro 1.5 – Empreendedores iniciais segundo faixa etária – Brasil – 2002:2010 – Taxas (%)	51
Quadro 1.6 – Empreendedores iniciais por motivação segundo faixa etária e razão oportunidade/necessidade – Brasil – 2010 – Taxas (%)	53
Quadro 1.7 – Equivalência de níveis de escolaridade do GEM para o sistema educacional brasileiro	54
Quadro 1.8 – Empreendedores iniciais segundo níveis de educação – Grupo de países – 2010 – Taxas (%)	55
Quadro 1.9 – Empreendedores iniciais segundo escolaridade – Brasil - 2002:2010 – Proporção (%)	56
Quadro 1.10 – Empreendedores iniciais segundo escolaridade – Brasil – 2002:2010 – Taxas (%)	57
Quadro 1.11 – Empreendedores iniciais segundo motivação e escolaridade – Brasil – 2010 – Taxas (%)	58
Quadro 1.12 – Empreendedores iniciais segundo renda – Grupo de países – 2010 – Taxas (%)	59
Quadro 1.13 – Empreendedores iniciais segundo motivação e renda – Brasil – 2010 – Taxas (%)	59
Quadro 1.14 – Quantidade de recursos totais necessários para iniciar um novo negócio e de recursos próprios para iniciar um novo negócio – Brasil – 2002:2010 – Proporção (%)	61

Quadro 1.15 – Relação investidor/empreendedor – Brasil – 2002:2010 – Proporção (%)	62
Quadro 1.16 – Empreendedores iniciais e CNAE segundo motivação e estágio – Brasil – 2010 – Proporção (%)	70
Quadro 1.17 – Empreendedores iniciais e CNAE segundo gênero – Brasil – 2010	71
Quadro 1.18 – Empreendedores iniciais e CNAE segundo escolaridade e faixa etária – Brasil – 2010	73
Quadro 2.1 – Percepção de oportunidades e capacidades empreendedoras segundo grupo de países – 2010	90
Quadro 2.2 – Percepção de oportunidades e capacidades empreendedoras – Brasil – 2010	90
Quadro 2.3 – Medo do fracasso segundo grupo de países	93
Quadro 2.4 – Medo do fracasso - Brasil 2010	94
Quadro 2.5 – Percepções sobre o empreendedorismo segundo grupo de países – 2010	98
Quadro 2.6 – Percepções sobre o empreendedorismo – Brasil – 2010	98
Quadro 2.7 – Intenção empreendedora segundo grupos de países – 2010	102
Quadro 2.8 – Intenção empreendedora – Brasil – 2010	102
Quadro 3.1 – Expectativa de criação de 10 ou mais empregos pelos empreendedores iniciais segundo grupo de países – 2010	109
Quadro 3.2 – Expectativa de criação de 10 (dez) ou mais empregos nos próximos 5 (cinco) anos pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010	110
Quadro 3.3 – Expectativa de criação de empregos pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010	111
Quadro 3.4 – Expectativa de criação de pelo menos 6 empregos pelos empreendedores iniciais segundo nível de escolaridade – Brasil – 2010	112
Quadro 3.5 – Expectativa de criação de empregos pelos empreendedores iniciais segundo motivação – Brasil – 2010	113
Quadro 3.6 – Novidade do produto ou serviço – Grupo de países – 2010	116

Quadro 3.7 – Novidade do produto ou serviço – Brasil – 2010	117
Quadro 3.8 – Empreendedores iniciais segundo conhecimento do produto ou serviço – Brasil – 2010	117
Quadro 3.9 – Conhecimento do produto ou serviço dos empreendedores iniciais segundo grau de escolaridade – Brasil – 2010	118
Quadro 3.10 - Nível da concorrência dos empreendedores iniciais – Grupo de países – 2010	120
Quadro 3.11 – Nível da concorrência dos empreendedores iniciais – Brasil – 2010	121
Quadro 3.12 – Nível da concorrência dos empreendedores iniciais – Brasil – 2010 – Proporção (%)	122
Quadro 3.13 – Nível da concorrência dos empreendedores iniciais segundo grau de escolaridade – Brasil – 2010 – Proporção (%)	122
Quadro 3.14 – Inovação na atividade empreendedora em estágio inicial – Grupo de países – 2008:2010	125
Quadro 3.15 – Tecnologia disponível por menos de um ano utilizada pelos empreendedores iniciais – Grupo de países – 2010	129
Quadro 3.16 – Tecnologia disponível por menos de um ano utilizada pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010	130
Quadro 3.17 - Idade da tecnologia utilizada pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010	130
Quadro 3.18 - Tecnologia disponível por menos de um ano ou até cinco anos, utilizada pelos empreendedores iniciais segundo grau de escolaridade – Brasil – 2010	131
Quadro 3.19 – Orientação internacional dos produtos ou serviços dos empreendedores iniciais (pelo menos 1%) – Grupo de países – 2010	134
Quadro 3.20 – Orientação internacional dos produtos ou serviços dos empreendedores iniciais (pelo menos 1%) – Brasil – 2010	135
Quadro 3.21 – Orientação internacional dos produtos ou serviços dos empreendedores iniciais – Brasil – 2010	136
Quadro 4.1 – Fatores limitantes ao empreendedorismo mais citados pelos especialistas – Brasil – 2010	145

Quadro 4.2 – Fatores limitantes ao empreendedorismo mais citados pelos especialistas 2002 a 2010 – perguntas abertas	149
Quadro 4.3 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Políticas Governamentais– 2000 a 2010	152
Quadro 4.4 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Apoio Financeiro– 2000 a 2010	158
Quadro 4.5 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Educação e Capacitação – Brasil – 2000 a 2010	163
Quadro 4.6 – Fatores favoráveis ao empreendedorismo mais citados pelos especialistas – Brasil – 2002 a 2010	166
Quadro 4.7 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre normas Culturais – 2000 a 2010	168
Quadro 4.8 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre oportunidades para novos negócios – Brasil – 2000 a 2010	172
Quadro 4.9 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre acesso ao mercado – Brasil – 2000 a 2010	173
Quadro 4.10 – Recomendações mais citadas pelos especialistas – Brasil – 2002 a 2010	178
Quadro 5.1 - Taxa de Crescimento Real do Produto Interno Bruto em países selecionados, segundo projeções do Fundo Monetário Internacional	197
Quadro A1.1 – Glossário de terminologias e principais medidas do GEM	221
Quadro A1.2 – Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) - GEM	223
Quadro A1.3 – Países participantes da pesquisa de 2001 a 2010	226
Quadro A1.4 – Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta – GEM Brasil – 2010	230
Quadro A1.5 – Principais diferenças entre os dados da pesquisa com população adulta do GEM e os dados de registros formais de negócios	233
Quadro A2.1 - População segundo gênero - Países GEM – 2010	234

Quadro A2.2 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e do empreendimento - Países GEM – 2010	236
Quadro A2.3 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e motivação - Países GEM – 2010	239
Quadro A2.4 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e gênero - Países GEM – 2010	242
Quadro A2.5 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e idade - Países GEM – 2010	245
Quadro A2.6 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e grau de escolaridade - Países GEM – 2010	248
Quadro A2.7 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e renda - Países GEM – 2010	251
Quadro A2.8 - Características dos empreendedores iniciais segundo estágio - Brasil – 2010	254
Quadro A2.9 - Características dos empreendedores iniciais segundo motivação - Brasil – 2010	255
Quadro A2.10 - Características dos empreendimentos segundo estágio - Brasil – 2010	256
Quadro A2.11 - Características dos empreendimentos segundo motivação - Brasil – 2010	257
Quadro A2.12 - Estimativa de empreendedores segundo estágio - Países GEM – 2010	259
Quadro A2.13 - Estimativa de empreendedores segundo motivação - Países GEM - 2010	261
Quadro A2.14 - Estimativa de empreendedores segundo gênero - Países GEM - 2010	264
Quadro A3.1 – Equipes e patrocinadores do GEM 2010 nos países	267

### Lista de Figuras

Figura 1.1 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002: 2010	36
Figura 1.2 - Evolução da taxa de empreendedores novos - Brasil - 2002: 2010	38
Figura 1.3 – Evolução da taxa de empreendedores nascentes - Brasil - 2002: 2010	39
Figura 1.4 – Empreendedores iniciais segundo gênero - Brasil – 2010 - Taxas (%)	47
Figura 1.5 – Distribuição dos empreendedores segundo idade e fase de desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2010 – Proporção (%)	50
Figura 1.6: Distribuição dos Setores de Atividade Econômica da Atividade Empreendedora em Estágio Inicial pela fase de Desenvolvimento Econômico	63
Figura 1.7: Distribuição dos Setores de Atividade Econômica da Atividade Empreendedora em Estágio Inicial pela Região Geográfica	66
Figura 1.8 – Empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2002:2010	67
Figura 1.9 – Empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010	68
Figura 3.1 – Geração de pelo menos 6 empregos pelos empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010	114
Figura 3.2 - Conhecimento do produto ou serviço dos empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010	119
Figura 3.3 – Empreendedores iniciais que enfrentam pouca ou nenhuma concorrência segundo tipo de atividade – Brasil – 2010	124
Figura 3.4 – Tecnologia disponível por menos de um ano ou até cinco anos, utilizada pelos empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010	132
Figura 4.1 – Condições para empreender no Brasil segundo percepção dos especialistas – Brasil – Comparativo 2002 e 2010	143

Figura 4.2 – Condições que afetam o empreendedorismo segundo percepções dos especialistas – Brasil – 2010	147
Figura 4.3 – Políticas governamentais em âmbito federal, estadual e municipal segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	153
Figura 4.4 – Políticas governamentais: impostos e tempo de resposta segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	154
Figura 4.5 – Suporte financeiro segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	159
Figura 4.6 – Educação e treinamento: ensino fundamental e médio segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	164
Figura 4.7 – Educação e treinamento: ensino superior e aperfeiçoamento segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	165
Figura 4.8 – Normas sociais e culturais segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	169
Figura 4.9 – Oportunidade empreendedora segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	174
Figura 4.10 – Mercado: interno e dinamismo/oportunidade segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	176
Figura 4.11 – Mercado: maiores barreiras, custos, concorrência e legislação segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010	177
Figura 4.12 – Municípios com a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas regulamentada – Brasil – 2010	182
Figura A1.1 – O modelo GEM	217
Figura A1.2 – O processo empreendedor	220



## AGRADECIMENTOS

O Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade tem como um de seus objetivos a promoção e a valorização de uma cultura cada vez mais empreendedora no Brasil.

Por essa razão, desde 2000 o IBQP está à frente da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) no Brasil, a fim de, com isto, entender melhor o perfil empreendedor do cidadão brasileiro.

Para a concretização de tal pesquisa é fundamental o apoio do SEBRAE. Merece, portanto, um agradecimento especial pela parceria na realização, utilização e propagação dos dados fornecidos, valorizando o papel do empreendedor na sociedade contemporânea brasileira.

Outro especial agradecimento deve ser feito para a Federação das Indústrias do Estado do Paraná - FIEP, para o SESI/PR e para o SENAI/PR, parceiros constantes que muito contribuem para o sucesso da pesquisa.

O apoio da UFPR, Universidade Federal do Paraná, como importante parceiro técnico para o sucesso desta publicação merece, outrossim, o nosso agradecimento.

Um agradecimento especial aos especialistas entrevistados, que engrandecem esta pesquisa com suas opiniões, dividindo o conhecimento e experiência sobre empreendedorismo com os leitores desta obra.

Gostaria também de agradecer ao Instituto Bonilha – responsável pela pesquisa de campo –, a todos os outros colaboradores, a equipe do IBQP e analistas convidados, pela análise dos dados coletados.

Por fim, agradeço ainda aos professores, cientistas, especialistas, mestres, doutores, e demais pesquisadores brasileiros que, ao utilizar os resultados da pesquisa, auxiliam no desenvolvimento do estudo sobre o empreendedorismo no Brasil.

Com escopo semelhante, procura o IBQP aprofundar o tema do empreendedorismo nacional, não apenas com a Pesquisa GEM, mas com ações, programas e cursos sobre capacitação em empreendedorismo, os quais constituem uma parte importante dos projetos da instituição.

À guisa de conclusão, como disse o grande estadista francês George Clemenceau, “a vida é uma oportunidade de ousar”.

Parabéns então a todos os empreendedores brasileiros pela ousadia, pois com suas atitudes, atividades e aspirações empreendedoras desempenham um papel fundamental no crescimento econômico do Brasil.

**Eduardo Righi**

Diretor Presidente do IBQP

## APRESENTAÇÃO

Neste ano, a pesquisa GEM completa 11 anos de publicação e estudo ininterrupto sobre a realidade empreendedora em nosso país, fruto do trabalho incansável da equipe do IBQP. A pesquisa GEM é referência no debate do tema no Brasil e no mundo, constituindo-se em um estudo completo sobre o panorama do empreendedorismo, sendo a única utilizada para análises comparativas, tanto em relação a dados de outros países quanto a indicadores de edições prévias.

A crise econômica não abalou o empreendedorismo no Brasil. Em 2010, a Taxa de Atividade Empreendedora (TEA) foi a mais alta desde o início da realização da pesquisa no País. Isso demonstra uma tendência de crescimento inclusive no empreendedorismo motivado pela oportunidade, que volta a ser maior que o dobro do que o empreendedorismo por necessidade.

São dados como estes que demonstram a vocação empreendedora do brasileiro. Em números absolutos, apenas a China tem mais empreendedores que o Brasil. Isso é muito auspicioso, pois o empreendedor é o grande ator do crescimento econômico e do desenvolvimento sustentável de uma nação. Sua atuação se reflete nas transformações econômicas, sociais e ambientais da sociedade e é responsável direta pela evolução e bem-estar do cidadão.

No entanto, apesar da clara vocação de nossa gente ao empreendedorismo, a pesquisa GEM nos mostra que a inovação ainda é incipiente no seu dia-a-dia, apesar da clara evolução nos últimos anos. Uma empresa só consegue ser inovadora atuando em um ambiente inovador, e esse um desafio que precisamos enfrentar.

Se considerarmos a cidade como lugar de empreendedores e seus negócios, a potencialização dos espaços inovadores nas cidades é a melhor forma de criarmos ambientes propícios ao florescimento de novas empresas no País. Este é outro grande desafio: conseguir trazer às cidades o planejamento de longo prazo para que possam se criar ambientes inovadores em um futuro próximo.

Desta forma, divulgando os resultados da pesquisa GEM 2010, acreditamos estar contribuindo para o aprofundamento do conhecimento sobre a realidade do empreendedorismo no Brasil, oferecendo os dados mais completos e importantes a respeito do tema.

**Rodrigo da Rocha Loures**

Presidente do Conselho Deliberativo do IBQP

Presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná

## PREFÁCIO

Pela 11ª vez o Brasil participa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora do mundo. Desde sua primeira edição, em 1999, mais de 80 países já participaram da pesquisa, sendo apenas 13 por mais de 10 anos seguidos. E pelo 10º ano seguido, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é parceiro na realização da pesquisa no Brasil.

Neste período, as MPes brasileiras se consolidaram como elementos fundamentais para o crescimento econômico do país, gerando emprego e renda para a população. O papel de destaque na economia ganha ainda mais força com a entrada em vigor da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e da Lei do Empreendedor Individual, em 2008. Leis decisivas para impulsionar o empreendedorismo no Brasil.

Neste cenário, chama a atenção a Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) em 2010, de 17,5%, que é a maior já registrada desde que a GEM começou a ser realizada no país. Levando em conta uma população adulta no país em torno de 120 milhões de pessoas, esse valor representa 21,1 milhões de brasileiros empreendendo no ano passado. Em números absolutos de empreendedores, este é menor apenas que o registrado na China. Além disso, ao longo dos 11 anos em que o Brasil participa da GEM, o país mantém uma TEA superior a média dos países participantes.

O crescimento da atividade empreendedora no país não é apenas quantitativo, mas também é qualitativo. O empreendedorismo por oportunidade, mais benéfico para a economia do país, também registrou alta. Quando comparado com o empreendedorismo por necessidade, a proporção entre os dois foi de 2,1 empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade.

O ambiente econômico favorável pelo qual o Brasil passa favorece o surgimento de novas oportunidades aos micro e pequenos empresários, que precisam se preparar para enfrentar os desafios que virão. Neste cenário, o Sebrae terá papel fundamental para auxiliar os empreendedores na identificação de oportunidades e na preparação para enfrentar os desafios que virão nos próximos anos.

**Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho**

Diretor Presidente do SEBRAE

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é basilar para o desenvolvimento sócio-econômico de um país, dado que é fundamental para a concepção de oportunidades de trabalho e é considerado um catalisador e um incubador do progresso tecnológico e de inovações de produto, serviços e de mercado (MUELLER & THOMAS, 2000; JACK & ANDERSON, 1999).

No Brasil, o empreendedorismo ganhou forças e se popularizou a partir da década de 90 com a abertura da economia, que propiciou a criação de diversas entidades voltadas para o tema, bem como com o envolvimento mais ativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE, o processo de privatização das grandes estatais e a abertura do mercado interno para concorrência externa. Antes disso, o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada em função do ambiente político e econômico, nada favorável ao país.

Hoje está disseminado no País que o empreendedorismo é fundamental para a geração de riquezas, promovendo o crescimento econômico e aprimorando as condições de vida da população. É também um fator importantíssimo na geração de empregos e renda.

Portanto, pelo enfoque acima descrito, percebe-se que o indivíduo empreendedor deva ser um ser inquieto, com aspirações de criar algo novo ou de não se conformar com o modo como as coisas estão, de ser útil, produtivo e grandemente realizado. Aspirações estas fundamentais na medida em que se estimula a inovação e a criatividade.

Porém, não somente as aspirações empreendedoras levam o indivíduo a “empreender”, mas também as questões **relativas à mentalidade, ao ambiente sócio-cultural e ao mercado consumidor** são levadas em conta, agregadas aos fatores relacionados aos negócios, tais como política, infraestrutura, capital formal etc.

Nessa perspectiva, ressalta-se a importância de desenvolver empreendedores que contribuam com o país no seu crescimento e que gerem possibilidades de trabalho, renda e investimentos, dado que nada acontece sem pessoas com perfil empreendedor, com visão e disposição para mudanças.

Pelo 11º ano consecutivo o Brasil participa da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM, maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora no mundo. Mais de 80 países participaram do estudo desde o seu início, em 1999. Já, o Brasil, iniciou a pesquisa GEM em 2000.

Os principais objetivos do estudo são: medir a diferença entre o nível empreendedor entre os países que participam do trabalho e descobrir os fatores favoráveis e limitantes à atividade empreendedora no mundo, identificando as políticas públicas que possam favorecer o empreendedorismo nos países envolvidos.

Os resultados do GEM incluem comparações globais, relatórios nacionais e tópicos especiais baseados no ciclo de coleta de dados anual. Portanto, mais de 300 (trezentos) acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do projeto e, como membros do consórcio que realiza a pesquisa mundialmente, têm acesso à programação de entrevistas, procedimentos de coleta de dados e outros detalhes para análises sistemáticas.

Desta forma, no capítulo 1, a Atividade Empreendedora no Brasil e suas principais taxas em 2010 são analisadas, comparando o país com outros em relação ao mesmo nível de desenvolvimento e posição geográfica. Também são avaliadas as características demográficas do empreendedor nacional, bem como as principais atividades econômicas desenvolvidas.

Vale ressaltar que neste capítulo há um tópico especial, escrito por Gina Paladino, onde é analisada a mulher empreendedora brasileira, dado que historicamente o Brasil é um país onde a presença feminina na criação e gestão de novos negócios é forte e constante.

No capítulo 2, as Atitudes Empreendedoras no Brasil são apresentadas na forma de opiniões e percepções que a sociedade e o empreendedor em estágio inicial desenvolvem perante o empreendedorismo. São analisadas, neste capítulo, a percepção de oportunidade, capacidades, medo do fracasso, intenção de empreender, o empreendedorismo como escolha de carreira aceitável, o *status* e valorização social do empreendedorismo, bem como a atenção da mídia para o assunto.

No capítulo 3, é analisada a Aspiração Empreendedora dos empreendedores em estágio inicial no Brasil, refletindo a natureza qualitativa do empreendedorismo, manifestando suas intenções de geração de empregos, novidade do produto, tamanho da concorrência, idade da tecnologia a ser utilizada e a orientação internacional dos novos negócios.

No capítulo 4, são analisadas as Condições para Empreender no país, segundo a opinião dos especialistas entrevistados. Neste capítulo, os especialistas em empreendedorismo contribuem com suas opiniões sobre as condições que afetam, positiva e negativamente, o empreendedorismo no Brasil, avaliando

o ambiente empreendedor. Vale lembrar que o papel das incubadoras de negócios sociais nas atividades empreendedoras é relevante. Para tanto, há um tópico especial escrito por Júlio César Felix.

No capítulo 5, o Ambiente Econômico e o Empreendedorismo no Brasil são analisados por Mariano de Matos Macedo, com comentários sobre como a conjuntura econômica influencia a atividade empreendedora.

Tendo em vista que a atividade empreendedora é dinâmica e de análise complexa, neste livro abordam-se alguns aspectos que a pesquisa GEM, em 2010, no Brasil apresentou. Neste sentido, há muitas considerações sobre dados e resultados da pesquisa que não foram elaboradas nem incluídas neste trabalho. Para tanto, é possível fazer outras análises que demonstrem o dinamismo da atividade empreendedora.

# 1

## ATIVIDADE EMPREENDEDORA



A atividade empreendedora é traduzida pelo número de pessoas dentro da população adulta de um determinado país envolvida na criação de novos negócios. Na pesquisa GEM esses dados são obtidos por meio de pesquisa quantitativa com uma população na faixa etária entre 18 e 64 anos. Os resultados são apresentados na forma de taxas dentro das categorias analisadas e também em proporções entre os classificados como empreendedores (Apêndice 1 – Aspectos metodológicos e procedimentos operacionais).

Observam-se diferentes características relativas ao empreendedorismo, conforme o estágio do empreendimento – nascente ou novo; motivação – oportunidade ou necessidade, ocorrendo variações de acordo com o setor de atividade econômica, bem como com o gênero, idade, escolaridade e renda familiar.

Para fins de comparações com os dados de outros países foram utilizadas classificações já propostas por outras instituições internacionais, tais como o G20<sup>1</sup>, BRICs<sup>2</sup>, América Latina e Caribe e o estágio de desenvolvimento econômico<sup>3</sup>.

O relatório internacional divide os países em três categorias, segundo a fase de desenvolvimento econômico: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, doravante tratadas aqui como países impulsionados por fatores; (ii) economias norteadas para a eficiência e a produção industrial em escala, que se configuram como os principais motores de desenvolvimento, doravante nominados países impulsionados pela eficiência; (iii) economias fundamentadas na inovação ou simplesmente impulsionadas por ela (SCHWAB, 2009).

---

1 G20. Grupo criado em 1999 com os ministros de finança e chefes dos bancos centrais das 19 maiores economias do mundo mais a União Européia.

2 BRIC. Acrônimo cunhado pelo economista Jim O'Neill que são as siglas de países: Brasil, Rússia, Índia e China.

3 Classificação utilizada no Relatório de competitividade do Fórum Econômico Mundial.

Também considera fatores geográficos, agrupando os países em: África Subsaariana, Oriente Médio e Norte da África, América Latina e Caribe, Leste Europeu, Ásia-Pacífico e Estados Unidos e Europa Ocidental.

### **1.1 Principais taxas em 2010: Brasil e demais países participantes**

#### 1.1.1 Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial - TEA

A Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial, TEA, é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, ou seja, com menos de 42 (quarenta e dois) meses de existência.

A análise global do relatório internacional afirma que para as 50 (cinquenta) economias que participaram da Pesquisa GEM, em 2009 e 2010, a metade manteve ou aumentou a TEA de um ano para o outro.

As economias impulsionadas por fatores apresentam maiores taxas TEA, em média, seguidas pelas economias impulsionadas por eficiência. As menores taxas médias são encontradas no grupo de países impulsionados pela inovação (quadro 1.1). Essas diferenças serão mais bem analisadas no item 1.1.3 deste capítulo, onde são apresentadas considerações do GEM internacional sobre o assunto.

Vale ressaltar que Vanuatu foi o país com maior TEA entre os 59 (cinquenta e nove) países participantes da pesquisa, sendo um país impulsionado por fatores e, o Peru e a Islândia são países com as mais altas taxas de empre-

endedorismo em estágio inicial, dentro do grupo de países de mesmo grau de desenvolvimento econômico, eficiência e inovação, respectivamente. A Itália, país impulsionado pela inovação, foi quem obteve a menor TEA em 2010. Egito, Rússia e Uruguai foram apontados como os países com menores taxas de empreendedorismo em estágio inicial dentro de suas categorias de desenvolvimento econômico (eficiência e inovação).

Esses resultados refletem a tendência que se confirma ano após ano, de que quanto maior o grau de desenvolvimento econômico do país, menor é a sua TEA e vice-versa.

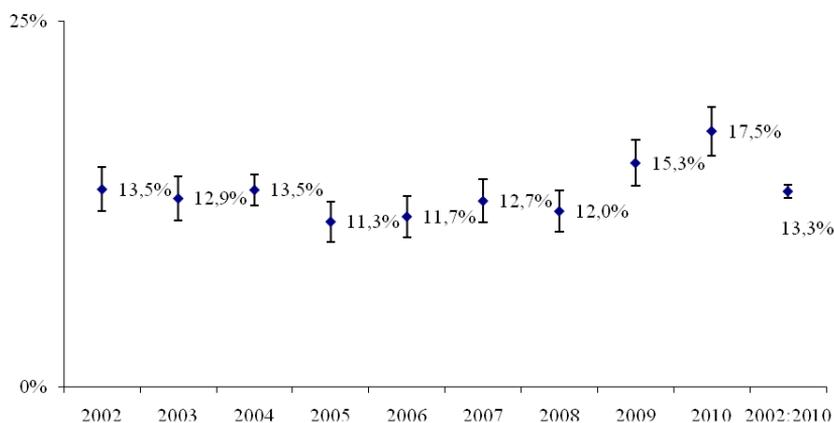
Quadro 1.1 – Taxas médias TEA, empreendedores de negócios nascentes e empreendedores de negócios novos, segundo o nível de desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2010 – Taxas (%)

Grupo de Países	Empreendedores Nascentes			Empreendedores Novos			Empreendedores Iniciais (TEA)		
	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média
Todos os países participantes	31,2	1,3	6,4	28,2	1,0	5,8	52,2	2,3	11,7
Impulsionada por fatores	31,2	2,1	11,8	28,2	2,6	12,3	52,2	7,0	22,8
Impulsionados pela eficiência	22,1	1,4	6,7	12,7	1,1	5,2	27,2	3,9	11,7
Impulsionados pela eficiência (América Latina)	22,1	5,8	10,1	12,7	2,0	7,2	27,2	10,5	16,8
Impulsionada pela inovação	7,4	1,3	2,9	4,8	1,0	2,7	10,6	2,3	5,5
Brasil	5,8			11,8			17,5		

Fonte: Pesquisa GEM 2010

No Brasil, a TEA de 2010 foi de 17,5%, a maior desde que a pesquisa GEM é realizada no país, demonstrando a tendência de crescimento da atividade empreendedora, conforme pode ser observado na figura 1.1, considerando a população adulta brasileira de 120 milhões de pessoas. Isto representa que 21,1 milhões de brasileiros estavam à frente de atividades empreendedoras no ano. Em números absolutos, apenas a China possui mais empreendedores que o Brasil, a TEA chinesa de 14,4% representa 131,7 milhões de adultos à frente de atividades empreendedoras no país.

Figura 1.1 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002: 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Em todos os anos o Brasil mantém uma TEA superior à média dos países observados pela pesquisa GEM, que foi de 11,7% em 2010. Dos 59 (cinquenta e nove) países que participaram da pesquisa (apêndice 2), o Brasil ficou na 10<sup>a</sup>

posição em porcentagem da população adulta com alguma atividade empreendedora. A TEA média brasileira de 2002 a 2010 é de 13,38%.

Quando comparado ao grupo de países impulsionados pela eficiência, o Brasil está colocado na 4ª posição, abaixo do Peru, com 27,2%, do Equador, com 21,3% e da Colômbia com 20,6%. Vale ressaltar que apenas países da América Latina alcançaram taxas superiores à brasileira entre os países impulsionados pela eficiência.

Segundo relatório global, os países da América Latina e Caribe tendem a ocupar altas posições em termos de taxas de empreendedorismo dentro do grupo dos impulsionados pela eficiência, sendo que, todos os países atingem taxas superiores a 10% e tiveram um crescimento em relação ao ano de 2009.

Entre os 17 países membros do G20 que participaram da pesquisa em 2010, o Brasil é o que possui a maior TEA seguido pela China, com 14,4% e a Argentina com 14,2% (ver apêndice 2).

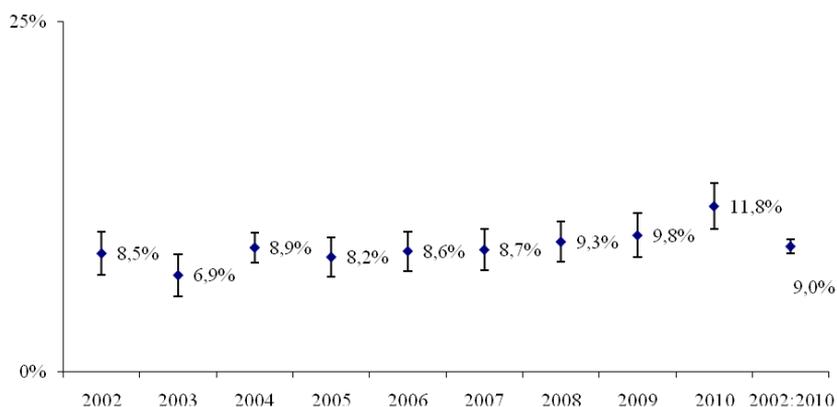
Nos países do BRIC, o Brasil tem a população mais empreendedora, com 17,5% de empreendedores em estágio inicial, a China teve 14,4%, a Rússia 3,9%, enquanto a Índia não participou da pesquisa nos últimos 2 (dois) anos. Sendo que, em 2008, a TEA da Índia foi de 11,5%.

Portanto, o que se observa no Brasil em 2010 é que o crescimento da TEA é resultado do maior número de empreendedores de negócios novos. Essa categoria de empreendedores vem apresentando um constante crescimento desde 2005, que se acentua em 2010 (figura 1.2). A taxa brasileira de 2010 de 11,8% é superior à média dos países participantes da pesquisa, que é de 5,8%.

Observa-se que, entre os empreendedores nascentes, brasileiros estão na 21ª posição, pouco abaixo da média dos 59 países pesquisados, que foi de 6,3%.

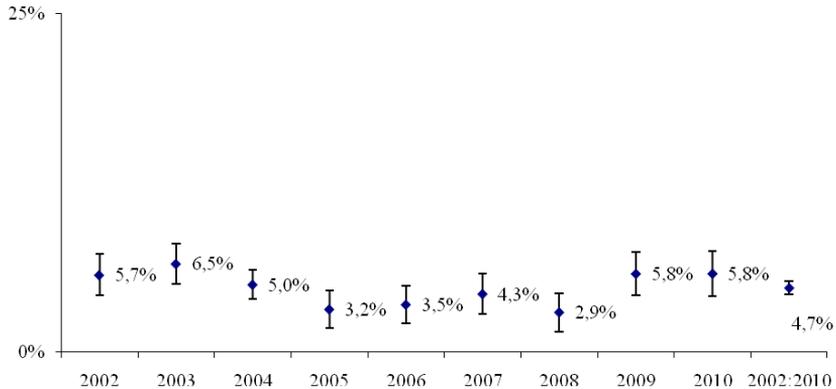
Os empreendedores nascentes no Brasil mantiveram-se na mesma proporção que em 2009, permanecendo acima da média do período em que a pesquisa foi realizada, conforme mostra a figura 1.3.

Figura 1.2 - Evolução da taxa de empreendedores novos - Brasil - 2002: 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Figura 1.3 – Evolução da taxa de empreendedores nascentes - Brasil - 2002: 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Vale ressaltar que, na situação onde os empreendedores de negócios novos superam os nascentes é diferente da média dos demais países participantes do estudo, onde ocorre o inverso, com leve predomínio dos nascentes.

### 1.1.2 Oportunidade e necessidade

A motivação para iniciar uma atividade empreendedora é um dos temas mais fundamentais para a pesquisa GEM porque denota a natureza do empreendimento nos países analisados.

Vale lembrar que o empreendedorismo por oportunidade é mais benéfico para a economia dos países, onde os empreendedores que iniciaram o seu negócio por vislumbrarem uma oportunidade no mercado para empreender e como forma de melhorar sua condição de vida tem maiores chances de sobrevivência e

de sucesso. Em compensação há pessoas que empreendem como única opção, ou seja, pela falta de melhores alternativas profissionais. São os empreendedores por necessidade. Porém, mesmo o empreendedorismo por necessidade pode gerar oportunidades de negócios e se transformar em empreendimentos por oportunidade.

No Brasil, desde o ano de 2003 os empreendedores por oportunidade são maioria, sendo que a relação oportunidade X necessidade tem sido superior a 1,4 desde o ano de 2007. Em 2010 o Brasil novamente supera a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade, o que já havia ocorrido em 2008. Em 2010, para cada empreendedor por necessidade havia outros 2,1 que empreenderam por oportunidade. Este valor é semelhante à média dos países que participaram do estudo este ano, que foi de 2,2 empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade.

Ainda no Brasil em 2010, entre os empreendedores por oportunidade 43% o fizeram pela busca de maior independência e liberdade na vida profissional; 35,2% pelo aumento da renda pessoal; 18,5% apenas para a manutenção de sua renda pessoal, enquanto 3,3% citaram outros motivos, ou seja, 78,2% vislumbram uma oportunidade de aprimorar a vida com o negócio que estão abrindo .

Focando a análise, segundo o estágio do empreendimento – nascentes ou novos, tem-se que a razão é ainda maior entre os empreendedores nascentes. Desde 2004 a razão entre oportunidade e necessidade para empreendedores nascentes é superior à verificada na TEA. Em 2010 foi de 3,1, ou seja, para cada empreendedor iniciando seu negócio por necessidade, havia outros 3,1 que o faziam por oportunidade (quadro 1.2).

Quadro 1.2 – Empreendedores iniciais e nascentes, segundo razão entre oportunidade e necessidade – Brasil – 2002:2010

Razão Oportunidade / Necessidade	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Empreendedores Iniciais	0,8	1,2	1,1	1,1	1,1	1,4	2	1,6	2,1
Empreendedores Nascentes	0,7	1,1	1,3	1,7	2,3	1,7	2,6	2,9	3,1

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Observa-se pela pesquisa que o empreendedorismo por necessidade está mais suscetível à conjuntura econômica, por isso tende a diminuir quando aumenta a oferta de emprego. Em 2010 houve uma diminuição da taxa de desemprego acompanhada do aumento dos trabalhadores formais na economia nacional. Conseqüentemente muitos dos brasileiros que seriam impelidos a empreender por necessidade encontraram um emprego. Dessa forma há maior probabilidade de surgirem os empreendedores por oportunidade, por serem estes mais preparados e vocacionados para se aventurar no mundo dos negócios.

Nos países com maior desenvolvimento econômico, a razão entre oportunidade e necessidade é superior a dos demais países (quadro 1.3). Por exemplo, na Islândia, para cada empreendedor motivado pela necessidade há outros 11,2 por oportunidade e, nos Estados Unidos essa razão está um pouco acima da brasileira, com 2,4.

Vale ressaltar que, no grupo de países impulsionados pela inovação, os países asiáticos possuem razão inferior à brasileira, tais como o Japão, com 1,8 empreendedores por oportunidade para cada 1 por necessidade, a Coreia, com 1,5, e Taiwan com 2,0.

Quadro 1.3 – Empreendedores iniciais segundo necessidade, oportunidade e razão entre oportunidade e necessidade – Grupo de países – 2010 - Taxas (%)

Grupo de Países	Necessidade			Oportunidade			Razão entre oportunidade e necessidade		
	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média
Todos os países participantes	19,7	0,3	3,6	31,8	2	7,8	11,2	0,6	2,2
Impulsionada por fatores	19,7	0,9	7,7	31,8	3,1	14,3	9,4	0,8	1,8
Impulsionados pela eficiência	8,2	0,6	3,6	21,1	2,5	7,8	7,1	0,6	2,2
Impulsionados pela eficiência (América Latina)	8,2	2	4,7	21,1	8,1	11,8	5,8	1,5	2,5
Impulsionada pela inovação	2,6	0,3	1,1	6,8	2	3,9	11,2	1,5	3,5
Brasil	5,4			11,9			2,1		

Fonte: Pesquisa GEM 2010

A maioria dos países pesquisados possui mais empreendedores motivados por oportunidade que por necessidade. Como exceções, apenas a Macedônia, país impulsionado pela eficiência, com 1,6 empreendedores por necessidade para cada outro por oportunidade e Egito, país impulsionado por fatores, onde para cada empreendedor por oportunidade há 1,2 por necessidade.

Observa-se que os países com menor desenvolvimento econômico apresentam razões menores entre os empreendedores por oportunidade e necessidade, ou seja, na medida em que se desenvolvem, aumenta o número de empreendimentos por oportunidade, o que altera favoravelmente a razão apresentada.

### 1.1.3 Considerações finais sobre as taxas e características dos grupos de países

No Relatório Global GEM 2010 são feitas importantes considerações a respeito da situação econômica e social dos países e a motivação para empreender, as quais são reproduzidas a seguir.

*“Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda. Pesquisando mais profundamente essas pessoas e seus motivos, o GEM verifica ainda se esses empreendedores por oportunidade o fazem para manter ou aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho.*

*A atividade empreendedora orientada pela necessidade tende a ser maior em termos de proporção da TEA em economias menos desenvolvidas. Setores agrícolas e extrativistas, negócios locais baseados no consumo, dominam nessas regiões. Há mais procura de emprego nesses locais do que os empregadores podem oferecer. Conseqüentemente muitas pessoas criam seus próprios negócios para geração de renda. As pequenas empresas, em grande número, são predominantes neste nível de desenvolvimento.*

*Com o desenvolvimento advêm a estabilidade macroeconômica e política e o crescimento dos setores produtivos. Acompanhando este processo vem o desenvolvimento de instituições fortes que organizam e regulam as funções da sociedade e sua economia. A mudança ocorre onde a confiança sobre normas de comportamento comumente aceitas passa a ser substituída por sistemas legais e reguladores respeitáveis e transparentes.*

*A industrialização e as economias de escala favorecem empresas maiores e mais estabelecidas, que podem satisfazer os apetites de mercados em crescimento, aumentando o seu papel na economia. Acompanhando tudo isso, ocorre uma expansão da capacidade de trabalho, permitindo que mais pessoas encontrem empregos estáveis em grandes plantas industriais. Como resultado, reduz-se a proporção do empreendedorismo por necessidade. Ao mesmo tempo, as melhorias em termos de riqueza e do desenvolvimento de requisitos básicos (infraestrutura, estabilidade econômica, educação) permitem que as novas empresas, baseadas na oportunidade, prosperem, alterando a natureza da atividade empreendedora. Porém, o domínio das grandes empresas também leva a uma redução no número de novas empresas.*

*Nos níveis mais ricos das sociedades, os indivíduos possuem acesso a sofisticados requisitos básicos e a mecanismos potencializadores de eficiência. Mais importante, eles têm acesso ao financiamento empresarial, aos mercados abertos, ao conhecimento e tecnologias, entre outras condições que interferem diretamente na atividade empreendedora. À medida que aumenta a riqueza dos países, o papel desempenhado pelo setor empresarial pode também crescer, dado que mais pessoas passam a acessar os recursos necessários para iniciar seus próprios negócios em ambientes de conhecimento intensivo com oportunidades abundantes.*

*Nos países com baixos níveis de renda per capita, um decréscimo na prevalência do empreendedorismo em fase inicial, pode ter um significado positivo. Ele pode sinalizar uma maior sustentabilidade, especialmente se este fato for acompanhado de crescimento econômico e estabilidade política. Como tal, representa uma evolução natural no desenvolvimento, uma vez que as economias dependem cada vez mais de organizações estabelecidas.*

*Portanto, enquanto TEAs baixas, ou uma queda nas taxas, podem demonstrar um motivo de preocupação em alguns*

*países, poderia, ao invés disso, significar que o clima econômico geral tem melhorado e que as oportunidades de emprego estão em crescimento. Além disso, esse resultado pode ser acompanhado por um deslocamento para aspirações mais promissoras para o crescimento, inovação e ao comércio internacional, mesmo com a redução no número de empreendedores. A este respeito, cada empreendedor contribui mais significativamente para o crescimento do emprego e outros aspectos do desenvolvimento do país.*

*Para tanto, é importante ressaltar que as taxas de empreendedorismo não estão apenas em função dos níveis de desenvolvimento econômico dos países. Enquanto o desenvolvimento tende a estar associado aos níveis de sofisticação e à atenção às várias condições que interferem diretamente na atividade empreendedora, as economias também têm suas próprias culturas e políticas, entre outras características que tornam único cada país. Esses elementos tornam-se muito importantes quando resultados não compreensíveis ou contraditórios são revelados.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL, 2010)

## **1.2 Principais taxas e evolução segundo características demográficas**

### **1.2.1 Gênero**

A questão da participação dos gêneros na atividade empreendedora, abordada no relatório do GEM global, destaca a situação da mulher.

*As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. É importante ressaltar o fato que a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior a masculina.*

*As sociedades diferem em suas percepções e costumes sobre o trabalho feminino e a sua participação em negócios. Os vários níveis de educação e desenvolvimento podem influenciar consideravelmente às crenças sociais, o que está geralmente associado ao grau de aceitação sobre a carreira da mulher. No entanto, em alguns casos, as mulheres investem no empreendedorismo, independentemente de percepção, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas.*

*Além disso, a aceitação da sociedade sobre deixar os cuidados com os filhos com outras pessoas enquanto desenvolvem uma carreira, adicionada ao custo e disponibilidade de serviços com esse fim, podem pesar significativamente. A mulher empreendedora também necessita da cooperação e apoio de investidores e financiadores, empregados, fornecedores e consumidores. Quando estes fatores agem como impedimento, a sociedade perde uma oportunidade de ganhar a energia empreendedora de metade de sua população.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)

Do Relatório Global GEM 2010, observa-se no quadro A2.4 (Apêndice) os níveis de participação masculina e feminina entre os empreendedores em estágio inicial, como porcentagem da TEA, comparando os grupos de países, segundo os níveis de desenvolvimento econômico.

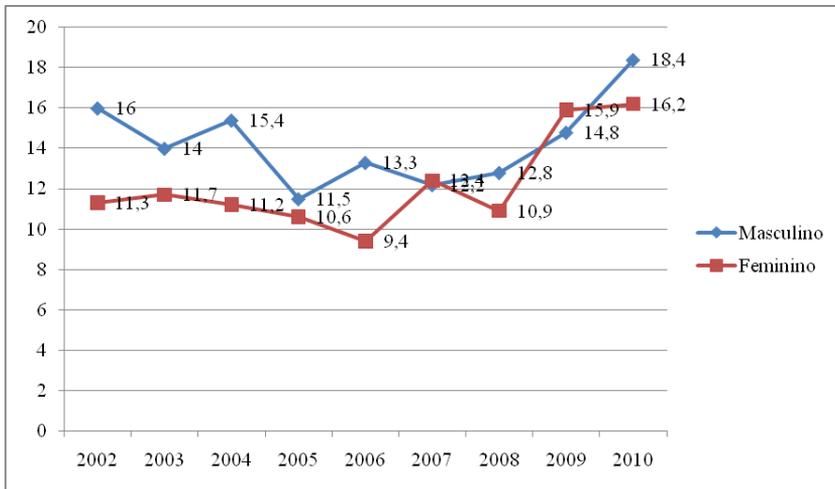
Observa-se também que nos grupos de países impulsionados por fatores e pela eficiência as **médias de participação da mulher em empreendimentos em estágio inicial** são semelhantes. No grupo de países impulsionados pela inovação as médias são inferiores.

Quanto à questão observada, no Brasil há um constante equilíbrio entre gêne-

ros quanto ao empreendedorismo, dado que a oscilação entre homens e mulheres é constante quando analisa-se o perfil de quem empreende.

Conforme pode ser observado na figura 1.4, as taxas de empreendedorismo feminino e masculino cresceram em 2010, em relação aos anos anteriores.

Figura 1.4 – Empreendedores iniciais segundo gênero - Brasil – 2010 - Taxas (%)



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Portanto, a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo. Apenas em Gana as mulheres atingiram TEAs mais altas que os homens, entre todos os 59 (cinquenta e nove) países participantes da pesquisa em 2010.

Em 2010, entre os empreendedores iniciais, 50,7% são homens e 49,3% mulheres, mantendo o equilíbrio entre gêneros no empreendedorismo nacional

(quadro 1.4). Entre os 21,1 milhões de empreendedores brasileiros, 10,7 milhões pertencem ao sexo masculino e 10,4 milhões ao feminino.

Quadro 1.4 – Empreendedores iniciais segundo gênero – Brasil – 2002:2010 – Proporção (%)

Gênero	Empreendedores Iniciais – Brasil									
	Proporção (%)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002:2010
Masculino	57,6	53,2	56,6	50,0	56,2	47,6	52,7	47,0	50,7	52,4
Feminino	42,4	46,8	43,4	50,0	43,8	52,4	47,3	53,0	49,3	47,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Neste sentido, a participação da mulher na vida econômica do país está aumentando consideravelmente. Pode-se verificar a questão no Relatório GEM 2007 onde já se abordava o aumento da presença feminina no mercado de trabalho, atribuído a fatores que vão desde o maior nível de escolaridade em relação aos homens até as mudanças na estrutura familiar. Hoje, as famílias possuem menor número de filhos e novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira. Essa crescente participação da mulher no mercado de trabalho também se reflete nas informações de empreendedores no enfoque de gênero.

Há uma tendência indicando que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família, ampliando a participação na economia do país.

Neste capítulo há um tópico especial, escrito por Gina Paladino, analisando a mulher empreendedora brasileira.

### 1.2.2 Faixa etária

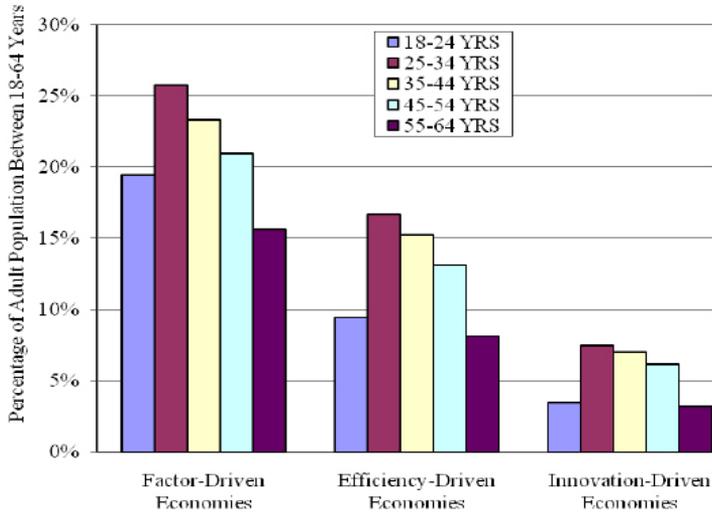
Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*A sociedade pode se beneficiar de empreendedores de todas as faixas etárias. Num extremo as pessoas jovens têm idéias holísticas, perspectivas diferentes de observar o ambiente e formação diferente dos seus pais. Comparativamente os jovens têm menos a perder em questões como pagamento de financiamentos imobiliários e sustento de famílias. No outro extremo as pessoas mais velhas possuem experiência, contatos e acumulam capital durante sua longa carreira. Apesar de a atividade empreendedora ser mais dinâmica nas idades intermediárias, os formuladores de políticas públicas não devem perder de vista o potencial empreendedor dos extremos das faixas etárias.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL, 2010)

A figura 1.5 apresenta a distribuição dos empreendedores por idade, agrupados segundo os níveis de desenvolvimento econômico dos países. Observa-se que nas 3 (três) economias a faixa de 25-34 anos apresenta maiores taxas de empreendedorismo que as demais, seguida pela faixa dos 35-44 e de 45-54 anos. Desta forma as taxas mais baixas estão nas 2 (duas) faixas extremas.

Figura 1.5 – Distribuição dos empreendedores segundo idade e fase de desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2010 – Proporção (%)



Fonte: GEM *Global Report* 2010

De acordo com as análises do Relatório Global GEM 2010:

*Todos os três grupos econômicos (figura 1.5) mostram as distribuições em forma de sino com desenhos mais íngremes do lado esquerdo. Mas cada um apresenta uma singularidade. Os empreendedores das economias impulsionadas por eficiência são mais uniformemente espalhados por todos os grupos etários em relação aos demais. Economias impulsionadas por inovações têm grande concentração de empresários na faixa etária média, 25 a 54 anos, demonstrando*

*acentuada redução em ambas as faixas laterais. As economias impulsionadas por fator possuem mais empreendedores nesses extremos – jovens (18-24) e idosos (55-64) – em comparação com as outras economias.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL, 2010)

Vale ressaltar que, em 2010, no Brasil todas as faixas etárias tiveram aumentos nas taxas de empreendedorismo. Verificou-se que a faixa etária que obteve a mais alta taxa é aquela que vai dos 25 aos 34 anos com 22,2%. Isto quer dizer que entre os brasileiros com idades entre 25 e 34 anos, 22,2% estavam envolvidos em algum empreendimento em 2010. Neste ponto o Brasil segue a mesma tendência dos grupos de demais países analisados, nos quais esta é a faixa etária que prevalece (quadro 1.5).

Quadro 1.5 – Empreendedores iniciais segundo faixa etária – Brasil – 2002:2010 – Taxas (%)

Faixa etária (anos)	Empreendedores Iniciais – Brasil									
	Taxa (%)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002:2010
18 a 24	10,0	12,6	12,6	10,7	10,9	10,6	15,4	13,5	17,4	12,6
25 a 34	18,6	16,0	17,2	14,7	16,5	14,4	12,8	17,9	22,2	16,7
35 a 44	15,2	14,4	14,7	12,1	10,7	16,1	13,7	18,7	16,7	14,7
45 a 54	12,1	11,5	10,5	10,0	8,8	13,3	10,4	14,4	16,1	11,9
55 a 64	6,0	3,7	7,3	2,9	6,0	4,3	3,0	6,5	9,5	5,5
Total	12,4	11,6	12,5	10,1	10,6	11,7	11,1	14,2	17,5	12,3

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

A partir de 2008, os jovens de 18 a 24 anos ampliaram sua participação no universo empreendedor brasileiro. Em 2010, sem considerar a faixa etária mais empreendedora, de 25 a 34 anos, os jovens de 18 a 24 anos tiveram taxas superiores a dos brasileiros com 35 anos ou mais, demonstrando a jovialidade dos empreendedores em estágio inicial. Mais da metade, ou seja, 56,9%, dos empreendedores ainda não estão na faixa etária de 35 anos de idade. O Brasil e a Rússia são os únicos países do G20 em que a faixa de 18 a 24 anos é mais empreendedora que a de 35 a 44 anos, após a faixa etária mais empreendedora de ambos os países, que é dos 25 a 34 anos. Ainda, se comparado ao grupo de países impulsionados pela eficiência, cuja taxa média é de 9,4%, o Brasil se destaca significativamente com uma taxa 85% mais alta.

Vale ressaltar que o jovem brasileiro possui uma característica de assumir riscos, predicado que também é inerente à atividade empreendedora, favorecendo a existência de jovens empreendedores.

Sob a ótica da motivação (quadro 1.6), embora se observe uma razão de 1,7 jovens entre 18 a 24 anos empreendendo por oportunidade para cada outro o fazendo por necessidade, essa razão é inferior à média do país, bem como às 2 (duas) faixas etárias subseqüentes (25 a 34 e 35 a 44).

Quadro 1.6 – Empreendedores iniciais por motivação segundo faixa etária e razão oportunidade/necessidade – Brasil – 2010 – Taxas (%)

Faixa Etária (anos)	TEA	MOTIVAÇÃO		Razão oportunidade / necessidade
		Oportunidade	Necessidade	
18 a 24	17,4	10,7	6,3	1,7
25 a 34	22,2	16,8	5	3,4
35 a 44	16,7	12,4	4,3	2,9
45 a 54	16,1	8,9	7,2	1,2
55 a 64	9,5	5,3	4,2	1,3
Todas as faixas	17,5	11,9	5,4	2,2

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

### 1.2.3 Escolaridade

Embora seja difícil estabelecer equivalências entre os países quando se trata de níveis de escolaridade, para comparar os grupos, o GEM adota uma classificação própria baseada naquela utilizada pelas Nações Unidas.

São então considerados 5 (cinco) níveis de classificação para a escolaridade, conforme Quadro 1.7:

Quadro 1.7 – Equivalência de níveis de escolaridade do GEM para o sistema educacional brasileiro

Designação	Aproximação para o Brasil
Nenhuma educação formal ou primária	Até a quarta série do ensino fundamental (quatro anos de estudo)
Alguma educação secundária	Da quinta à oitava série do ensino fundamental (até oito anos de estudo)
Secundário completo	Ensino médio (até onze anos de estudo)
Pós-secundário	Universidade (bacharelado, especializações/ mais de onze anos de estudo)
Pósgraduação	Mestrados e doutorado (mais de onze anos de estudo)

Fonte: GEM Global 2010

Para a comparação entre os países, o GEM global parte da categoria “alguma educação secundária” o que desconsidera 35% da população brasileira como será visto na seqüência das análises.

O quadro 1.8 a seguir, revela que os países impulsionados pela eficiência situam-se próximos a média global de 12,8%, tendo a sua taxa média de empreendedorismo mais alta (13,4%) entre a população com formação universitária, ou seja, com mais de 11 (onze) anos de estudo. Dentro deste grupo, os países da América Latina e Caribe com taxas bem mais elevadas alcançam a média de 19,4%. Por sua vez, o Brasil acompanha o grupo da América Latina na categoria “pós-secundário” - com formação universitária -, porém se destaca pela taxa mais alta entre aqueles com nível de pós-graduação (22,2%).

Quadro 1.8 – Empreendedores iniciais segundo níveis de educação – Grupo de países – 2010 – Taxas (%)

Grupo de Países	Níveis de Educação			
	Alguma educação secundária	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
	Média	Média	Média	Média
Todos os países	9,6	11,2	12,8	12,5
Impulsionado por fatores	21	23	22,7	19,3
Impulsionado pela eficiência	8,8	11,1	13,4	13,3
América Latina (Impulsionado pela eficiência)	13,9	16,2	19,4	17,3
Impulsionado pela inovação	3,2	4,1	6	7,1
Brasil	15,9	18	19,2	22,2

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Para um aprofundamento das análises sobre a escolaridade do empreendedor brasileiro foi utilizada a classificação de anos de estudo, o qual permite um maior detalhamento das informações, principalmente no que tange aos níveis mais baixos de escolaridade.

Ao avaliar-se o contexto educacional brasileiro, o que se constata é que, em termos quantitativos, a escolaridade da população tem se aquilatado nos últimos anos, dado que observaram-se quedas no analfabetismo, aumento significativo na frequência escolar, menor êxodo de estudantes e mais tempo de estudo para a população.

A população brasileira está assim dividida: 10% não possuem educação formal, 25,5% têm entre 1 (um) e 4(quatro) anos de estudo, 53,2% entre 5 (cinco) e 11(onze) anos e 11,3% possuem mais de 11(onze) anos(FIBGE, 2007).

A ação empreendedora e sua relação com o nível de escolaridade denotam que 78,6% dos empreendedores brasileiros têm acima de 5 anos de estudo. Portanto, considerando que a parcela da população brasileira com esse tempo de escolaridade é de 64,7%, pode-se afirmar que o empreendedor possui mais anos de estudo do que a média do cidadão brasileiro (quadro 1.9).

Para tanto, a porcentagem de empreendedores com maior escolaridade tem aumentado nos últimos anos, vindo ao encontro do crescimento na escolaridade da população do país.

Quadro 1.9 – Empreendedores iniciais segundo escolaridade – Brasil - 2002:2010 – Proporção (%)

Educação (anos de estudo)	Empreendedores Iniciais – Brasil									
	Proporção (%)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002:2010
Sem educação formal	2,3	1,6	2,3	5,0	0,9	3,0	3,0	1,0	1,2	2,3
1 a 4	48,5	43,7	29,4	24,1	28,8	25,7	27,8	27,6	20,2	30,6
5 a 11	37,4	40,9	54,2	50,9	51,3	54,0	52,7	52,7	53,5	49,7
Mais de 11	11,8	13,9	14,2	20,0	19,0	17,3	16,5	18,7	25,1	17,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Quadro 1.10 – Empreendedores iniciais segundo escolaridade – Brasil – 2002:2010 – Taxas (%)

Educação (anos de estudo)	Empreendedores Iniciais – Brasil									
	Taxas (%)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002:2010
Sem educação formal	6,7	5,1	5,0	10,0	3,2	17,1	13,0	5,0	9,3	8,3
1 a 4	12,3	10,6	10,1	8,0	9,7	10,4	11,2	15,2	15,7	11,5
5 a 11	16,0	16,2	16,3	11,3	12,4	13,4	12,3	16,5	17,1	14,6
Mais de 11	15,9	16,1	16,6	18,6	13,0	13,3	11,6	16,2	19,7	15,7
Total	13,6	12,8	13,3	11,0	11,3	12,6	11,9	15,8	17,5	12,5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Neste sentido, retornando as taxas de empreendedorismo para os níveis de escolaridade, as quais expressam a dinâmica do empreendedorismo em cada categoria, observa-se que a média do período de 2002 a 2010 revela claramente que à medida que aumentam os anos de estudo da população, crescem as taxas de empreendedorismo.

Esse fato é ainda mais expressivo quando analisados sob a ótica da motivação (quadro 1.11). Quando avaliada a razão oportunidade/necessidade, nota-se a inexistência da influência da motivação no ato de empreender nas primeiras faixas de escolaridade. Essa diferença torna-se exponencialmente significativa para as faixas de escolaridade mais altas, chegando a ter 4,6 empreendedores por oportunidade para cada 1 (um) 1 por necessidade na faixa da população

com mais de 11 (onze) anos de estudo.

Quadro 1.11 – Empreendedores iniciais segundo motivação e escolaridade – Brasil – 2010 – Taxas (%)

Escolaridade anos de estudo)	TEA	MOTIVAÇÃO		Razão oportu- nidade / necessidade
		Oportunidade	Necessidade	
Sem educação formal	9,3	4,7	4,7	1,0
1 a 4	15,7	7,9	7,9	1,0
5 a 11	17,1	11,7	5,3	2,2
Mais de 11	19,7	15,6	3,4	4,6
Todas as faixas	17,5	11,9	5,4	2,2

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

### 1.2.4 Renda familiar

Para analisar-se a renda familiar dos empreendedores brasileiros, utilizou-se a mesma divisão que o GEM faz em todos os países estudados pela pesquisa, dividindo em 3 (três) partes iguais, ou seja, entre o terço de renda mais baixa, o terço de renda mais alta e o terço médio, entre os dois extremos.

A TEA brasileira indica que entre os brasileiros de renda mais baixa, 6,1% são empreendedores. Este índice vai a 15,1% entre os de renda média e 16% entre os de renda mais alta (quadro 1.12).

Quadro 1.12 – Empreendedores iniciais segundo renda – Grupo de países – 2010 – Taxas (%)

Grupo de Países	Renda		
	33% Menor	33% Central	33% Maior
	Média	Média	Média
Todos os países	4,8	8,0	10,0
Impulsionado por fatores	10,7	16,9	18,3
Impulsionado pela eficiência	5,1	8,0	11,0
América Latina (Impulsionado pela eficiência)	8,2	12,3	16,3
Impulsionado pela inovação	2,4	2,9	4,0
Brasil	6,1	15,1	16,0

Fonte: Pesquisa GEM 2010

O Brasil segue a mesma tendência da maior parte dos países analisados na pesquisa em 2010, onde a medida em que a renda cresce a taxa de empreendedorismo também aumenta.

Quadro 1.13 – Empreendedores iniciais segundo motivação e renda – Brasil – 2010 – Taxas (%)

Faixa de Renda (salários mínimos)	TEA	Motivação		Razão oportunidade/necessidade
		Oportunidade	Necessidade	
Menos de 3	16,3	9,1	6,9	1,3
De 3 a 6	19,0	14,6	4,2	3,5
Mais de 6	19,2	15,3	3,7	4,1
Total	17,5	11,9	5,4	2,2

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

A motivação para que o empreendedor brasileiro em estágio inicial inicie um negócio pode variar conforme a faixa de renda em que se encontra. Seguindo a mesma linha de comparação com a divisão utilizada pelo GEM, demonstrada no quadro 1.12, os empreendedores por oportunidade também crescem a medida em que a renda familiar aumenta. Os empreendedores com rendas mais baixas são os que possuem maiores taxas de empreendedorismo motivado pela necessidade, conforme demonstra o quadro 1.13.

### 1.2.5 Fontes de recursos (quadro 1.14)

A informação sobre o montante de recursos necessários para abertura do empreendimento ao longo dos anos de pesquisa denota que 18% dos empreendedores consideram que menos de R\$2.000,00 são recursos suficientes, enquanto 40% avaliam que o valor mais coerente situa-se entre R\$2.000,00 e R\$10.000,00.

Pelo menos 25% afirmam ser necessários mais de R\$ 20.000,00 para iniciar um novo negócio no país, aumentando o valor considerado suficiente pelos empreendedores brasileiros ao longo do tempo.

Quadro 1.14 – Quantidade de recursos totais necessários para iniciar um novo negócio e de recursos próprios para iniciar um novo negócio – Brasil – 2002:2010 – Proporção (%)

Montante	Empreendedores nascentes que afirmam ser a quantia de recursos <b>totais</b> para iniciar um novo negócio	Empreendedores nascentes que afirmam ser a quantia de recursos <b>próprios</b> para iniciar um novo negócio
	2002:2010	2002:2010
Menos de R\$ 2.000,00	18,4	35,2
De R\$ 2.000,00 a R\$ 10.000,00	39,7	36,4
De R\$ 10.000,00 a R\$ 20.000,00	17,3	16,0
De R\$ 20.000,00 a R\$ 30.000,00	5,8	3,6
Mais de R\$ 30.000,00	18,9	8,8
Total	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Os próprios empreendedores se autofinanciam, utilizando recursos próprios para iniciarem o seu negócio. Quanto menor o recurso necessário para iniciar um novo negócio, maior é a participação dos recursos do próprio empreendedor. À medida que o volume de recursos suficientes para iniciar o negócio cresce, diminui a participação dos próprios recursos do empreendedor no processo de abertura.

Entre os empreendedores que consideram valores necessários acima de R\$30.000,00, a porcentagem que emprega seu próprio capital tem diminuído ao longo dos anos.

No caso brasileiro, a média de recursos necessários para abertura de negócios e a relação com a parcela que o próprio empreendedor participa neste início é de 36%. Este índice é inferior ao dos Estados Unidos, onde os empreendedores utilizam 86% de capital próprio na abertura do negócio, à da Rússia, que é de 44% e China, de 67%.

Além do uso do próprio capital, o empreendedor, para complementar os recursos necessários para abrir o seu negócio, busca auxílio na família, ou seja, em cônjuges, pais, avós ou irmãos, os quais representam cerca de 70% dos investidores, sem alteração significativa nos anos anteriores (quadro 1.15).

Quadro 1.15 – Relação investidor/empreendedor – Brasil – 2002:2010 – Proporção (%)

Relação Investidor/empreendedor	Empreendedores Iniciais – Brasil
	2002:2010
Familiar próximo	52,3
Algum outro parente	18,2
Um colega de trabalho	2,9
Um amigo ou vizinho	22,3
Um estranho com uma boa idéia	3,8
Outro	0,6
Total	100,0

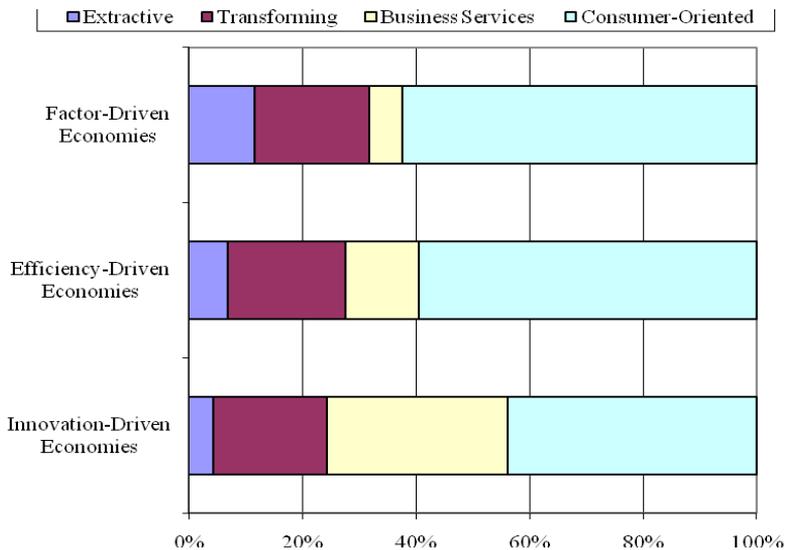
Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

### 1.3 Principais taxas segundo setores de atividades dos empreendimentos

#### 1.3.1 Situação global

As figuras 1.6 e 1.7, retiradas do Relatório Global 2010, demonstram a distribuição da atividade empreendedora em estágio inicial em 4 (quatro) setores de atividades econômicas, com as divisões dos países conforme a fase de desenvolvimento econômico e a região geográfica.

Figura 1.6: Distribuição dos Setores de Atividade Econômica da Atividade Empreendedora em Estágio Inicial pela fase de Desenvolvimento Econômico



Fonte: GEM *Global Report* 2010

Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*Os negócios extrativistas (agricultura, pecuária, pesca e mineração) são mais dominantes nas economias impulsionadas por fatores. Serviços direcionados às empresas são mais comuns em economias impulsionadas pela inovação. Entretanto, não há nenhum grupo com predomínio na indústria de transformação (manufaturas e construção), que exibem igual prevalência em todos os 3 níveis de desenvolvimento econômico.*

*Tanto os países estimulados por fatores quanto pela eficiência possuem pesos fortes no setor de atendimento direto ao consumidor. Estes negócios tendem a necessitar menos recursos e muitas vezes são exercidos nos locais de moradia do empreendedor. Eles podem exercer um papel importante na atividade empreendedora onde existe pouco desenvolvimento em infraestrutura de transportes e comercial.*

*Os países africanos do MENA<sup>1</sup> e Subsaarianos<sup>2</sup> são países estimulados por fatores, conforme seu desenvolvimento econômico. Por isso não é surpresa que suas economias tenham altos níveis de empreendedorismo no setor extrativista, como ilustra a Figura 1.7. Estas regiões geográficas têm altos níveis de recursos naturais, que permitem que o setor extrativista renda. As duas regiões diferem, entretanto, quando os países do MENA dominam as atividades do setor de transformação, enquanto os do Sub-Saahara são os que possuem maior prevalência no setor orientado ao consumidor.*

---

1 Países do Oriente Médio e Norte da África. Em inglês *Middle East and North of Africa*

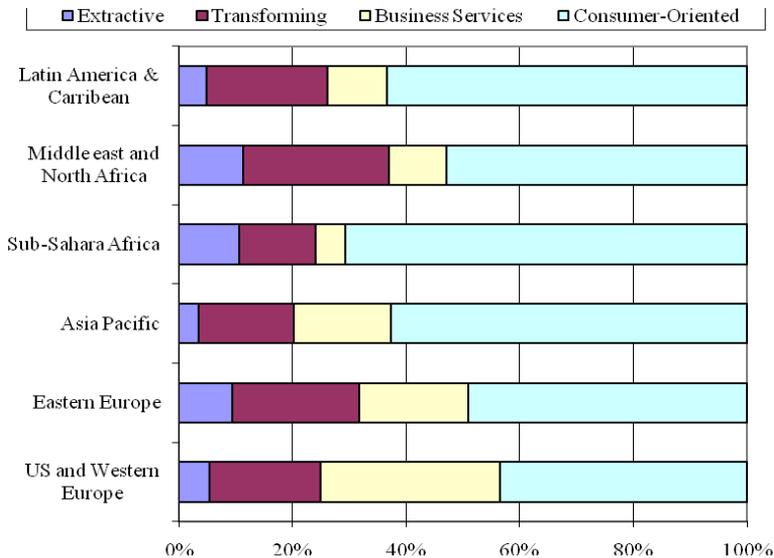
2 Países que se situam ao sul do Deserto do Sahara.

*Basicamente, os países do Leste Europeu, América Latina e Ásia dividem suas atividades econômicas em dois setores. Analisando estes setores, nenhuma dessas regiões possuem presença maior em qualquer deles. Avaliando as regiões, tanto a América Latina quanto a Ásia tem a maior parte de seus empreendedores no setor orientado ao consumidor. Porém, enquanto muitos países do Leste Europeu têm seus empreendedores operando no setor orientado ao consumidor, a distribuição é semelhante aos outros setores econômicos.*

*No caso dos Estados Unidos e da Europa ocidental, países estimulados pela inovação, não é surpresa seus empreendedores dominarem os setores de serviços para empresas. Esse setor tende a necessitar de capital humano com altos níveis de educação, que é mais facilmente encontrado nessas regiões, fornecidos por um sistema bem estabelecido de educação de qualidade.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010).

Figura 1.7: Distribuição dos Setores de Atividade Econômica da Atividade Empreendedora em Estágio Inicial pela Região Geográfica



Fonte: GEM *Global Report* 2010

### 1.3.2 Situação do Brasil

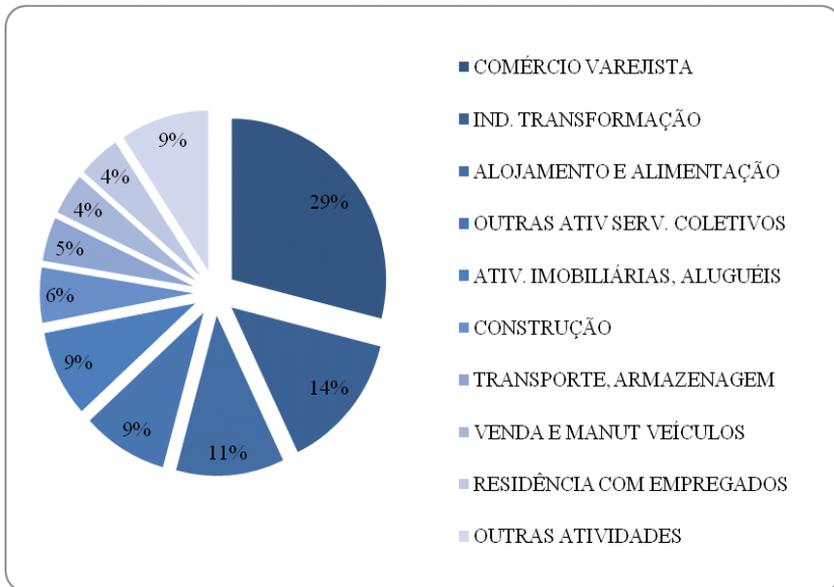
Para a análise do empreendedorismo brasileiro e sua segmentação na atividade econômica foi utilizada a Classificação Nacional de Atividades Econômica, CNAE, elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE.

No Brasil, o foco dos negócios criados está no atendimento ao consumidor final em empreendimentos orientados nessa direção. É um perfil de negócio com propensão à informalidade, pela baixa necessidade de recursos financi-

ros para a sua abertura e pela simplificação da complexidade organizacional.

A Figura 1.8 demonstra que em todos os anos em que a pesquisa GEM foi realizada no Brasil, 28% das atividades são no comércio varejista, 15% na indústria de transformação e 11% em alojamento e alimentação. Estes 3 (três) setores respondem por 54% dos setores econômicos envolvidos.

Figura 1.8 – Empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2002:2010

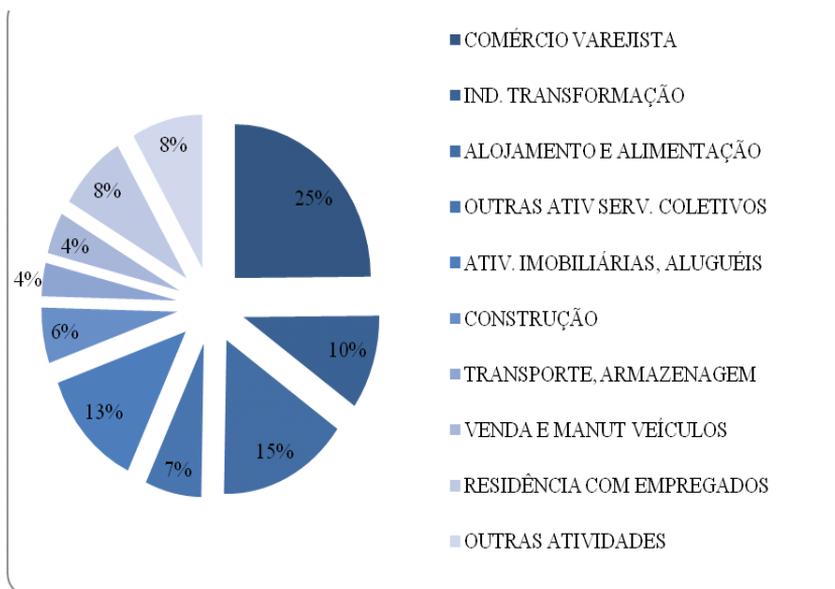


Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Os dados concernentes a 2010 (figura 1.9), apontam uma abrangência maior, com 4 (quatro) atividades ocupando 63% dos setores. O comércio varejista permanece com a maior prioridade pelos empreendedores, com 25%. Porém, alo-

jamento e alimentação ocupam o 2º lugar no *ranking*, com 15%. As atividades imobiliárias e alugueis com 13% e 10% na indústria de transformação.

Figura 1.9 – Empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

O ano de 2010 apresenta uma ligeira transformação nas atividades econômicas que os empreendedores estão trabalhando, onde o comércio continua forte, seguido pelo setor de serviços, ganhando espaço sobremaneira sobre o industrial.

O comércio varejista está concentrado em vendas de produtos por catálogo ou correio, alimentos, bebidas e peças de vestuário.

As atividades de alojamento e alimentação compreendem principalmente negócios como a abertura de bares e lanchonetes e o fornecimento de comida preparada na própria casa do empreendedor, sob encomenda.

As atividades imobiliárias e aluguéis abrangem principalmente serviços de assessoria e consultoria voltada às empresas.

A indústria de transformação engloba confecção de roupas e outros artigos têxteis, produtos de marcenaria e indústria alimentícia.

Na categoria de outras atividades e serviços coletivos estão reunidos serviços de salão de beleza, músicos, lavanderias, casas lotéricas e *lan houses*.

A atividade classificada como residência com empregados abrange os serviços domésticos como faxina, jardinagem e atendimento a demandas pessoais nas residências.

O Quadro 1.16, a seguir, ilustra as atividades econômicas e as características dos empreendedores brasileiros.

Entre os empreendedores motivados por oportunidade as atividades econômicas seguem a linha da TEA, onde o comércio varejista tem a preferência, seguido dos setores de alojamento e alimentação e de atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas).

Quadro 1.16 – Empreendedores iniciais e CNAE segundo motivação e estágio  
– Brasil – 2010 – Proporção (%)

Tipo de Atividade	Motivação		Estágio	
	Oportunidade	Necessidade	Nascentes	Novos
Comércio varejista	25%	26%	23%	27%
Ind. Transformação	10%	11%	11%	10%
Alojamento e alimentação	14%	21%	16%	10%
Atividades serviços coletivos	6%	8%	10%	8%
Atividades imobiliárias	14%	9%	13%	15%
Construção	6%	6%	1%	8%
Transporte e armazenagem	4%	2%	3%	4%
Venda e manutenção de veículos	5%	5%	6%	4%
Comércio atacadista	1%	1%	3%	1%
Residência com empregados	10%	5%	10%	9%
Outras atividades	5%	6%	4%	4%

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Já entre os por necessidade, o comércio permanece sendo o favorito, diminuindo a participação de vendas por catálogo ou correio, mas aumentando a proporção de atividades de alojamento e alimentação, diminuindo as atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas).

As atividades ligadas a alojamento e alimentação são buscadas mais pelos empreendedores motivados pela necessidade, enquanto as imobiliárias e aluguéis surgem pelas oportunidades percebidas no mercado, por isso um índice mais elevado entre os empreendedores por oportunidade.

O comércio varejista é o favorito entre os empreendedores nascentes, seguidos por atividades como alojamento e alimentação, atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas) e aluguel e indústria de transformação.

Entre os empreendedores de negócios novos a linha é semelhante com a dos nascentes, apenas com a diferença que a segunda atividade econômica preferida é a imobiliária e aluguéis.

Quadro 1.17 – Empreendedores iniciais e CNAE segundo gênero – Brasil – 2010

Tipo de atividade	Gênero	
	Masculino	Feminino
Comércio varejista	19%	33%
Ind. Transformação	10%	12%
Alojamento/alimentação	14%	20%
Atividades serv. Colet.	10%	5%
Atividades imobiliárias	17%	9%
Construção	11%	1%
Transporte/ armazenagem	6%	2%
Venda/manutenção de veículo	10%	-
Comércio atacadista	1%	1%
Residência com empregados	2%	16%
Outras atividades	-	1%

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

A preferência masculina recai sobre o comércio varejista e atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas), vindo após alojamento e alimentação e uma divisão semelhante entre construção, venda e manutenção de veículos, indústria de transformação e atividades de serviços coletivos.

As mulheres, em 33% dos casos, preferem atividades ligadas ao comércio varejista, com 20% com alojamento e alimentação, 16% residência com empregados (abrange serviços domésticos) e 12% na indústria de transformação.

Pode-se afirmar que atividades como construção, transporte e armazenagem, venda e manutenção de veículos são atividades tipicamente masculinas, pela maior necessidade de trabalho com exigências físicas. Já atividades voltadas à residência com empregados (abrange serviços domésticos) são atividades mais femininas (quadro 1.17).

Já o Quadro 1.18, a seguir, ilustra as atividades econômicas segundo escolaridade e faixa etária.

Os empreendedores com menor escolaridade elegem atividades voltadas à construção, enquanto os com maior número de anos de estudo buscam as atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas) e aluguel como seus negócios.

Para quem tem mais de 11 (onze) anos de estudo, a preferência é pelas atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas) e aluguel, porém, é o nível de escolaridade em que as opções de negócios se ampliam.

Quadro 1.18– Empreendedores iniciais e CNAE segundo escolaridade e faixa etária – Brasil – 2010

Tipo de atividade	Escolaridade (anos de estudo)				Faixa etária				
	Sem Ed.	1-4 anos	5-11 anos	Mais de 11 anos	18-24 anos	25-34 anos	35-44 anos	45-54 anos	55-64 anos
Comércio varejista	11%	21%	23%	15%	33%	28%	21%	20%	20%
Ind. Transformação	11%	8%	18%	10%	3%	13%	8%	18%	8%
Alojamento/alimentação	11%	14%	7%	5%	9%	13%	18%	21%	36%
Atividades serv. Colet.	-	3%	7%	10%	9%	6%	11%	2%	4%
Atividades imobiliárias	11%	5%	1%	30%	15%	14%	15%	5%	16%
Construção	33%	18%	14%	3%	8%	6%	3%	5%	8%
Transporte/ armazenagem	-	4%	7%	10%	7%	4%	2%	2%	4%
Venda/manutenção de veículo	11%	7%	3%	3%	5%	4%	5%	9%	-
Comércio atacadista	-	-	1%	3%	-	2%	2%	2%	-
Residência com empregados	-	9%	12%	3%	9%	6%	13%	7%	4%
Outras atividades	11%	11%	7%	8%	2%	4%	2%	9%	-

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

As atividades voltadas à construção, à venda e manutenção de veículos e o comércio varejista tem sua preferência aumentada quanto menor for o grau de escolaridade.

Entre os jovens na faixa etária entre 18 a 24 anos que iniciaram seus empreendimentos, o comércio varejista atinge 33% da preferência como atividade econômica. O ramo de construção tem o seu maior índice entre jovens desta faixa.

Na faixa etária dos 25 aos 34 anos, o comércio varejista continua forte, com o dobro de porcentagem das atividades na segunda posição de preferência, que são a indústria de transformação, alojamento e alimentação e atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas).

Os empreendedores entre 35 a 44 anos de idade têm sua preferência dividida entre o comércio varejista e o alojamento e alimentação, principalmente.

A faixa etária de 45 a 54 anos concentra metade dos seus empreendedores em 3 (três) atividades principais, que são o comércio varejista, alojamento e alimentação e a indústria de transformação.

Dos empreendedores com idades entre 55 e 64 anos 36% se concentram em alojamento e alimentação, vindo após o comércio varejista e as atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas).

Os negócios mais procurados pelos empreendedores, a medida em que a idade cresce estão as atividades ligadas ao alojamento e alimentação, enquanto para o comércio varejista ocorre o contrário, ou seja, perde a preferência a medida em que a idade aumenta.

O comércio varejista é característica maior do empreendedor do sexo feminino, escolaridade média com idade jovem.

A atividade de alojamento e alimentação chama a atenção das mulheres com educação abaixo dos 5 (cinco) anos de estudo e das pessoas com maior idade.

As atividades imobiliárias (atividades voltadas à assessoria e consultoria às empresas), no atendimento às empresas, tem sido opção de negócios para o empreendedor do sexo masculino, com escolaridade acima dos 11 (onze) anos de estudo, presente em todas as faixas etárias analisadas.

Vale ressaltar que a indústria de transformação não possui um perfil definido entre a população empreendedora brasileira, sendo opção de negócios sem distinção de gênero, idade e escolaridade.

Há uma tendência de crescimento dos setores de serviços e da indústria de transformação na participação da riqueza do país, além da manutenção das atividades comerciais já existentes.

## UMA QUESTÃO DE GÊNERO<sup>3</sup>

Gina G. Paladino<sup>4</sup>

O movimento que nós, mulheres, estamos conduzindo neste início do século 21 em quase todo o mundo é altamente estimulante. Sempre fomos essenciais para nutrir e proteger a espécie humana. Também somos fundamentais no cultivo dos valores éticos, estéticos e culturais que garantem a vida social e a unidade familiar.

Hoje, porém, estamos consolidando posições e conquistando novos espaços relevantes na sociedade e na economia. Atualmente 35% dos lares brasileiros são sustentados por mulheres. No mercado de trabalho as mulheres ocupam 42% das vagas e bravamente enfrentam muitos obstáculos no seu dia a dia. Além de cumprir dupla, às vezes tripla jornada, as pesquisas mostram que nós recebemos, em média, 35% a menos de salário do que os homens e levamos mais tempo para ser promovidas.

---

3 Este artigo foi baseado fundamentalmente nas pesquisas sobre empreendedorismo feminino coordenadas pelo especialista canadense Louis Jacques Filion, cujos resultados foram divulgados em artigos, entrevistas e palestras nos últimos anos.

4 Economista, com cursos de pós-graduação no Brasil, França, Japão e Suíça. Dedicou-se ao planejamento e à gestão de programas e projetos nas áreas de ciência, tecnologia, indústria, inovação, empreendedorismo e cooperação universidade-empresa, nas esferas pública, privada e no terceiro setor. Publicou livros, artigos em jornais, revistas e coletâneas e editou revistas e assinou prefácios de publicações. Exerceu as funções de Coordenadora de Ciência e Tecnologia da Secretaria de Ensino Superior, Ciência e Tecnologia do Estado do Paraná; Diretora da Incubadora Tecnológica de Curitiba; Coordenadora de Administração Estratégica do Instituto Eivaldo Lodi (IEL Nacional) – Brasília-DF; Diretora e Conselheira da Associação Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas (ANPROTEC); Correspondente da Agência de Notícias da Confederação Nacional da Indústria (CNI) na Europa; Diretora Executiva do Instituto Eivaldo Lodi (IEL Paraná) e Superintendente das Áreas de Pequenas Empresas Inovadoras e Subvenção e Cooperação da FINEP – Agência Brasileira de Inovação - Rio de Janeiro – RJ, dentre outras. Atualmente é Assessora da Presidência da Federação das Indústrias do Estado do Paraná.

No mundo da política a nossa representação ainda é pequena neste final de 2010: somente 13% dos governadores são mulheres, 8% dos prefeitos, 9% dos deputados federais, 12% dos senadores, 11% deputados estaduais e 12% dos vereadores brasileiros pertencem ao sexo feminino. Este é um campo que precisamos avançar mais rapidamente. No entanto, a equidade de gênero na vida política democrática não vai ocorrer naturalmente. Para tanto, é indispensável que o Brasil adote mecanismos inovadores de estímulo a participação da mulher na vida partidária e eleitoral, tal como aplicado em outras democracias.

No mundo dos negócios as pesquisas mostram que as brasileiras estão entre as mais empreendedoras do mundo. Milhões de mulheres pilotam suas próprias empresas no Brasil de hoje.

A idéia de empreendedorismo, e mais particularmente a idéia de criação de empresas, constitui uma peça chave no desenvolvimento de todas as sociedades ricas. Por isso este campo de atuação é muito promissor para as mulheres num Brasil que apenas se engatinha na geração de riquezas através de empresas inovadoras e competitivas.

O empreendedorismo é um processo pelo qual se faz algo novo e diferente com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade. Segundo o canadense Louis Jacques Filion, um dos maiores pesquisadores mundiais na área de empreendedorismo, os empreendedores podem ser descritos como visionários, pessoas que focalizam a realização de uma visão central.

O empreendedorismo é um domínio específico, um conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance às sociedades que o apóiam e o praticam. Sua base não é somente o conhecimento, mas, sobretudo, o saber-fazer e o saber-ser, ou seja, a forma como uma pessoa define-se a si próprio e como define a sua relação com o meio em que vive.

Por isso os modelos de educação na família, na escola e na comunidade são muito importantes para a formação de uma sociedade empreendedora.

Aprender a empreender e gostar de empreender significa antes de tudo desenvolver os dotes da liderança. Mais recentemente a necessidade de compartilhamento das riquezas geradas foi incorporada nesse aprendizado. Assim sendo, os empreendedores estão conseguindo se legitimar na sociedade em que vivem na medida da sua generosidade. É por isso também que assistimos o crescimento de projetos sociais e ambientais sustentados por empresas.

O empreendedorismo feminino tem crescido em todo o mundo nas últimas décadas. Esse fenômeno também está intimamente ligado ao aumento do número de mulheres que avançam na formação educacional de nível técnico e superior. Felizmente isto também ocorre em grande proporção no nosso país.

No caso do Brasil, neste momento é muito mais fácil evidenciar o papel da mulher em diversos contextos, inclusive no setor empresarial, devido a três razões principais:

- A pesquisa do GEM de 2010 demonstra novamente que as mulheres são metade dos empreendedores brasileiros.
- Uma mulher foi eleita presidenta da República Federativa do Brasil.
- O IBGE constatou em 2010 que existem mais mulheres do que homens na nossa população de mais de 190 milhões de habitantes.

A presença da mulher está evoluindo nos pequenos negócios, nas empresas familiares e como profissionais liberais. Nos últimos 30 anos, nos quais Fillion vem pesquisando o fenômeno do empreendedorismo, ele constatou uma progressão contínua das mulheres empreendedoras em posições de liderança,

ressaltando algumas das suas principais características:

- Elas têm melhor conhecimento do mercado
- Apresentam maior estabilidade
- São mais bem preparadas (elas tendem a fazer suas lições de casa)
- Progridem mais lentamente (mulheres tomam conta da família)
- Planejam melhor
- Quando iniciam seus negócios acreditam em menor proporção do que os homens de que tem a competência necessária para ter sucesso.
- Parecem ter uma integração maior entre suas atividades pessoais e profissionais.
- Quando iniciam seus negócios, após os 50 anos de idade tem objetivos diferentes dos homens (querem permanecer ativas)
- 25% das mulheres acreditam que são tratadas diferentemente pelas instituições financeiras por serem mulheres

Quanto aos empreendimentos criados pelas mulheres, Fillion aponta para as seguintes características:

- São negócios menores
- Tendem a estar no setor de serviços
- A taxa de sobrevivência das empresas criadas por mulheres é maior

- Mulheres usam entre 30% e 50% do capital usado por homens para iniciar um novo negócio
- As mulheres parecem encontrar mais dificuldades para acessar recursos financeiros, humanos e capital social do que homens.

Na área de gestão das organizações, as mulheres:

- Parecem ter um estilo de gerenciamento mais participativo.
- Importam-se mais com seus empregados e clientes.
- Tendem a ser mais jovens e com menos experiência do que os homens ao iniciarem seus negócios.
- Não parecem usar o mesmo critério dos homens para definir sucesso.
- Gastam mais tempo e recursos do que os homens com seus entes queridos.
- São mais envolvidas do que os homens em atividades voluntárias para ajuda a comunidade
- Apontam mais razões familiares para iniciar seus negócios.

As recomendações de Filion para as entidades públicas e privadas que pretendem apoiar o desenvolvimento do empreendedorismo feminino são as seguintes:

- Tornar o pessoal das instituições e das organizações públicas, tais como bancos, mais conscientes das características e diferenças das mulheres empreendedoras.

- Desenvolver premiações para as mulheres empreendedoras.
- Viabilizar o acesso a informações atualizadas.
- Contribuir para a atualização de habilidades gerenciais e empreendedoras.
- Criar sistemas de *coaching* e mentores individualizados.
- Realizar e apoiar eventos sobre empreendedorismo feminino.
- Fomentar pesquisas sobre empreendedorismo feminino.
- Estimular e divulgar a elaboração de estudos de casos.

Neste ponto creio que é oportuno citar o Grameen Bank, fundado em 1976, pelo economista bengalês, Muhammad Yunus, vencedor do prêmio Nobel da Paz, que conseguiu retirar milhões de pessoas da pobreza extrema viabilizando o empreendedorismo através de pequenos empréstimos produtivos concedidos às mulheres.

Perguntado por que emprestar somente às mulheres, Yunus responde que, além de empreendedoras, elas são altamente responsáveis pela sobrevivência das suas famílias e boas pagadoras. Este banco popular conta com mais de 7 milhões de clientes em Bangladesh.

A exitosa experiência do Grameen Bank demonstra como é importante criar sistemas de crédito facilitado desenhados especialmente para mulheres. No meu entendimento, este é um caminho que deve ser trilhado pelo Brasil que apenas se inicia na expansão do microcrédito, nas cooperativas de crédito e sociedades de garantia de crédito. Apesar de algumas experiências de sucesso

ainda falta-nos escala e capilaridade no crédito produtivo para os pequenos negócios.

Felizmente hoje milhares de gestores públicos e privados em todo o país estão convencidos de que o desenvolvimento econômico sustentável do Brasil só será alcançado quando for amplamente apoiado em uma sociedade empreendedora.

Mas, além do crédito, uma sociedade empreendedora deve eliminar completamente a burocracia, especialmente aquela que dificulta a abertura de novas empresas. Milhares de homens e mulheres são desestimulados todos os dias a empreender no Brasil devido a gigantescos obstáculos burocráticos arcaicos que desafiam o nosso bom senso.

Nossos empreendedores perdem muito tempo para transformar uma idéia ou um projeto numa empresa. Nestas tentativas muitos acabam desistindo. Diversas pesquisas mostram que o Brasil é um dos campeões mundiais da burocracia. Portanto, “mutirões de desburocratização” nas esferas públicas federal, estadual e municipal precisam ser frequentemente mobilizados. Desburocratizar ainda é um verbo que continua na moda por aqui!

Para nós, mulheres, as barreiras burocráticas são ainda mais penosas porque dispomos de menos tempo do que os homens para fazer funcionar os nossos empreendimentos. Temos que cuidar dos filhos, dos pais, acompanhar os tios nos exames médicos, fazer o almoço da família. Assim, o número de novos negócios criados pelas mulheres só não é maior porque nos ocupamos dos afazeres domésticos e da família. Por isso, os programas de capacitação em gestão destinados a mulheres devem também considerar esta particularidade da alocação do tempo feminino.

É fundamental ampliar as premiações das empresas de sucesso pilotadas por mulheres para demonstrar que os negócios femininos estão dando resultados. Nas áreas de inovação, recursos humanos, *marketing*, exportação etc. Isto contribui para reforçar a autoconfiança das mulheres no mundo dos negócios. E creio ser indispensável para estimular novas gerações de empreendedoras inovadoras.

Em 2006 tive o privilégio de planejar e coordenar uma publicação que contém o perfil de 10 empresárias de sucesso no setor industrial do Paraná, patrocinada pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), cujo título é CAPI-TÃS DA INDÚSTRIA PARANAENSE. Hoje estas ‘Capitãs’ podem também ser conhecidas, em capítulos, no [www.mulheresnopoder.com.br](http://www.mulheresnopoder.com.br).

Filion sugere criar o ‘Dia do Empreendedorismo Feminino’. Neste dia as empresárias receberiam seus prêmios de reconhecimento e falariam em salas de aula aos estudantes sobre suas experiências no mundo dos negócios.

Portanto, criar um ambiente social propício ao surgimento e desenvolvimento de empreendimentos é uma tarefa sistêmica que envolve ações de governo, de entidades de fomento e apoio e organizações empresariais.

A pesada carga de impostos, as elevadas taxas de juros e o câmbio desalinhado, por exemplo, são desequilíbrios macroeconômicos desanimadores para as iniciativas empreendedoras.

Uma idéia para se avançar nesta direção é criar uma instância governamental de coordenação de todas as atividades públicas de suporte ao empreendedorismo.

Neste início de um novo governo as esperanças de milhões de empreendedores de todo o Brasil se renovam, especialmente com uma mulher ocupando o cargo máximo do poder executivo federal. Nesse novo contexto as empreendedoras brasileiras estarão atentas e com grande expectativa em relação a criativas ações governamentais.

# 2

## **ATITUDES EMPREENDEDORAS**



Mantendo a coerência com os resultados observados ao longo dos anos, as taxas da pesquisa GEM que mensuram o empreendedorismo no Brasil situam-se entre as mais altas, quando comparadas ao grupo completo de países, subgrupos de regiões ou estágio econômico.

Independente de aspectos mais profundos a serem considerados com relação ao nível de sofisticação dos empreendimentos ou aos motivos que impulsionam para a criação de novos negócios, o fato real - o brasileiro empreende. Esse fato extremamente positivo tem entre suas principais bases a mentalidade e atitude da população.

Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*As atitudes empreendedoras revelam a disposição geral da população com relação ao empreendedorismo e aos empreendedores. As sociedades são beneficiadas com a presença de indivíduos capazes de reconhecer oportunidades de negócios no ambiente, bem como por aqueles que percebem a própria capacidade e habilidades para explorar tais oportunidades. Além disso, se a atitude geral de um país em relação ao empreendedorismo é positiva, propiciará o suporte para a atividade empreendedora em aspectos como disponibilidade de recursos, apoio de redes de relacionamento, programas de apoio, entre outras.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL, 2010)

A atitude empreendedora é avaliada pelo GEM por meio de diversos indicadores, os quais são agrupados na análise global de 2010, conforme abaixo:

- Percepção de oportunidades e capacidades. Em que medida as pessoas acreditam que existem boas oportunidades para iniciar negócios e sua capacidade para realizá-los.

- Medo do fracasso. O nível do risco que as pessoas estão dispostas a assumir para iniciar um novo negócio.
- Percepções sobre a atividade empreendedora e o empreendedor. Como o empreendedor é visto em termos de *status* na sociedade, opção de carreira e como a mídia trata do assunto empreendedorismo.
- Intenções empreendedoras. As intenções dos indivíduos de optarem pela carreira empreendedora.

As considerações que seguem compreendem análises desenvolvidas no relatório global do GEM 2010 sobre a temática e as descrições dos dados obtidos para o Brasil, comparados ao grupo de países classificados como impulsionados pela eficiência e, dentro desse grupo, aos pertencentes à América Latina e Caribe.

### **2.1 Oportunidades e capacidades percebidas**

Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*As pessoas podem decidir iniciar um negócio ao reconhecerem, talvez inesperadamente, as oportunidades específicas de negócios. Muitas vezes, não havia sequer ocorrido o pensamento de se tornar um empreendedor antes do surgimento da idéia. Outros, primeiramente decidem tornarem-se empreendedores para após iniciarem um levantamento de idéias. Empreendedores podem reconhecer as oportunidades com muita antecedência, ou pouco antes de criar as suas empresas. Consequentemente, o processo de percepção de oportunidades em relação ao início de novos negócios pode assumir diversas formas.*

*A energia empreendedora de uma economia decorre, pelo menos em parte, de indivíduos que percebem oportunidades de iniciar um negócio na área em que vivem. Essas pessoas são mais encorajadas pela crença em suas capacidades para iniciar os tipos de negócios que estão imaginando. A quantidade e a qualidade das oportunidades que percebem, e a sua convicção sobre suas capacidades, pode ser afetada por várias condições do ambiente. Por exemplo, o crescimento econômico, a cultura e a educação. Diferentes grupos demográficos podem fazer julgamentos distintos sobre as oportunidades e capacidades, que poderão ser incorporados em fatores históricos, sócio-econômicos ou culturais.*

*Ao mesmo tempo, os formuladores de políticas podem tentar estimular essas atitudes. Políticas podem ser explicitamente dirigidas a grupos que exibem baixas capacidades percebidas ou reais.*

*Assim, um determinado conjunto de condições nacionais pode afetar direta ou indiretamente as capacidades percebidas.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)

Quadro 2.1 – Percepção de oportunidades e capacidades empreendedoras segundo grupo de países – 2010

Grupo de Países	% da população de 18-64 anos que afirmam ter encontrado boas oportunidades para se começar um novo negócio na região em que vive.			% da população de 18-64 anos que afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio.		
	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionados por fatores	38,8	81,4	61,8	56,2	86,7	71,5
Impulsionados pela eficiência	17,5	71,4	42,9	22,7	82,8	55,9
Impulsionados pela eficiência (América Latina)	46,4	71,4	57,7	57,9	82,8	69,5
Impulsionados pela inovação	5,9	66,1	32,8	13,7	59,5	44,4

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro 2.2 – Percepção de oportunidades e capacidades empreendedoras – Brasil – 2010

Brasil	% da população de 18-64 anos que afirmam ter encontrado boas oportunidades para se começar um novo negócio na região em que vive.	% da população de 18-64 anos que afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio.
Todos respondentes	48,1	57,9
Empreendedores Iniciais	56,2	77,6

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

A constatação geral da pesquisa é de que as proporções de populações que percebem oportunidades de negócios na região em que vivem e que acreditam possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários, são mais altas em países de menor desenvolvimento econômico.

Isto pode ser observado no quadro 2.1 que mostra os países impulsionados por fatores com a média mais alta do que os impulsionados pela eficiência nos dois indicadores considerados e estes, por sua vez, com média superior aos impulsionados pela inovação. Segundo o GEM Global 2010, isto pode parecer uma contradição se não se considerar, por exemplo, que os indivíduos em países de diferentes estágios de desenvolvimento econômico podem ter diferentes tipos de negócios em mente.

No Brasil, ao se considerar a população como um todo, no indicador sobre percepção de oportunidades, a média de 48,1% é superior a do grupo impulsionado pela eficiência (42,9%), porém inferior ao grupo da América Latina e do Caribe (57,7%). A análise, quando focada naqueles que já são empreendedores a situação altera, observando-se uma média (56,2%) bem próxima da América Latina e Caribe (quadro 2.2).

Se avaliada a percepção de capacidades, o quadro do Brasil, comparado aos mesmos grupos de países, tem comportamento semelhante ao indicador anterior, porém com distâncias mais acentuadas. Uma diferença que merece destaque é que no grupo de empreendedores a proporção é ainda mais alta do que na média do grupo da América Latina e do Caribe.

Para o Brasil, este resultado, no que concerne à percepção de capacidades, vem se repetindo em todos os anos de pesquisa e provoca questionamentos. Fatos já demonstrados em outros estudos sobre empreendedorismo no Brasil indicam que algumas das lacunas para o sucesso dos empreendedores no País têm sido

relacionadas às deficiências no conhecimento e nas habilidades desenvolvidas pelos indivíduos para gerenciar negócios.

Sobre essa aparente contradição cabe aqui reproduzir comentários já feitos na publicação Empreendedorismo no Brasil 2009:

*“...nos países “impulsionados por fatores”, dado a singeleza e rudimentariedade dos empreendimentos tradicionalmente criados, a população percebe que de fato possui as capacidades requeridas para tais empreendimentos. Numa segunda perspectiva, em função dos baixos níveis de escolaridade e capacitação para o empreendedorismo, as pessoas sequer supõem que não possuem determinados conhecimentos úteis e necessários para uma carreira empreendedora. De maneira inversa se explica a menor percepção obtida entre os países mais desenvolvidos: o ambiente de negócios é mais complexo exigindo mais dos empreendedores e a consciência das lacunas de capacitação se mostram presentes como reflexo da melhor qualidade de educação nesses países.” (MACHADO et al, 2009, pag.42).*

### **2.2 Medo do fracasso**

Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*Muitas vezes, o lado negativo do risco do fracasso supera até mesmo os ganhos mais promissores imaginados em caso de sucesso. Em outras palavras, mesmo que o retorno esperado do empreendimento seja consideravelmente mais elevado do que a segunda melhor alternativa, a percepção do risco de iniciar um negócio pode ter maior peso para alguns indivíduos. A propensão a correr riscos pode, portanto, desempenhar um papel importante na transição entre o potencial (ou latente) empreendedor e o efetivo início de um negócio. Poderia se supor também que o empreendedorismo é afetado pela visão geral da população sobre o risco,*

*visto que os empreendedores dependem do envolvimento de outros interessados, como funcionários, investidores, fornecedores e outros.*

*Características como idade, sexo ou etnia podem influenciar o medo do fracasso. Os jovens em geral, por exemplo, não estão ainda comprometidos com famílias para sustentar e com outras dívidas - o que favorece a sensação de ter menos a perder. Os imigrantes podem ter menos acesso a empregos mais estáveis e rentáveis e, portanto, têm menos opções para geração de renda. O ambiente institucional também pode afetar este sentimento: por exemplo, uma legislação sobre falências pode dissuadir potenciais empreendedores de seguir em frente com seu empreendimento.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)

Quadro 2.3 – Medo do fracasso segundo grupo de países

Grupo de Países	Afirmam que o medo de fracassar os impediria de começar um novo negócio.*		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionados por fatores *	10,4	46,9	28,9
Impulsionados pela eficiência *	11,6	45,3	31,7
Impulsionados pela eficiência (América Latina) *	11,6	36	27,8
Impulsionados pela inovação *	23,8	50,9	33,1

\* % da população de 18-64 anos que afirmam ter encontrado boas oportunidades para se começar um novo negócio na região em que vivem.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Enquanto a percepção sobre oportunidades e capacidades percebidas pelos respondentes em todos os países estudados têm diferenças significativas entre eles, o medo do fracasso mantém índices semelhantes, com diferenças pequenas entre os grupos de países (quadro 2.3).

Quadro 2.4 – Medo do fracasso - Brasil 2010

Brasil	Afirmam que o medo de fracassar os impediria de começar um novo negócio.*
Todos respondentes	33,2
Empreendedores Iniciais	26,2

\* % da população de 18-64 anos que afirmam ter encontrado boas oportunidades para se começar um novo negócio na região em que vivem.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

A população dos países impulsionados pela inovação possui a maior taxa de medo do fracasso, com 33,1%, mesmo valor dos brasileiros, que foi de 33,2%. Os países impulsionados por fatores têm a menor taxa, com 28,9%. Os países impulsionados pela eficiência têm índice de 31,7%. Porém, ao analisar os países da América Latina dentro da categoria impulsionados pela eficiência, o medo do fracasso diminui para 27,8%, inferior à população dos países impulsionados por fatores. No Brasil, os empreendedores em estágio inicial possuem taxas ainda menores de medo do fracasso, ou seja, de 26,2% (quadro 2.4).

Segundo o Relatório Global GEM 2010:

*A pesquisa GEM 2009 mostra que nos países impulsionados por fatores e estimulados pela eficiência, aqueles com as mais altas taxas de medo do fracasso são os que possuem as menores taxas de intenção em iniciar um negócio. Adicionalmente, de acordo com a amostra, o medo do fracasso é menor entre aqueles que percebem boas oportunidades para iniciar um negócio quando comparados com a população em geral. Estes dados sugerem ser possível aumentar as percepções sobre oportunidades e crescer as intenções de abertura de empreendimentos se for reduzido o medo do fracasso. Mudanças na política podem ter alterações positivas na propensão ao risco. Por exemplo, removendo a larga vantagem que os empregos nas grandes empresas (aquelas que oferecem vantagens no que tange aos benefícios de saúde e previdência, ampliando o conhecimento das financiadoras e investidores em acessar capital de risco, reduzindo as consequências negativas do medo do fracasso, tais como leis de falência e proteção contra o desemprego).*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)

### 2.3 Percepções sobre o empreendedorismo

Segundo o Relatório Global GEM 2010:

*De tempos em tempos as sociedades e organizações desenvolvem culturas particulares e expectativas sociais, refletindo os valores, normas e um entendimento compartilhado entre seus membros sobre como as coisas são executadas. Isto pode servir como mecanismo informal do governo, guiando atividades nesta direção ou mais métodos administrativos formais. Conformidade e sanções sociais podem funcionar para manter um equilíbrio particular; às vezes preservando interesses especiais ou criando resistências às mudanças. Consequentemente elementos culturais e sociais são duradouros ou lentos evoluindo com qualidade.*

*Uma cultura empreendedora pode ser reforçada com percepções como o status que a sociedade confere ao empreendedor e a percepção de que o empreendedorismo pode ser uma boa opção de carreira. A mídia pode reforçar notícias sobre empreendedores, como, por exemplo, revistas e programas de televisão mostrando empreendedores de destaque, matérias de jornais relatando histórias de sucesso individual. Empreendedores como heróis e suas histórias de sucesso podem moldar significativamente a impressão da sociedade. Formuladores de políticas públicas podem tomar ações específicas para destacar empreendedores e moldar percepções culturais.*

*A pesquisa de 2010 mostra que a percepção sobre o empreendedorismo como opção de carreira, o status do empre-*

*endedor; atenção da mídia sobre o empreendedorismo têm todos médias maiores nos países impulsionados por fatores. Estes indicadores vão declinando geralmente dos países por fatores para os impulsionados pela eficiência, para os impulsionados pela inovação, apesar da média do alto status que os empreendedores dos países de eficiência e inovação serem semelhantes. Uma explicação para este fenômeno é que a população dos países impulsionados por fatores considera a atividade empreendedora como uma “válvula de escape, onde : é melhor estar envolvido em qualquer atividade produtiva do que em algum emprego formal, mesmo que essa atividade tenha sido iniciada por necessidade.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL, 2010)

Quadro 2.5 – Percepções sobre o empreendedorismo segundo grupo de países – 2010

Grupo de Países	% da população de 18-64anos que afirmam que empreender é uma boa opção de carreira.			% da população de 18-64 anos que afirmam que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm <i>status</i> e respeito perante a sociedade.			% da população de 18-64 anos que afirmam que vêem constantemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos.		
	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionados por fatores	55,6	91,1	75,3	59,7	92,3	81	34,3	81,9	65,3
Impulsionados pela eficiência	55	89,1	72,8	49,9	92,7	69,8	41,8	88	62,5
Impulsionados pela eficiência (América Latina)	64,3	88,6	77,5	61,8	79	71	43,3	81,2	62,4
Impulsionados pela inovação	28,4	85,4	59,5	51,2	86,5	70,5	34,5	71,4	55,4

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro 2.6 – Percepções sobre o empreendedorismo – Brasil – 2010

Brasil	% da população de 18-64anos que afirmam que empreender é uma boa opção de carreira.	% da população de 18-64 anos que afirmam que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm <i>status</i> e respeito perante a sociedade.	% da população de 18-64 anos que afirmam que vêem constantemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos.
Todos respondentes	78	79	81,1
Empreendedores Iniciais	76,2	83,4	83,3

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Empreender é considerado uma boa opção de carreira para mais de 70% da população dos países impulsionados por fatores e pela eficiência, enquanto a média entre os países impulsionados pela inovação é de 59,5% (quadro 2.5).

Vanuatu é o país impulsionado por fatores com menor média quando considerado o empreendedorismo como boa opção de carreira. A Hungria, a Costa Rica e o Japão, em suas categorias de países impulsionados pela eficiência, na América Latina e impulsionados pela inovação, respectivamente, são os países com a menor média das populações considerando como boa a opção de carreira do empreendedor. Já Gana, país impulsionado por fatores, é o país que tem a maior média na população que considera o empreendedorismo uma boa opção de carreira, com índices acima dos 85%. Também são os líderes nas suas categorias de países nesse aspecto, a Tunísia e a Colômbia, países impulsionados pela eficiência na América Latina e a Holanda como economias estimuladas pela inovação.

Entre a população brasileira, 78% consideram o empreendedorismo como uma boa opção de carreira, enquanto esse índice baixa para 76,2%, entre os empreendedores brasileiros em estágio inicial (quadro 2.6).

Observa-se que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm respeito e *status* perante a sociedade, com médias semelhantes, superior a 70% entre os países impulsionados pela eficiência e pela inovação, e acima de 80% entre os impulsionados por outros fatores (quadro 2.5).

Na América Latina, o Uruguai é o país onde sua população confere menor média no que tange ao *status* e respeito que o empreendedor tem perante a sociedade, entre os países impulsionados pela eficiência, Guatemala, país impulsionado por fatores, Croácia, impulsionado pela eficiência, e Bélgica,

impulsionado pela inovação, são os países com menor média dentro de suas categorias de países.

Gana, país impulsionado por fatores, tem a maior média entre os países analisados, bem como Tunísia, país impulsionado pela eficiência. Brasil, país latino-americano impulsionado pela eficiência, e Finlândia, país impulsionado pela inovação, lideram entre os países em suas categorias de desenvolvimento econômico.

A população brasileira conferiu a maior média ao quesito referente ao *status* e respeito que os empreendedores têm perante a sociedade, entre os países latino-americanos impulsionados pela eficiência, de 79%, sendo que entre os empreendedores em estágio inicial a média foi ainda maior, de 83,4% (quadro 2.6).

Mais de 60% das populações dos países impulsionados por fatores e impulsionados pela eficiência vêm constantemente na média histórias de empreendedores bem sucedidos, enquanto esse índice é de 55% nos países impulsionados pela inovação (quadro 2.5).

Vanuatu e Grécia são os países cujas populações vêm com menos frequência na média histórias de empreendedores de sucesso, entre os países de mesma categoria, respectivamente impulsionados por fatores e impulsionados pela inovação, bem como a Croácia e o Uruguai, países impulsionados pela eficiência. Já na Malásia, país impulsionado pela eficiência, sua população é a que mais acompanha na média histórias sobre empreendedores de sucesso, entre os países de mesma categoria, como são os casos da população de Uganda, país impulsionado por fatores, Peru, país latino-americano impulsionado pela eficiência, e Finlândia, país impulsionado pela inovação, à frente na sua categoria de países.

O brasileiro vê constantemente notícias sobre empreendedores de sucesso na mídia, 81,1%. Entre os empreendedores em estágio inicial este índice é ainda maior, de 83,3% (quadro 2.6).

## 2.4 Intenção Empreendedora

Segundo o Relatório Global GEM 2010:

*Mesmo quando os indivíduos possuem percepções favoráveis ao empreendedorismo pode ser que ninguém tenha interesse em iniciar um negócio. Este é o caso de vários países europeus. Apesar de altos índices de atitudes e percepções sobre o empreendedorismo, não são altas as taxas de intenções em abrirem negócios. Uma variedade de características nacionais pode explicar este fenômeno. Por exemplo, “red tape” pode representar desfavoráveis encargos administrativos ou custos elevados para iniciar um negócio, enquanto os “países de bem estar”, enquanto pensam em estarem protegendo seus cidadãos, podem estar reduzindo os incentivos para o empreendedorismo.*

(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL, 2010)

Quadro 2.7 – Intenção empreendedora segundo grupos de países – 2010

Grupo de Países	Afirmam ter intenção de empreender. **		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionados por fatores	1	77,1	42,6
Impulsionados pela eficiência	2,6	46,3	23,2
Impulsionados pela eficiência (América Latina)	13,2	46,3	31,1
Impulsionados pela inovação	2,9	15,7	15,7

\*\* % da população de 18-64 anos que não está envolvida em nenhum tipo de atividade empreendedora.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro 2.8 – Intenção empreendedora – Brasil – 2010

Brasil	Afirmam ter intenção de empreender. **
Todos respondentes	26,5

\*\* % da população de 18-64 anos que não está envolvida em nenhum tipo de atividade empreendedora.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

A população dos países com menor grau de desenvolvimento possuem maiores intenções de iniciarem um empreendimento (quadro 2.7).

Menos de 3% da população do Japão, país impulsionado pela inovação, Arábia Saudita, impulsionado por fatores, e Rússia, país impulsionado pela eficiência, tem a intenção de empreender, entre os grupos de países que eles pertencem. A Costa Rica é o país com menor intenção de empreender de sua população, 13,2%, entre os países impulsionados pela eficiência da América Latina. Uganda, país impulsionado por fatores, Equador, pela eficiência, e Islândia,

pela inovação, são os países, dentro das suas respectivas categorias, com população com as maiores intenções de empreender.

No Brasil, em 2010, a TEA foi de 17,5%, enquanto 26,5% da população em idade adulta têm a intenção de empreender nos próximos anos, índice superior aos países impulsionados pela inovação e pela eficiência, mas é inferior à mesma categoria dos impulsionados pela eficiência na América Latina e aos países impulsionados por fatores (quadro 2.8).



# 3

## ASPIRAÇÕES EMPREENDEDORAS



Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*O empreendedor difere na variedade e nível das aspirações que tem para o seu negócio. Têm ambições particulares sobre como prospectar seu crescimento. Adicionalmente introduzem produtos ou serviços exibindo períodos de inovação: nível de novidade do produto e do mercado, bem como a existência de concorrência para o seu negócio. Empreendedores também podem aspirar buscar atingir o mercado internacional para seus produtos e serviços. Com essas ambições, o empreendedor tem o potencial de impactar significativamente o crescimento na geração de empregos como vantagem comparativa para as economias nacionais.*

*Neste capítulo as aspirações dos empreendedores em estágio inicial são analisadas, quanto às suas expectativas na geração de empregos nos próximos 5 (cinco) anos, o grau de inovação dos novos negócios, quanto ao grau de novidade do produto ou serviço oferecido e o grau de concorrência. A idade da tecnologia que está sendo utilizada nos empreendimentos, bem como a orientação internacional dos mesmos também é considerada neste capítulo.*

*(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)*

### **3.1 Geração de empregos**

A importância da geração de empregos pelas empresas na economia de qualquer país é evidente. O empreendedorismo é fator decisivo para a geração de novos empregos. A formação de novas empresas gera empregos, distribui renda e cria oportunidades para toda a população. Empreendedores tornam-se exemplos, assumindo riscos ao transformar suas empresas e instigando outras pessoas por meio de suas conquistas e determinação. Portanto, a promoção de um modelo de desenvolvimento, abalizado no estímulo à atividade empre-

enedora é a forma mais eficiente de impactar a economia e a estrutura das sociedades.

Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*O GEM pergunta aos empreendedores em estágio inicial quantos empregados eles possuem no momento da realização da pesquisa e quantos pretendem ter nos próximos 5 (cinco) anos. Esta diferença representa a expectativa de crescimento do empreendimento. Aproximadamente 55% de todos os empreendedores em estágio inicial esperam criar entre 1 e 5 empregos. Entretanto, apenas 9% dos novos negócios esperam criar 20 (vinte) ou mais empregos, mostrando que é menor o predomínio da projeção de alto crescimento. Dessa forma, é estimada a criação de 63 milhões de empregos nas 59 economias que esperam pelo menos empregar 1 (um) novo trabalhador nos próximos 5 (cinco) anos, e entre esses, 27 milhões esperam empregar pelo menos 20 (vinte) pessoas no mesmo período, ilustrando a contribuição do empreendedorismo no crescimento do emprego ao redor do mundo.*

*Empreendedores de alto crescimento, também conhecidos como “gazelas”, termo popularizado nos Estados Unidos pelo economista David Birch, recebem alta atenção dos formuladores de políticas públicas graças às suas contribuições na geração de empregos pelas novas empresas (AUTIO, 2007; ACS, 2008). De fato, há vários estudos demonstrando que as aspirações empreendedoras de alto crescimento lideram o crescimento da economia (BAUM et al., 2001; WIKLUND AND SHEPHERD, 2003). Isto implica afirmar que os esforços feitos para o crescimento das aspirações e habilidades pode ser traduzido em benefícios concretos.*

*(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)*

A geração de empregos por parte dos empreendedores em estágio inicial é maior nos países impulsionado pela eficiência do que nos países de diferentes níveis de desenvolvimento econômico, como mostra o quadro 3. 1.

Quadro 3.1 – Expectativa de criação de 10 ou mais empregos pelos empreendedores iniciais segundo grupo de países – 2010

Grupo de Países	Afirmam ter intenção de contratar 10 ou mais pessoas nos próximos 5 anos*		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionado por fatores	0,8	28,4	8,4
Impulsionado pela eficiência	4,9	29,3	16,7
Impulsionado pela eficiência (América Latina)	6,3	22,6	13
Impulsionado pela inovação	5,5	23,3	14,6

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Os empreendedores em estágio inicial da Romênia, país impulsionado pela eficiência, são os mais propensos a gerarem pelo menos 10 (dez) novos empregos nos próximos 5 (cinco) anos. Entre os países impulsionados por fatores, os empreendedores da Arábia Saudita, são os que pretendem contratar mais pessoas nos próximos anos, o mesmo destaque no Chile e Estados Unidos, país latino americano impulsionado pela eficiência e inovação, respectivamente.

Os empreendedores em estágio inicial de Vanuatu, país impulsionado por fatores, são os menos propensos a contratarem pelo menos 10 (dez) pessoas nos próximos 5(cinco) anos. Os países com menor propensão a gerarem pelo menos 10 (dez) novos postos de trabalho nas suas categorias de países são a Malásia, impulsionado pela eficiência, o Equador, latino americano impulsionado pela eficiência e a Espanha, impulsionado pela inovação.

Quadro 3.2 – Expectativa de criação de 10 (dez) ou mais empregos nos próximos 5 (cinco) anos pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010

Brasil	Afirmam ter intenção de contratar 10 ou mais pessoas nos próximos 5 anos*
Empreendedores em Estágio Inicial	9,8

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Na esfera mundial, o Brasil está em 38º no *ranking*, onde de 10 (dez) empreendedores em estágio inicial, 9 (nove) esperam gerar pelo menos um emprego. O Brasil está atrás de países como o Egito (27º), Eslovênia (16º), África do Sul (15º) e Letônia (3º).

Os empreendedores em estágio inicial no Brasil estão abaixo da média dos países do mesmo nível de desenvolvimento econômico com respeito à geração de empregos nos próximos 5 (cinco) anos, mostrado no quadro 3.1.

O quadro 3.2 apresenta que menos de 10% pretendem contratar pelo menos 10 (dez) pessoas para trabalharem em seus negócios nos próximo 5 (cinco) anos.

A confiança dos empreendedores brasileiros mostra-se baixa ao se considerar as possibilidades de expansão dos seus empreendimentos, como pode ser notado no quadro 3.3. Também se observa que pouco mais de 36% dos empreendedores, em 2010, não possuem expectativas de criação e geração de qualquer emprego no prazo de 5 (cinco) anos, e pouco mais de 23% objetivam gerar 6 (seis) ou mais postos de trabalho. Isto significa dizer que, dos 21,1 milhões de empreendedores brasileiros em 2010, 4,9 milhões estimam a geração de pelo

menos 6 empregos através de seus empreendimentos nos próximos 5 (cinco) anos. Vale ressaltar que, em comparação com o ano anterior, **houve um aumento** substancial nesta proporcionalidade, que era de 15,2%, a expectativa de criação de 6 (seis) empregos ou mais nos próximos 5 (cinco) anos.

Quadro 3.3 – Expectativa de criação de empregos pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010

Expectativa de criação de emprego (5º ano)	2010
Nenhum emprego	36,7
De 1 a 5 empregos	40,2
De 6 a 19 empregos	15,2
Mais de 20 empregos	8,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro 3.4 – Expectativa de criação de pelo menos 6 empregos pelos empreendedores iniciais segundo nível de escolaridade – Brasil – 2010

Grau de Escolaridade	Proporção
Ensino fundamental Incompleto	9,8%
Ensino fundamental completo	8,2%
Ensino médio incompleto	1,60
Ensino médio completo	36,10%
Ensino superior incompleto	13,10%
Ensino superior completo	23,00%
Pós graduado	8,20%

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Entre os empreendedores brasileiros em estágio inicial com expectativa de criarem pelo menos 6 (seis) empregos nos próximos 5 (cinco) anos, 80,4% tem no mínimo o ensino médio completo, sendo que 8,2% são pós-graduados, 23% concluíram o ensino superior, 13,1% iniciaram curso superior e 36,1% completaram o ensino médio. Fica evidenciado que o empreendedor com maior escolaridade tem maiores expectativas de crescimento do seu negócio (quadro 3.4).

Quanto ao tema “empreendedores por oportunidade”, em, 2010, a expectativa da não geração de empregos é de 34,9% e da criação de mais de 20 empregos é de 10,3%, como se pode ver no quadro 3.5. O empreendedor por oportunidade tem maiores expectativas de crescimento de seu empreendimento que os que o fazem por necessidade.

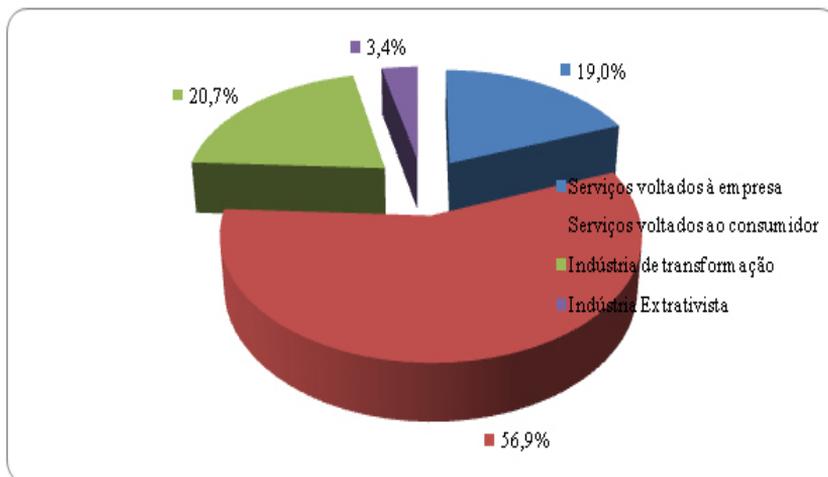
Quadro 3.5 – Expectativa de criação de empregos pelos empreendedores iniciais segundo motivação – Brasil – 2010

Expectativa de criação de emprego (5º ano)	TEA (%)	Oportunidade (%)	Necessidade (%)
Nenhum emprego	36,7	34,9	38,8
De 1 a 5 empregos	40,2	36,6	48,2
De 6 a 19 empregos	15,2	18,3	9,4
Mais de 20 empregos	8	10,3	3,5
Total	100	100	100

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

No que tange ao tipo de atividade, vale ressaltar que a geração de pelo menos 6 (seis) novos empregos nos próximos 5 (cinco) anos é extremamente maior na área de serviços voltados ao consumidor, ou seja, 56,9%.

Figura 3.1 – Geração de pelo menos 6 empregos pelos empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Nos serviços voltados ao consumidor (figura 3.1), destacam-se os que trabalham com alimentação, confecção e produção e organização de eventos, como os de maior expectativa de geração de empregos nos próximos anos. Como é o caso da organização e produção de eventos e consultorias empresariais nos serviços voltados à empresa e funções relacionadas à construção civil e automóveis no setor da indústria de transformação.

### **3.2 Inovação, Novidade do Produto & Concorrência**

segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*Inovação e empreendedorismo estão conceitualmente conectados. O GEM analisa a inovação nos negócios perguntando aos empreendedores o grau de novidade que seus produtos e serviços possuem e que representam para seus consumidores. Adicionalmente, cada empreendedor é solicitado a definir a novidade do seu negócio, em termos de níveis de concorrência enfrentado, especificamente se sua percepção é de muitos, poucos ou nenhum outro empreendimento oferecendo produtos ou serviços similares. Combinando essas duas em uma única medida de novidade do produto/mercado.*

*(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)*

### 3.2.1 Novidade do Produto

No quadro 3.6 é analisado o comportamento dos empreendedores dos países que participaram da pesquisa em 2010.

Quadro 3.6 – Novidade do produto ou serviço – Grupo de países – 2010

Grupo de Países	Afirmam que o produto ou serviço é novo para todos ou para alguns consumidores*		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionado por fatores	20,1	64,1	36,7
Impulsionado pela eficiência	13,2	84,7	43,2
Impulsionado pela eficiência (América Latina)	13,2	84,7	45,7
Impulsionado pela inovação	27,1	59,6	39,8

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

O produto ou serviço oferecido pelo empreendedor chileno em estágio inicial é o que apresenta maior grau de novidade para todos ou alguns consumidores entre todos os países analisados. O Chile é um país impulsionado pela eficiência. Entre os países impulsionados por fatores a Palestina apresenta o maior grau de novidade do produto, ocorrendo o mesmo com a Dinamarca, país impulsionado pela inovação.

Trinidad Tobago, país impulsionado pela eficiência, é o país com menor grau de novidade entre os países pesquisados. Jamaica, país impulsionado por fatores, e Portugal, impulsionado pela inovação, são os países com menor grau de conhecimento do produto ou serviço por parte dos seus consumidores.

Quadro 3.7 – Novidade do produto ou serviço – Brasil – 2010

Brasil	Afirmam que o produto ou serviço é novo para todos ou para alguns consumidores*
Empreendedores em Estágio Inicial	16,8

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Os empreendedores brasileiros oferecem produtos ou serviços conhecidos dos seus consumidores (quadro 3.7), já que apenas 16,8% consideram que o produto é novo para todos ou alguns consumidores, média inferior aos mínimos atingidos pelos países impulsionados por fatores e impulsionados pela inovação (quadro 3.6). Para apenas 7,5% será novo para todos os consumidores, conforme quadro abaixo.

Quadro 3.8 – Empreendedores iniciais segundo conhecimento do produto ou serviço – Brasil – 2010

Produto ou serviço	Proporção (%)
Novo para todos	7,5
Novo para alguns	9,3
Ninguém considera novo	83,2
Total	100

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro 3.9 – Conhecimento do produto ou serviço dos empreendedores iniciais segundo grau de escolaridade – Brasil – 2010

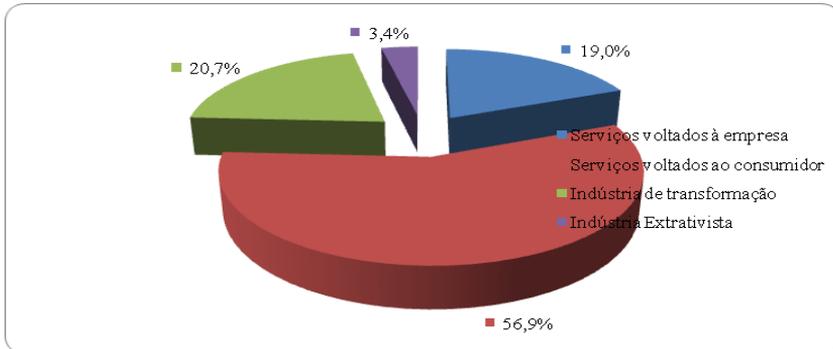
Produto é novo para alguns ou todos os consumidores	
Grau de Escolaridade	Proporção (%)
Ensino fundamental Incompleto	14,3
Ensino fundamental completo	10,7
Ensino médio incompleto	10,7
Ensino médio completo	33,9
Ensino superior incompleto	8,9
Ensino superior completo	12,5
Pós graduado	8,9

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Entre os empreendedores brasileiros que consideram seu produto ou serviço oferecido como novo para todos ou alguns consumidores, 64,2% estudaram pelo menos o suficiente para terminarem o ensino médio (quadro 3.9).

Entre as atividades econômicas escolhidas pelos empreendedores brasileiros em estágio inicial, como mostra a figura 3.2, 56,9% dos empreendimentos são referentes a serviços voltados ao consumidor (consumidores estes cada vez mais exigentes).

Figura 3.2 - Conhecimento do produto ou serviço dos empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

As atividades econômicas relacionadas com alimentação e com roupas são as preferidas entre os serviços voltados ao consumidor cujos empreendedores brasileiros em estágio inicial consideram como novos para todos ou alguns de seus consumidores. Na área de serviços voltados à empresa o destaque vai para a área de eventos, enquanto produtos e serviços no ramo automobilístico são os escolhidos na categoria de indústria de transformação.

Vale ressaltar que boas idéias de produtos são aquelas que, em vez de serem orientadas para o produto, são dirigidas para as necessidades dos consumidores. Produtos que provêm de desenvolvimento científico, mas que não respondem a uma necessidade por parte dos consumidores estão fadados ao insucesso.

Para tanto os empreendedores que inovam ficam em posição de vantagem em relação aos demais, visto que os benefícios da inovação não se limitam às empresas. Para os países as inovações permitem o aumento do nível de geração de emprego e renda, além do acesso ao mundo globalizado.

### 3.2.2 Concorrência

Outro parâmetro utilizado pelo GEM para medir a inovação dos empreendimentos é o grau de concorrência a que os negócios enfrentam, ou seja, o número de empresas operando no mesmo ambiente do empreendimento, oferecendo produtos ou serviços similares. No quadro 3.10 pode-se analisar o comportamento dos países participantes da pesquisa, segundo sua divisão em categorias de desenvolvimento econômico.

Quadro 3.10 - Nível da concorrência dos empreendedores iniciais – Grupo de países – 2010

Grupo de Países	Afirmam que seu produto ou serviço tem pouca ou nenhuma concorrência*		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionado por fatores	28,5	58,3	41,9
Impulsionado pela eficiência	23,4	62,8	43,5
Impulsionado pela eficiência (América Latina)	34,4	58,1	44,9
Impulsionado pela inovação	18,6	61,5	46,5

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

A média entre os países é semelhante, mas a Croácia, país impulsionado pela eficiência, é o país onde maior parte dos seus empreendedores afirmou enfrentar pouca ou nenhuma concorrência para seus negócios. O Chile, país latino americano impulsionado pela eficiência, Vanuatu, país impulsionado por fatores e Açores, impulsionado pela inovação, são as economias com empreendedores enfrentando menos concorrentes, nas suas categorias de países.

Em contrapartida, os empreendedores da Coréia do Sul, país impulsionado pela inovação, são os que têm negócios que enfrentam maior concorrência, já que são poucos os que afirmaram que tem pouco ou nenhum concorrente. O Irã, país impulsionado por fatores, a China, pela eficiência, e a Argentina, país latino americano impulsionado pela eficiência, são os países cujos empreendedores em estágio inicial afirmaram que enfrentam maior concorrência, dentro de suas respectivas categorias de desenvolvimento econômico.

Quadro 3.11 – Nível da concorrência dos empreendedores iniciais – Brasil – 2010

Brasil	Afirmam que seu produto ou serviço tem pouca ou nenhuma concorrência*
Empreendedores em Estágio Inicial	37,5

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Os empreendedores brasileiros enfrentam maior concorrência que muitos dos países analisados na pesquisa (quadro 3.11). Apenas 37,5% afirmaram que o seu produto ou serviço encontra pouca ou nenhuma concorrência. Esta média é inferior à dos países dos diversos graus de desenvolvimento econômico analisados.

Pode-se observar no quadro 3.12 que o empreendedor brasileiro tem pouca percepção quanto à ocupação de nichos mercadológicos, dado que mais de 93% dos empreendimentos estão envoltos e expostos a algum nível de concorrência direta.

Quadro 3.12 – Nível da concorrência dos empreendedores iniciais – Brasil – 2010 – Proporção (%)

Concorrência	Proporção (%)
Muitos concorrentes	63,0
Poucos concorrentes	30,4
Nenhum concorrente	6,6
Total	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro 3.13 – Nível da concorrência dos empreendedores iniciais segundo grau de escolaridade – Brasil – 2010 – Proporção (%)

Pouca ou nenhuma concorrência	
Grau de escolaridade	Proporção (%)
Ensino fundamental incompleto	21,5
Ensino fundamental completo	11,4
Ensino médio incompleto	12,7
Ensino médio completo	31,7
Ensino superior incompleto	6,3
Ensino superior completo	12,7
Pós graduado	3,7

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Vale ressaltar que 57% possui, pelo menos, o ensino médio, inclusive nesta faixa estão os graduados e pós-graduados. Isto vem enfatizar a importância da gestão do conhecimento na atual sociedade, dado que hoje se está diante de um cenário de enorme complexidade, no mundo empresarial e corporativo. Fenômenos sócio-econômicos mundiais são responsáveis pela reestruturação do ambiente de negócios. Exemplo disso é a globalização da economia, que

impulsionada pela tecnologia da informação e pelas comunicações, é uma realidade da qual não se pode resistir (quadro 3.13).

Portanto, é nessa conjuntura que o conhecimento se transforma em um precioso recurso estratégico para a vida das pessoas e dos empreendimentos, dado que desempenha papel fundamental na história.

Apenas “saber muito” sobre alguma coisa ou saber fazer e não apenas querer fazer não proporciona, por si só, maior poder de competição para um empreendimento. É preciso que o empreendedor veja a importância dos ativos intangíveis em sua vida profissional, ou seja, é condição “*sine qua non*” a capacitação e a qualificação para formar um empreendedor, preparado para aprender a agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, bem como adquirir conhecimento e desenvolver comportamentos, objetivando a baixar a taxa de mortalidade das empresas.

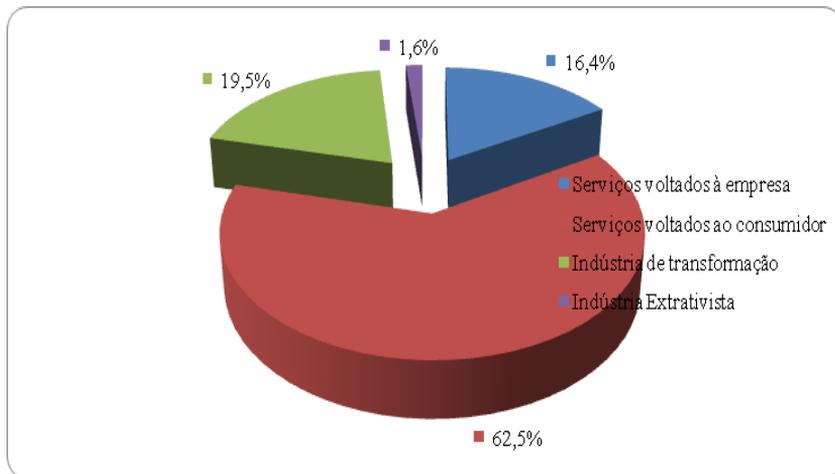
Cecatto (2008) legitima a premissa acima quando afirma que “quem tem um diferencial a mais vai mais longe. E o conhecimento é, sem dúvida, o principal diferencial. Afinal, é com ele que novas tecnologias e fórmulas positivas de trabalho surgem para a empresa.”

Portanto, apostar na capacitação dos empreendedores é preparar pessoas para desenvolverem negócios mais por oportunidade do que por necessidade, ou seja, é gerar empresas mais eficientes e produtivas.

No que tange a questão de concorrência *versus* tipo de atividade, pode ser verificado na figura 3.3 que 62,5% são atividades de serviços voltadas ao consumidor, tais como: fornecimento de alimentação congelada, confecção de

roupas, lanchonete, frutaria, vendas por catálogos, *personal trainer* a domicílio, lavanderias, lava carros etc. E, somente 1,6% correspondem a atividades ligadas a indústria extrativista, ou seja, mais especificamente a criação de gado e a agricultura.

Figura 3.3 – Empreendedores iniciais que enfrentam pouca ou nenhuma concorrência segundo tipo de atividade – Brasil – 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

### 3.2.3 Novidade do Produto e Concorrência

O quadro 3.14 ilustra os parâmetros utilizados pelo GEM para definir o grau de inovação dos empreendimentos nos países participantes do estudo, somando a novidade do produto com a concorrência enfrentada no mercado, nos últimos três anos.

Os parâmetros considerados para esta análise são a novidade do produto, quando o produto ou serviço oferecido é novo para todos ou pelo menos alguns dos consumidores e o nível de concorrência que o empreendimento enfrenta, se pouca ou nenhuma. O quadro 3.14 ilustra a soma destes dois parâmetros, o produto novo para todos ou alguns consumidores e o empreendimento enfrentando pouca ou nenhuma concorrência.

Quadro 3.14 — Inovação na atividade empreendedora em estágio inicial, 2008–2010

2008 a 2010	País	Produto novo para todos/alguns consumidores e nenhuma/pouca concorrência	Produto novo para todos/alguns consumidores ou nenhuma/pouca concorrência
Impulsionados por fatores	Uganda	15,01%	17,83%
	Gana	16,08%	17,06%
	Zâmbia	16,68%	20,30%
	Índia	7,93%	33,84%
	Egito	12,53%	31,47%
	Venezuela	16,83%	27,48%
	Jamaica	14,00%	32,88%
	Líbano	23,33%	24,78%
	Irã	16,77%	33,23%
	Palestina e Faixa de Gaza	23,88%	28,12%
	Angola	16,77%	37,01%
	Bolívia	16,14%	39,21%
	Vanuatu	34,71%	25,96%
	Argélia	23,92%	38,22%
	Arábia Saudita	25,48%	38,85%

Impulsionados pela eficiência	Brasil	9,33%	21,51%
	Bósnia e Herzegovina	18,50%	31,97%
	Trinidad e Tobago	9,62%	26,28%
	Hungria	13,07%	25,88%
	Tunisia	13,66%	25,54%
	Croácia	17,46%	30,47%
	Equador	15,02%	32,92%
	Macedonia	21,51%	28,82%
	Montenegro	18,31%	33,22%
	Colombia	27,55%	27,41%
	Rep.Dominicana	20,52%	34,86%
	Letônia	31,52%	25,61%
	Costa Rica	24,88%	32,74%
	Mexico	27,60%	36,05%
	China	17,65%	50,53%
	Uruguai	40,42%	29,61%
	Argentina	36,76%	35,41%
	África do Sul	34,09%	38,09%
	Turquia	27,07%	53,70%
	Peru	42,99%	40,82%
Chile	52,59%	37,70%	

Impulsionados pela inovação	Itália	20,36%	27,29%
	Coréia do Sul	20,99%	29,69%
	Alemanha	26,38%	24,84%
	Reino Unido	27,77%	23,90%
	Holanda	28,28%	23,55%
	Espanha	24,03%	29,56%
	Finlândia	22,09%	32,40%
	Bélgica	27,91%	28,01%
	Estados Unidos	26,27%	30,45%
	Israel	26,17%	32,05%
	Eslovênia	34,80%	24,08%
	Noruega	32,58%	26,64%
	Dinamarca	37,13%	23,55%
	Grécia	32,85%	27,95%
	Islândia	38,03%	24,22%
	França	34,40%	28,11%
Irlanda	37,28%	26,70%	

Fonte: GEM *Global Report* 2010

Na soma destes parâmetros considerados na análise da inovação dos empreendimentos, o Brasil é o país com a menor soma, apesar de não ser o país com menor nível de conhecimento do produto nem o de maior concorrência enfrentado pelos seus empreendedores em estágio inicial.

### **3.3 Tecnologia**

A tecnologia é produto de uma economia e é uma força para o crescimento econômico e social de um país. É parte integrante e fundamental dos empreendimentos, dado que afeta e é afetada pelas tradições culturais de uma sociedade. Elas são igualmente uma forma de desenvolver e projetar o empreendedorismo.

Em primeiro lugar, deve ser um artigo de alta qualidade que tenha alterado a vida das pessoas e se tornado indispensável. Além disso, deve ter atingido um nível estimável de notoriedade a ponto de influenciar o desenvolvimento de outros artigos tão revolucionários quanto.

Portanto, o GEM examina a amplitude da questão “tecnologia”, onde o parâmetro utilizado é o tempo em que a tecnologia empregada nos negócios está disponível no mercado, segundo a percepção do próprio empreendedor.

No quadro 3.15 pode-se analisar os resultados dos países participantes da pesquisa neste quesito, segundo sua divisão em categorias de desenvolvimento econômico.

Quadro 3.15 – Tecnologia disponível por menos de um ano utilizada pelos empreendedores iniciais – Grupo de países – 2010

Grupo de Países	Afirmam que a tecnologia utilizada em seu empreendimento está disponível no mercado por menos de 1 ano*		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionado por fatores	1,9	56,2	19,5
Impulsionado pela eficiência	3,3	33,5	13,6
Impulsionado pela eficiência (América Latina)	4,5	16,8	9,3
Impulsionado pela inovação	2,7	34,7	10,9

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

A percepção sobre a utilização de tecnologias com menos de 1 (um) ano de disponibilidade no mercado é maior nos países com menor grau de desenvolvimento. Este resultado não quer dizer que os países com maior desenvolvimento econômico não façam uso de tecnologias novas, mas sim, que a percepção sobre o uso de novas tecnologias é maior nos países mais pobres.

Nesta questão, o Brasil, em 2010, posiciona-se no *ranking* em 50º, ficando abaixo da Arábia Saudita (1º), Palestina (2º), Taiwan (7º), Jamaica (9º), Bolívia (45º) etc.

Quadro 3.16 – Tecnologia disponível por menos de um ano utilizada pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010

Brasil	Afirmam que a tecnologia utilizada em seu empreendimento está disponível no mercado por menos de 1 ano*
Empreendedores em Estágio Inicial	5,0

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

No Brasil, o empreendedor em estágio inicial utiliza tecnologia que lhes é bastante conhecida, sendo que apenas 5% afirmaram que a tecnologia empregada em seu empreendimento está disponível no mercado menos de 1 (um) ano (quadro 3.16).

No Brasil, em 2010, é surpreendente a proporção de empreendimentos que utilizam tecnologia há mais de 5 (cinco) anos, ou seja, 89%, conforme quadro 3.17, a seguir.

Os dados, quanto à utilização, não alteram substancialmente entre os anos de 2005 e 2010.

Quadro 3.17 - Idade da tecnologia utilizada pelos empreendedores iniciais – Brasil – 2010

Tecnologia existente menos de 1 ano e até 5 anos	
Grau de Escolaridade	Proporção (%)
Menos de 1 ano	4,9
Entre 1 e 5 anos	6,1
Mais de 5 anos	89,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Baseado na análise pode ser observado que 95% dos empreendimentos no Brasil em 2010 não utilizam tecnologia disponível menos de 1 (um) ano no mercado.

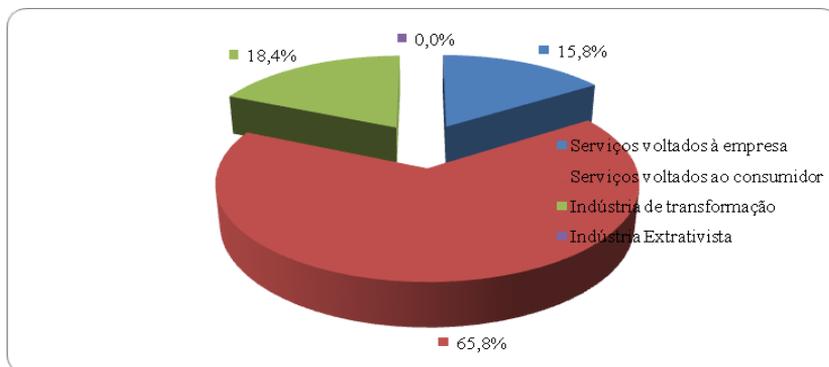
Quadro 3.18 - Tecnologia disponível por menos de um ano ou até cinco anos, utilizada pelos empreendedores iniciais segundo grau de escolaridade – Brasil – 2010

Tecnologia existente menos de 1 ano ou até 5 anos	
Grau de Escolaridade	Proporção (%)
Ensino fundamental Incompleto	10,8
Ensino fundamental completo	2,7
Ensino médio incompleto	2,7
Ensino médio completo	48,7
Ensino superior incompleto	10,8
Ensino superior completo	18,9
Pós graduado	5,4

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Entre os empreendedores brasileiros em estágio inicial que afirmaram que a tecnologia que utilizam em seus negócios está disponível até 5 (cinco) anos no mercado, 83,8% tem no mínimo o ensino médio completo (quadro 3.18).

Figura 3.4 – Tecnologia disponível por menos de um ano ou até cinco anos, utilizada pelos empreendedores iniciais segundo tipo de atividade – Brasil – 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Entre os empreendedores brasileiros em estágio inicial que afirmaram que a tecnologia utilizada em seus negócios tem menos de 1 (um) ano, ou entre 1 e 5 anos de disponibilidade no mercado 65,8% estão com atividades voltadas ao consumidor, com destaque para área de alimentos, de roupas, de produtos de beleza e de assistência técnica para produtos eletrônicos. Na indústria de transformação se concentram 18,4%, onde o destaque fica por conta de negócios voltados a conserto e manutenção de automóveis. E 15,8% dos empreendedores que utilizam tecnologia inferior a 5 anos de disponibilidade no mercado estão em atividades voltadas à empresas (figura 3.4).

### 3.4 Orientação internacional

Segundo as análises do Relatório Global GEM 2010:

*Outra medida das aspirações empreendedoras descreve a orientação internacional dos empreendedores em estágio inicial. Esta medida é baseada na parcela de produtos ou serviços que os empreendedores vendem para consumidores fora de seus países. Isto inclui exportações, mas pode compreender também consumidores internacionais que fazem compras online, ou visitando o país como turistas ou a negócios.*

*Nas economias mais desenvolvidas, geralmente o ambiente competitivo é maior, ainda mais quando tenha sido construído sob economias de escala no seu estágio de eficiência econômica, resultando em organizações estabelecidas grandes e poderosas. Empreendedores podem escapar da rivalidade doméstica oferecendo seus produtos para novos mercados que podem valorizar mais seus produtos.*

*(TRECHO EXTRAÍDO E TRADUZIDO DO GEM GLOBAL 2010)*

A transação comercial entre vários países amplia os mercados para o escoamento de uma produção que poderá ter seu consumo diminuído em seu mercado interno.

No quadro 3.19 pode-se analisar o comportamento dos países participantes da pesquisa, segundo sua divisão em categorias de desenvolvimento econômico.

Quadro 3.19 – Orientação internacional dos produtos ou serviços dos empreendedores iniciais (pelo menos 1%) – Grupo de países – 2010

Grupo de Países	Afirmam que pelo menos 1% de seus consumidores é de fora de seu país*		
	Mínimo	Máximo	Média
Impulsionado por fatores	5,1	65	27,7
Impulsionado pela eficiência	5,4	82,1	42,2
Impulsionado pela eficiência (América Latina)	6,8	52,5	33,6
Impulsionado pela inovação	20,8	83,8	56,9

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM 2010

A Suécia, país impulsionado pela inovação, é o país com maior orientação internacional para seus empreendedores em estágio inicial. Jamaica, país impulsionado por fatores, Uruguai, impulsionado pela eficiência na América Latina, e Montenegro, pela eficiência, são os países com maior porcentagem de consumidores fora de seus países, dentro de suas categorias, respectivamente.

A Guatemala é o país com empreendedores em estágio inicial em menor nível de internacionalização, não apenas entre os países impulsionados por fatores, mas entre todos os analisados em 2010. A Rússia e o Japão, países impulsionado pela eficiência e pela inovação, respectivamente, são os que possuem menor nível de orientação internacional para os consumidores.

Quadro 3.20 – Orientação internacional dos produtos ou serviços dos empreendedores iniciais (pelo menos 1%) – Brasil – 2010

Brasil	Afirmam que pelo menos 1% de seus consumidores é de fora de seu país*
Empreendedores em Estágio Inicial	6,8

\* % dos empreendedores em estágio inicial em seus países.

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Neste item, o Brasil se posiciona em 57º no *ranking* mundial, ficando bem abaixo dos países: Islândia (1º), Letônia (2º), Eslovênia (4º), Turquia (7º), Arábia Saudita (31º) etc.

Segundo, análise, o Brasil, apresenta uma das menores intenções de inserção no mercado internacional. Fato este percebido e não alterado desde o ano de 2002.

O Brasil é o país com menor orientação internacional entre os países impulsionados pela eficiência na América Latina, apenas 6,8% de seus empreendedores afirmaram que possuem consumidores fora do país (quadro 3.20). A média brasileira é inferior às médias de todas as categorias de países analisados.

Segundo Machado *et al* (2010), este fator pode ser “explicado em parte, ou seja, pela extensão territorial brasileira, na qual o percentual da população situado em áreas fronteiriças é baixo e pelo forte apelo que a demanda de consumo interno exerce sobre os vetores da economia nacional”.

Quadro 3.21 – Orientação internacional dos produtos ou serviços dos empreendedores iniciais – Brasil – 2010

Consumidores externos	Proporção (%)
De 75% a 100% dos consumidores	0
De 25% a 74% dos consumidores	0
De 1% a 24% dos consumidores	6,8
Nenhum	93,2
Total	100

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

A proporcionalidade de empreendedores que manifestam a intenção de atuarem com alguma orientação internacional não se altera substancialmente entre os anos de 2002 a 2010.

### 3.5 Análise Final

As aspirações dos empreendedores dos 59 (cinquenta e nove) países participantes da pesquisa em 2010 mostram características globais que se assemelham. Porém, quando comparados com os empreendedores brasileiros percebe-se uma preocupação maior dos empreendedores com o mercado interno do Brasil.

A expectativa de geração de novos postos de trabalho pelos empreendedores brasileiros em 2010 foi superior ao ano anterior, mas continua em níveis me-

nores que os países com o mesmo grau de desenvolvimento, impulsionado pela eficiência.

Na análise da inovação nos negócios dos empreendedores brasileiros em estágio inicial, analisando a novidade do produto para os consumidores e o grau de concorrência enfrentado, o país manteve níveis semelhantes a 2009, continuando abaixo da média de todas as categorias de países, divididos por seu grau de desenvolvimento econômico. Mas, na soma destes dois quesitos nos últimos 3 anos, o empreendedor brasileiro é que possui a menor soma, sendo o empreendedor com menor conteúdo inovador em seus negócios.

Na definição da tecnologia utilizada pelos empreendedores e seu grau de inovação é levado em consideração para análise, o tempo em que a tecnologia está disponível no mercado. A percepção do uso de tecnologias novas é maior nos países com menor grau de desenvolvimento econômico, assim pode-se afirmar que por terem menos acesso a novas tecnologias (produzidas nos países desenvolvidos) acreditam que essa nova tecnologia terá grande impacto na qualidade de vida. O empreendedor brasileiro em estágio inicial utiliza tecnologia disponível e já conhecida no mercado, apenas 5% têm a percepção que a tecnologia utilizada está disponível por menos de 1 ano.

Por meio do comércio internacional a escala dos empreendimentos pode ser ampliada, já que há consumidores em outros países que podem consumir os mesmos produtos. Embora exista esta oportunidade de ganho de escala por meio da inserção internacional pode se observar que o Brasil, manteve os mesmos níveis de comércio internacional dos últimos anos para os seus empreendedores em estágio inicial, e patamares inferiores aos demais países pesquisados pelo GEM.

Os empreendedores mais preocupados com a inovação de seus negócios são os que possuem nível de escolaridade superior aos demais, onde tem pelo menos 11(onze) anos de estudos, que é o tempo mínimo no Brasil para aqueles que concluem o ensino médio.

As aspirações dos empreendedores brasileiros em estágio inicial demonstram a força do mercado interno, que ainda deixa espaço para novos negócios, sem a necessidade de utilização de produtos ou serviços inovadores, de novas tecnologias nem de buscar o mercado externo, sendo que as atividades econômicas preferidas estão nos ramos alimentício e têxtil, principalmente.

# 4

## CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL



Segundo a visão dos especialistas entrevistados, o Brasil, de uma forma geral, não apresenta condições que favorecem a criação de novos negócios. Mesmo assim, tem se mantido todos os anos entre os 13 (treze) países com TEA mais alta. Mesmo se ignorada a parcela da TEA que representa os empreendedores por necessidade, ao comparar com a TEA total dos outros países, ainda o Brasil se manteria entre os 50% mais altos. Isso leva a entender que muito mais do que os fatores relacionados às condições especificamente relacionadas a negócios - como políticas, infraestrutura, capital formal etc., os fatores relacionados à mentalidade empreendedora, ao ambiente social e cultural e ao mercado consumidor são os que principalmente levam o indivíduo brasileiro a empreender. Sendo também fato que tais propulsores influenciam mais diretamente os empreendimentos por oportunidade e, menos, aqueles motivados por necessidade, os quais são praticamente determinados pela falta de opção na obtenção de trabalho e renda.

Avaliando o período de 2002 a 2010 quando os especialistas são solicitados, por meio de perguntas abertas, a citar 3 (três) fatores limitantes e 3 (três) favoráveis à dinâmica do empreendedorismo no Brasil, alguns foram destacados como de maior influência. Observa-se que, embora nesses 9 (nove) anos da pesquisa tenham sido criadas novas leis e programas com o objetivo de favorecer melhores condições para alguns grupos de empreendedores, a leitura que os especialistas fazem da realidade empreendedora no país apresenta muito poucas variações. Da mesma forma, o questionário com perguntas estruturadas mantém as posições de anos anteriores confirmando o rigor crítico que os entrevistados têm da realidade.

Na seção 4.1. é apresentada a percepção dos especialistas a partir do questionário estruturado, em que os mesmos analisam questões já formatadas. Importante notar que num primeiro momento a escala que se trata a informação é de -2 a +2 (desfavorável para favorável), e depois se analisa numa escala de 1 a 5 quando se objetiva a comparação internacional.

As seções 4.2 a 4.4 analisam as percepções dos especialistas em relação a fatores limitantes, fatores favoráveis e recomendações por meio de questões abertas em que o especialista considera 3 (três) aspectos que julgam mais limitantes ao empreendedorismo no país, os 3 (três) mais favoráveis e 3 (três) recomendações para melhorar a situação.

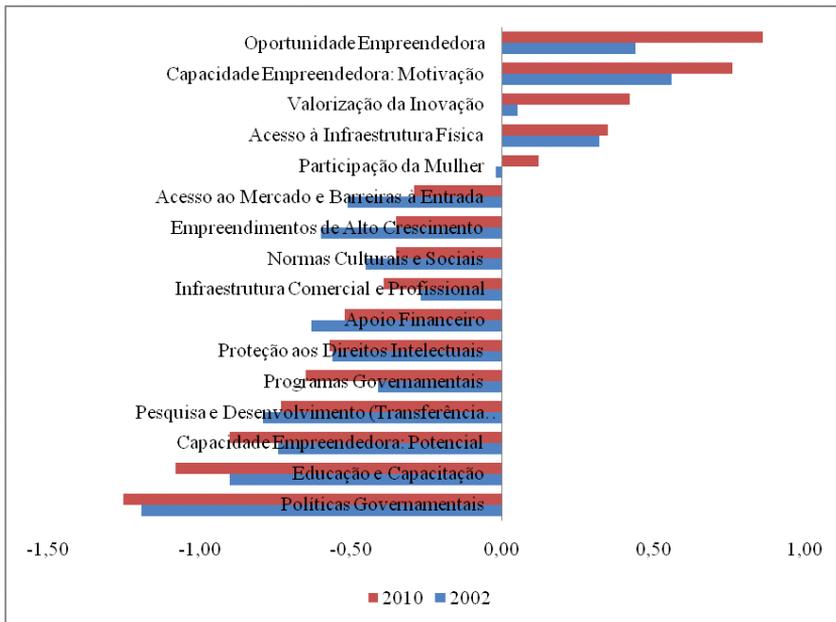
### **4.1 Evolução das Condições de Empreender no período 2002 a 2010**

Quando se analisa a percepção dos especialistas quanto às condições para empreender no Brasil, nota-se predominância de condições desfavoráveis para o empreendedorismo.

A Figura 4.1 deixa evidente que das 16 (dezesesseis) condições para empreender tão somente 5 (cinco) são favoráveis em 2010 (percepção positiva) e a maioria (11) são desfavoráveis. Percebe-se que o Brasil é um País que oferece oportunidades para o empreendimento, mas que não consegue dar condições para tanto. Tal fato prende-se em parte ao processo de crescimento econômico que caracteriza a sociedade brasileira nos últimos anos, inclusive os fatores “Oportunidade Empreendedora” e “Capacidade Empreendedora: Motivação” que teve aumento da percepção positiva em 2010 quando comparado com 2002.

Além destes fatores, destaca-se também com a Valorização da Inovação como positivo bem como Infraestrutura Física<sup>1</sup> e Participação da Mulher como empreendedora, neste último caso, inclusive, já percebido em edições anteriores da pesquisa.

Figura 4.1 – Condições para empreender no Brasil segundo percepção dos especialistas – Brasil – Comparativo 2002 e 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

1 Deve-se destacar o fato de que este fator é influenciado pela questão de infraestrutura ligada a serviços básicos como energia, gás, água e esgoto. Quando se separa o fator tem-se, por exemplo, uma percepção desfavorável (negativa) para o custo de acesso a serviços de comunicação (telefone, internet, etc.) corroborando pesquisas realizadas que apontam o Brasil como tendo dos custos mais altos na ligação de um aparelho celular. Portanto, deve-se relativizar o fator infraestrutura física como favorável ao empreendedorismo.

No entanto, apesar das condições macroeconômicas estarem favorecendo o empreendedorismo no Brasil (notadamente ambiente mais estável, com inflação controlada e crescimento econômico), ainda precisa evoluir significativamente nas condições mais ligadas às políticas de apoio ao empreendedor.

A figura 4.1 ilustra perfeitamente o ponto apresentado anteriormente ao se verificar que os aspectos mais desfavoráveis ao empreendedorismo estarem ligados a políticas e programas de governo, bem como serviços educacionais, financeiros, de ciência e tecnologia e de regulação da competição no País.

Nota-se que “Políticas Governamentais” e “Programas Governamentais” são desfavoráveis e na percepção dos especialistas tiveram uma baixa de 2002 a 2010. Apesar de citarem como avanços a Lei Geral da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte aprovada em 2006 e a introdução de Programas de apoio ao empreendedor nos últimos anos, ainda assim há um *gap* entre a necessidade e a oferta de programas do governo, bem como uma distância entre as políticas e programas implementados e o empreendedor, que muitas vezes não tem acesso aos mecanismos criados. Isto pode ser verificado quando se destacam os pontos que mais contribuíram para a percepção dos especialistas.

No caso dos Programas Governamentais tem-se como ponto de destaque a inexistência de uma única agência para o empreendedor obter informações sobre os programas. Dito de outra forma, nada mais é que a percepção da dificuldade que o empreendedor tem em obter as informações necessárias para acessar os mecanismos de apoio criados por programas de governo. Novamente quando se analisa as Políticas Governamentais aparece a demora em conseguir licenças para empreender no Brasil, algo já debatido há tempos e que corroboram os dados da pesquisa “*Doing Business 2011*” feita pelo Banco Mundial e que

classifica o país na 128ª posição dentre 183 economias do mundo.<sup>2</sup>

Importante também destacar todo um conjunto de condições desfavoráveis ligadas às áreas da Educação, Ciência e Tecnologia. As condições “Educação e Capacitação” e “Capacidade Empreendedora: Potencial” denota a dificuldade que se tem de garantir recursos humanos capazes de perceber oportunidades e aproveitá-las. Como se pode destacar os especialistas consideram que não há ainda no País a introdução de conceitos de empreendedorismo desde a escola básica até níveis mais avançados, e tal situação apenas reforça a percepção de que nosso empreendedor não possui condições para iniciar e administrar um negócio.

Quadro 4.1 – Fatores limitantes ao empreendedorismo mais citados pelos especialistas – Brasil – 2010

Condições para Empreender	2010	Ponto de Destaque
Políticas Governamentais	-1,3	Em meu país, as novas empresas conseguem obter a maioria das permissões, licenças e concessões em cerca de uma semana.
Educação e Capacitação	-1,1	Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas.
Capacidade Empreendedora: Potencial	-0,9	Em meu país, muitas pessoas sabem como iniciar e administrar um negócio de alto crescimento.
Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)	-0,7	Em meu país, as empresas novas e em crescimento têm condições econômicas para obter tecnologias mais avançadas.
Programas Governamentais	-0,7	Em meu país, uma ampla variedade de assistência do governo para empresas novas e em crescimento pode ser obtida através do contato com uma única agência.

2 Embora se deva relativizar os dados da Pesquisa por se tratar de uma amostra reduzida e que considera que se leva 120 dias para abrir uma empresa no País, não se pode ignorar a dificuldade que o empresário ainda enfrenta para formalizar o seu empreendimento. Apesar de avanços como o citado Cadastro Sincronizado pela pesquisa, ainda há burocracia excessiva no processo de abertura de empresas.

Proteção aos Direitos Intelectuais	-0,6	Em meu país, a venda ilegal de programas pirateados, CDs, vídeos e qualquer outro produto com direitos autorais ou marca registrada não acontece em larga escala.
Apoio Financeiro	-0,5	Em meu país, há disponibilidade de financiamento proveniente de lançamento público de ações e títulos ao público suficiente para empresas novas ou em crescimento (mercado de ações, debêntures, <i>commercial papers</i> , lançamento de títulos ao público).
Infraestrutura Comercial e Profissional	-0,4	Em meu país, as empresas novas e em crescimento podem arcar com os custos da utilização de terceiros, fornecedores e consultores.
Normas Culturais e Sociais	-0,4	Em meu país, a cultura nacional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio.
Empreendimentos de Alto Crescimento <sup>1</sup>	-0,4	Em meu país, existem muitas iniciativas especialmente desenhadas para apoiar o empreendedorismo em negócios de alto crescimento.
Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada	-0,3	Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas.
Participação da Mulher	0,1	Em meu país, iniciar um novo negócio é uma opção de carreira socialmente aceitável para mulheres.
Acesso à Infraestrutura Física	0,4	Em meu país, uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês.
Valorização da Inovação	0,4	Em meu país, consumidores gostam de experimentar novos produtos e serviços.
Capacidade Empreendedora: Motivação	0,8	Empresários bem sucedidos têm status e respeito elevados.
Oportunidade Empreendedora	0,9	Em meu país, as boas oportunidades para novas empresas cresceram consideravelmente nos últimos cinco anos.

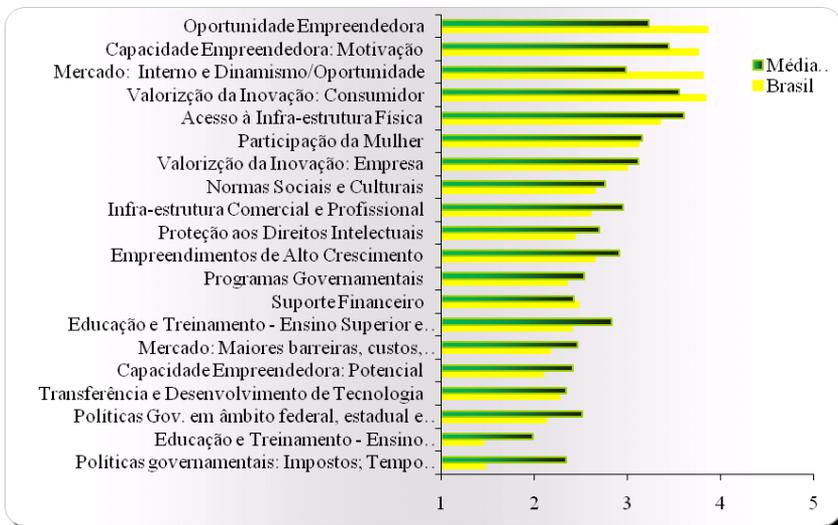
Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Dois outros aspectos destacados como negativos para o empreendedorismo são ligados a aspectos legais e regulatórios. Tanto “Proteção aos Direitos Intelectuais” quanto “Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada”, citados como negativos, se relacionam com a incerteza que marca aspectos legais na socie-

dade e instituições que devem ter como missão exigir o respeito à legislação. Dentre as denominadas reformas microeconômicas que se colocam como fundamentais para avanços na sociedade estão mudanças na legislação de direitos de propriedade e de defesa da concorrência.

Quando comparado com os outros países da amostra, corrobora-se a percepção geral acima ilustrada<sup>3</sup>. O dinamismo do mercado tem sido um importante fator que contribui para o empreendedorismo no Brasil, mais do que nos demais países da pesquisa (figura 4.2).

Figura 4.2 – Condições que afetam o empreendedorismo segundo percepções dos especialistas – Brasil – 2010



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

3 Para fazer a comparação internacional se converteu a escala anterior (-2 a +2) para uma escala de 1 a 5 pois não se objetiva mais dar uma percepção de fatores favoráveis e desfavoráveis mas apenas comparar o desempenho do País com os demais.

As condições “Oportunidade Empreendedora”, “Motivação Empreendedora”, “Mercado: interno e dinamismo/oportunidade” e Valorização da Inovação: Consumidor” são percebidas pelos especialistas do País como mais favoráveis que aquelas percebidas pelos especialistas dos demais países.

Ao contrário, e conforme também tratado anteriormente, as condições oferecidas pelas Políticas e Programas Governamentais, Educação, Capacidade Empreendedora, Legislação, e Proteção aos Direitos Intelectuais são percebidas como mais favoráveis nos outros países quando comparadas com as condições oferecidas no Brasil.

Portanto, o Brasil não apenas apresenta condições desfavoráveis sobre vários aspectos, mas notadamente no que **tange a serviços governamentais e institucionais**, como também está **em desvantagem quando comparado com as condições** oferecidas pelos demais países. Reforçando a necessidade de se pensar em ações que de fato permitam que o potencial empreendedor dado pela conjuntura favorável do país seja plenamente aproveitado.

### **4.2 Fatores limitantes**

Analisando a visão dos especialistas nas questões abertas no período em tela, o maior número de citações concentrou-se em aspectos relacionados aos fatores: políticas governamentais, apoio financeiro e educação/capacitação (quadro 4.2).

Quadro 4.2 – Fatores limitantes ao empreendedorismo mais citados pelos especialistas 2002 a 2010 – perguntas abertas

FATORES LIMITANTES	% de citações						
	2002	2003	2004	2006	2008	2009	2010
Políticas Governamentais	84%	62%	69%	80%	69%	86%	69%
Apoio Financeiro	42%	58%	71%	71%	46%	50%	56%
Educação e Capacitação	67%	35%	40%	51%	37%	58%	50%

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Reproduzindo os principais comentários dos entrevistados em 2010 sobre esses fatores tem-se:

#### 4.2.1 Políticas Governamentais

A grande concentração das críticas diz respeito a políticas gerais, burocracia e carga tributária, de responsabilidade das três esferas governamentais: federal, estadual e municipal.

1. Falta de uma política nacional voltada para o Empreendedorismo, contemplando focos estratégicos nacionais e regionais, fontes de financiamento, linhas de crédito específicas para novos e já existentes empreendedores e formas de apoio.
2. Ausência de políticas que desenvolvam atitudes empreendedoras.
3. Carência de incentivos governamentais para os novos empreendimentos, dando condições mínimas para um empreendimento. É preciso que o Governo Federal dê condições para que os estados e

municípios possam conceder incentivos.

4. A burocracia afeta a abertura e manutenção dos novos negócios. Houve um avanço recente com a lei do empreendedor individual, mas esta está voltada para negócios muito pouco sofisticados.
5. O peso da carga tributária exercida sobre as atividades empreendedoras, especialmente sobre a folha de pagamento. Houve avanço com relação às micro e pequenas empresas em função da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, do Simples. Entretanto, depois que a empresa se desenquadra da condição de micro e pequena empresa, a possibilidade de crescimento é bastante dificultada em razão da carga tributária elevada.
6. Custo Brasil elevado (exemplo: infraestrutura de transportes).
7. Legislação trabalhista confusa e antiquada.
8. Sistema jurídico emperrado, que não resolve os processos, dá margens à inúmeras postergações e recursos, sobretudo de quem tenha mais recursos financeiros e melhores advogados.
9. O empreendedor não sabe em que porta bater para submeter um projeto inovador, para que tenha uma análise contínua do seu projeto, saber se ele está tramitando ou não. Falta um ponto único onde o empresário possa ter interlocução mais efetiva, confiável, de que ele está caminhando para um lugar certo. O resultado é que, na dúvida, as pessoas preferem se retrair.

Nota-se pelas opiniões dos especialistas que, de fato, há muito que avançar em reformas microeconômicas, que tratem da modernização do judiciário, revisão e simplificação de regras e procedimentos para a abertura e continuidade de um empreendimento no País. Novamente recorrendo ao “*Doing Business 2011*”, a percepção dos especialistas vai ao encontro da classificação obtida pelo Brasil nos quesitos: Abertura de Negócios, Pagamento de Impostos e Registro de Propriedades, em que respectivamente o Brasil se classifica na 128<sup>a</sup>, 152<sup>a</sup> e 122<sup>a</sup> posição dentre os 183 países da pesquisa.

Confrontando a informação das respostas dadas pelos mesmos entrevistados ao questionário com perguntas estruturadas chega-se a um nível maior de detalhamento sobre quais os aspectos que mais se destacam em cada fator e em que medida.

Assim, ao mencionar as políticas governamentais, a avaliação torna-se mais negativa quando se trata da dificuldade em lidar com a burocracia governamental, regulamentações e permissões; sobre a morosidade na obtenção das permissões, licenças e concessões e sobre a carga tributária (quadro 4.3).

Quadro 4.3 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Políticas Governamentais– 2000 a 2010

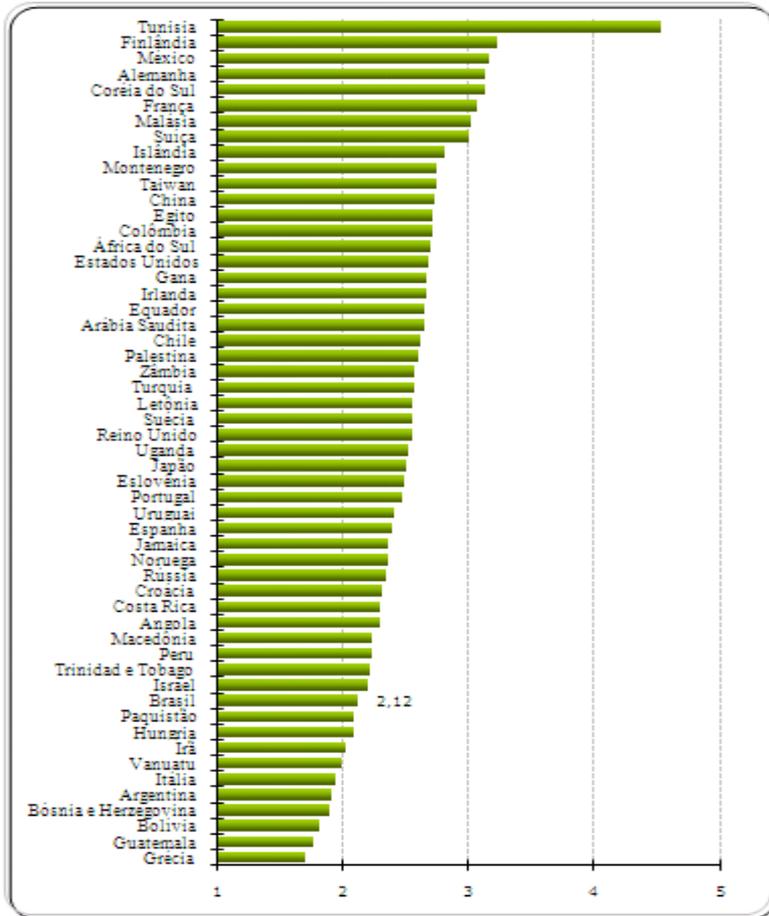
Políticas Governamentais	2010	2009-2000
Em meu país, o apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas do governo federal.	2,3	2,2
Em meu país, o apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas dos governos estaduais e municipais.	2,2	2,2
Em meu país, os tributos e outras regulamentações governamentais são aplicados às empresas novas e em crescimento de forma previsível e consistente.	1,9	1,8
Em meu país, as políticas governamentais (por exemplo, licitações públicas) favorecem consistentemente as novas empresas.	1,9	1,7
Em meu país, a carga de tributos não é um fardo para empresas novas e em crescimento.	1,4	1,4
Em meu país, é relativamente fácil para empresas novas e em crescimento lidar com a burocracia governamental, regulamentações e permissões. (Abordado entre 2009-2005)	1,3	1,4
Em meu país, as novas empresas conseguem obter a maioria das permissões, licenças e concessões em cerca de uma semana.	1,2	1,2

Nota: escala de 1 a 5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Comparativamente aos demais países da pesquisa GEM, percebe-se que o Brasil se encontra abaixo da média quando considera a efetividade do apoio das políticas nos três entes da federação. Dos 59 países estamos na 44ª posição, atrás de África do Sul, China, Chile, Rússia e Estados Unidos.

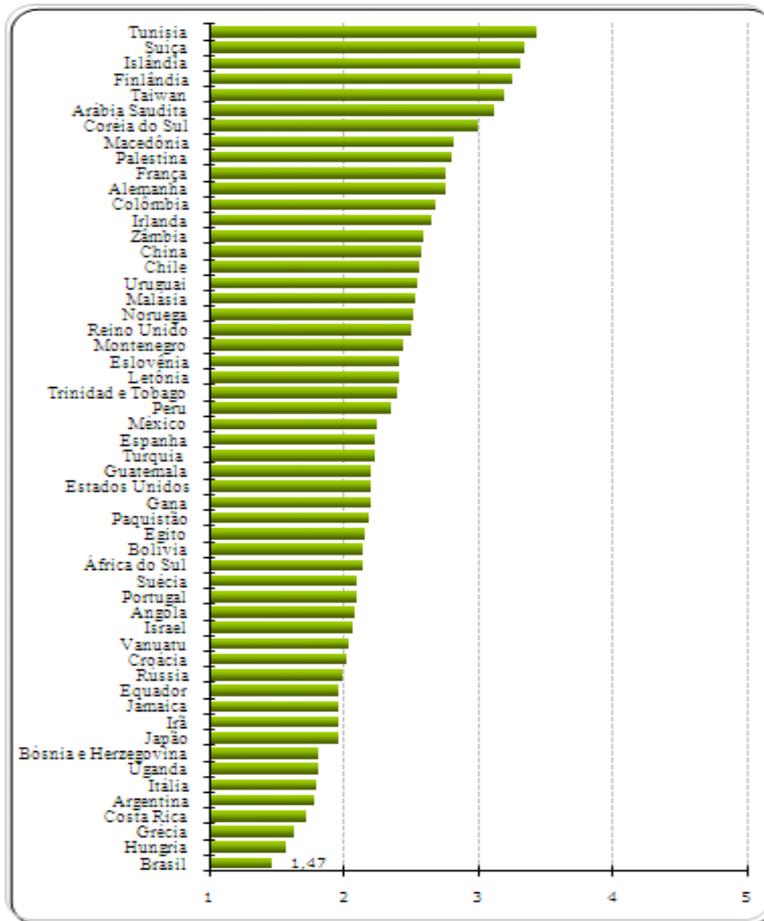
Figura 4.3 – Políticas governamentais em âmbito federal, estadual e municipal segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quando considerado os impostos, burocracia, regulamentações e tempo de abertura de empresas o Brasil se posiciona na última colocação.

Figura 4.4 – Políticas governamentais: impostos e tempo de resposta segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

Esta última posição é influenciada principalmente pela carga tributária e burocracia governamental, regulamentações e permissões para iniciar e dar con-

tinuidade aos negócios.

#### 4.2.2 Apoio financeiro

1. Exigência de garantia real para concessão de financiamentos.
2. Dificuldade de acesso ao crédito e o seu custo elevado (juros, impostos e taxas bancárias), insuficiência de microcrédito e de produtos e serviços bancários especialmente desenhados para MPEs e empresas nascentes.
3. Muita burocracia no acesso aos recursos financeiros desestimulando o empreendedorismo. Além disso, muito dos programas de apoio financeiro não tem uma grande divulgação dificultando o acesso do empreendedor a essas linhas de financiamento.
4. A oferta de crédito e financiamento existe, mas a demanda não é atendida porque há níveis de garantias que são solicitadas, que eventualmente uma pessoa que está iniciando a atividade empreendedora não tem como oferecer. É um problema na qualidade das linhas de crédito que são oferecidas. Cabe aos próprios órgãos oficiais, sobretudo, tentar mapear esse novo empreendedor brasileiro, observar quais são as condições que ele tem para oferecer. A solução poderia estar no microcrédito, mas com valores um pouco maiores, porque o microcrédito ainda oferece pouco dinheiro.
5. Houve uma ampliação no crédito, uma melhora significativa para negócios que já estão em operação. Fica muito confortável para um gerente de banco conceder uma nova aprovação de crédito para quem já é um cliente da carteira dele, que já pagou sem grandes dificulda-

des. Para implantação empresarial é muito difícil ter acesso a crédito. Conseguir-se para diversificação, ampliação de um negócio que já existe e já tem sucesso. Os gestores de crédito no Brasil ainda têm muita dificuldade em analisar um plano de negócios de uma empresa que virá e qual é sua possibilidade de sucesso no mercado. Isso traz limitações de linhas de crédito para implantação. O Sistema Financeiro tem que criar novas possibilidades, linhas de crédito para novos negócios, negócios nascentes na linguagem do GEM.

6. Faltam recursos para apoiar os programas existentes e capacitados para abrigar ou desenvolver novas empresas com alto potencial de crescimento a partir da inovação.
7. Dificuldades na obtenção de linhas de créditos em bancos federais.
8. Faltam instrumentos de apoio à empresa, como financiamento e suporte, sobretudo à área de risco tecnológico na qual o Brasil começou a avançar agora, mas que em países com maior tradição de empreendedorismo tecnológico, isso já existe há muito tempo: programas que apóiam e subsidiam atividades das empresas iniciantes e que vão incorrer em um risco tecnológico maior. Diferentemente de criar empresas pouco inovadoras é empreender já com o espírito inovador.
9. Poucos editais de captação de recursos para empresas iniciantes.
10. Custo do capital. Os juros no Brasil são um dos mais abusivos e mais altos do mundo. Nos outros países reduziram taxas de juros para incentivar o consumo.
11. Acesso ao capital, capital próprio para “queimar”, *venture capital* e

*angels* ainda são incipientes no Brasil.

12. Apoio financeiro destinado a potenciais empreendimentos, ou seja, para empresas em fase de pré-incubação, são muito raros e, quando existem, são mal divulgados. Algum tipo de apoio para esta fase é fundamental, pois, potenciais empreendedores tendem a desistir de suas idéias, normalmente surgidas no âmbito das universidades, por não possuírem recursos objetivos para torná-las viáveis.

No geral, percebe-se que a maior crítica não é a existência de fundos de financiamento, mas sim o acesso ao crédito, envolvendo exigências que não são atendidas pelo empreendedor, em especial aqueles que estão iniciando o negócio.

Recorrendo as perguntas estruturadas percebe-se que o apoio financeiro é um fator limitante não em função da disponibilidade de modalidades tradicionais de créditos (bancários), mas a carência de investimentos em empreendimentos nascentes e que necessitem de modalidades diferenciadas de crédito (em especial mercado acionário), sejam eles de fonte pública ou privada (quadro 4.4).

Quadro 4.4 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Apoio Financeiro– 2000 a 2010

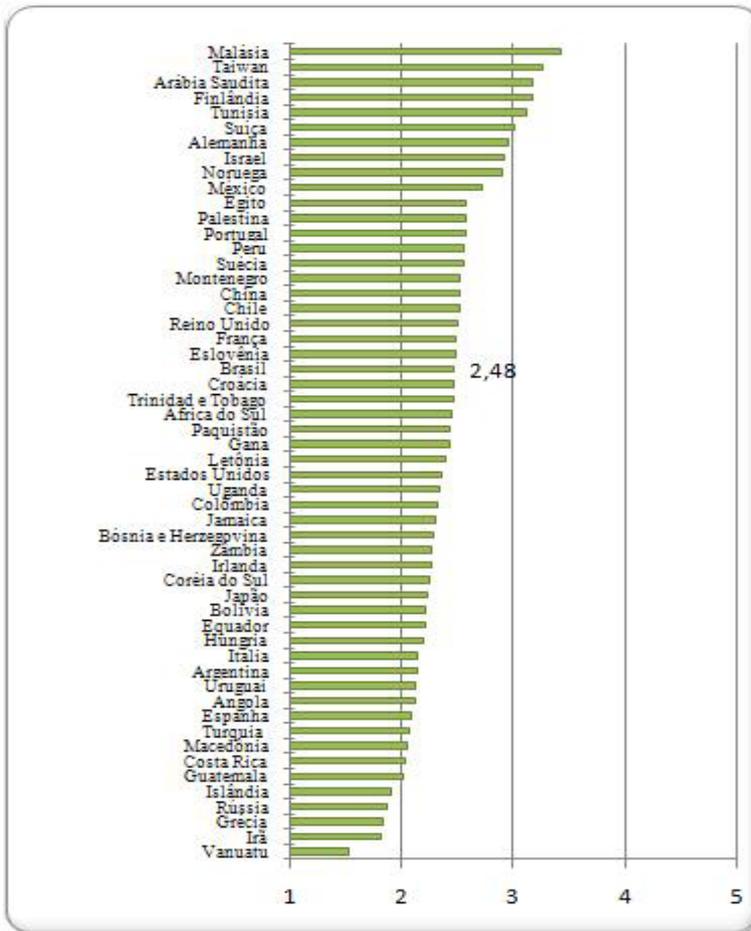
Apoio Financeiro	2010	2009-2000
Em meu país, há disponibilidade suficiente de financiamento para empresas novas ou em crescimento (por ex: financiamento para capital de giro e investimento).	2,9	2,5
Em meu país, há disponibilidade suficiente de fundos de participação para empresas novas e em crescimento (do BNDES, por exemplo).	2,5	2,4
Em meu país, há disponibilidade de subsídios governamentais suficientes para empresas novas e em crescimento.	2,5	2,4
Em meu país, há disponibilidade de financiamento proveniente de investidores privados (exceto fundadores) suficientes para empresas novas e em crescimento (parceiros, sócios investidores, <i>angels</i> ).	2,4	2,2
Em meu país, há disponibilidade suficiente de capital de risco para empresas novas ou em crescimento.	2,3	2,2
Em meu país, há disponibilidade de financiamento proveniente de lançamento público de ações e títulos ao público suficiente para empresas novas ou em crescimento (mercado de ações, debêntures, <i>commercial papers</i> , lançamento de títulos ao público).	2,1	1,8

Nota: escala de 1 a 5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Novamente quando comparado com os demais países, o Brasil se encontra na média e posicionado na 22ª posição dentre os 54 da pesquisa.

Figura 4.5 – Suporte financeiro segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

Uma reflexão importante é constatar que a percepção dos especialistas em relação ao suporte financeiro novamente ilustra a situação que o Brasil vive. Quando as respostas fechadas são detalhadas, no que se refere a este quesito, há avaliações positivas quanto à disponibilidade de recursos (por exemplo, quando se analisa a disponibilidade de recursos para empresas novas ou em crescimento, o País se encontra na 14ª posição, a frente da China, Estados Unidos, Chile e vários outros países). Fato que evidencia a boa *performance* macroeconômica do país proporcionada em parte pela maior oferta de recursos para financiamento na sociedade. Entretanto, quando analisadas as regras, condições, limites, formas de acesso ao crédito, não se registra uma percepção positiva do crédito. Ou seja, avançou-se na questão macroeconômica, mas não em reformas microeconômicas que ampliem o acesso ao crédito (mercado de capitais, fundos de capital de risco, redução e eliminação de exigências na concessão do crédito pelos bancos públicos e privados e mudanças que reduzam o custo do capital de terceiros).

### 4.2.3 Educação e Capacitação

1. Estudar empreendedorismo na escola e oferecer a disciplina “Empreendedorismo” na educação regular. Incluir o empreendedorismo no âmbito escolar é papel das três esferas governamentais federal, estadual e municipal.
2. Há falha na formação dos professores, dado que não gostam de ensinar a “correr riscos”.
3. No processo de formação do indivíduo o sistema educacional não instiga a pensar e desenvolver ‘tino’ de negócios que são um dos vários elementos que compõem a atividade empreendedora. A educação

não contempla a associação do sonho com o trabalho e não prioriza o estudo de oportunidades, a criatividade e a inovação.

4. Falta capacitação da população economicamente ativa e que procura empreender. Deve haver capacitação em instituições como SEBRAE, SENAI, SESI, enfim, o Sistema S.
5. Educação universitária sem abordar o empreendedorismo.
6. A educação empreendedora na juventude, época em que os jovens estão se inserindo no mercado de trabalho, é um fator limitante. O empreendedorismo deveria ser incentivado na infância de maneira que as crianças adquiram/identifiquem-se com as atividades empreendedoras.
7. Cultura nacional. Ainda incipientes ações de fomento e educação empreendedora nas escolas públicas, nas universidades.
8. Baixo nível de educação da população. Escolas públicas com ensino muito ruim, por isso a mão de obra é desqualificada.
9. O povo é criativo, mas não há conhecimento suficiente para transformar em inovação. Há falta de educação em empreendedorismo, não há base cultural.

Como já tratado anteriormente, de fato há uma percepção de que a Educação no Brasil não favorece o empreendedorismo, seja durante a formação básica ou em níveis mais avançados. Tal percepção é extremamente preocupante, pois se sabe que a educação é a base de um processo continuado de crescimento e desenvolvimento de uma sociedade. A verdadeira mudança de patamar da

sociedade em termos de desenvolvimento e de qualidade de vida se dará no momento em que se abrirem as oportunidades para que as pessoas realizem suas escolhas. O processo de desenvolvimento apenas ocorre quando se ampliam as oportunidades para as pessoas e estas tenham condições de optar, ter liberdade para escolher.

O empreendedorismo é um motor do desenvolvimento, e este motor é acionado no momento em que as pessoas têm aspirações, sonhos e condições para realizar esse sonho.

Ao considerar as respostas dadas pelos entrevistados a partir da aplicação do questionário com perguntas estruturadas, se nota a percepção de que o ensino fundamental e médio não dá atenção adequada ao tema empreendedorismo e aspectos a ele relacionados como informações sobre os princípios econômicos de mercado e, no que tange a aspectos comportamentais, tais como encorajamento à criatividade, à auto-suficiência e à iniciativa pessoal (quadro 4.5).

Ainda com relação à educação, é citado que, em geral, as pessoas não possuem o conhecimento, habilidades e experiência necessárias para iniciar e administrar pequenos negócios.

Quadro 4.5 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Educação e Capacitação – Brasil – 2000 a 2010

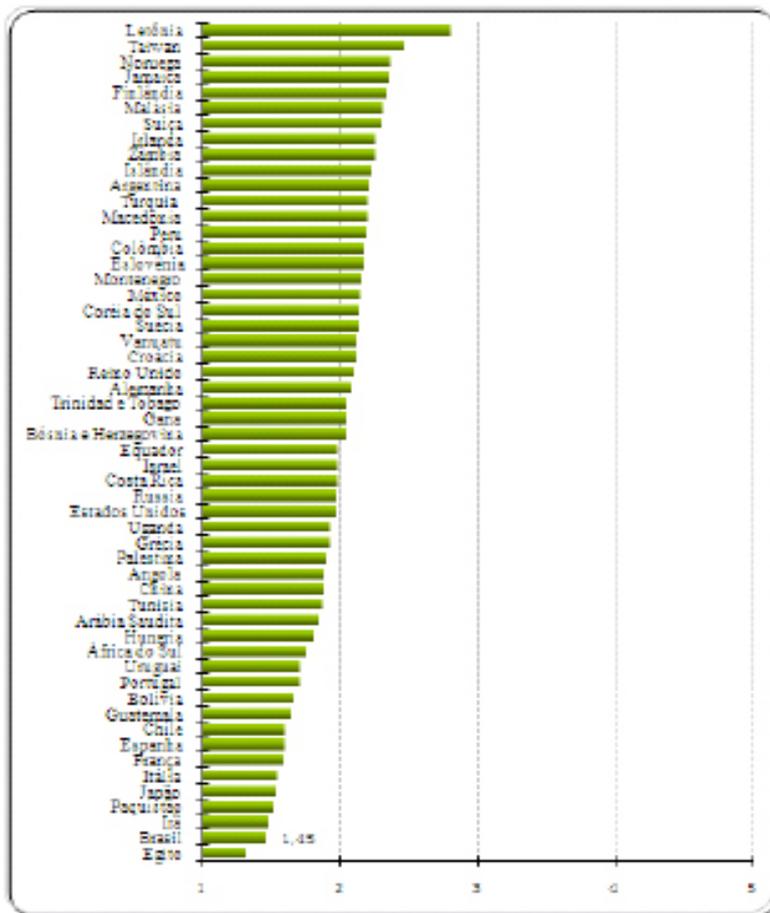
Educação e Capacitação	2010	2009-2000
Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias encoraja a criatividade, a auto-suficiência e a iniciativa pessoal.	2,7	1,7
Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias fornece instrução adequada sobre os princípios econômicos de mercado.	1,5	1,5
Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas.	1,4	1,5
Em meu país, as faculdades e universidades fornecem uma preparação boa e adequada para lidar com empresas em fase de <i>start-up</i> e em crescimento.	1,4	2,3
Em meu país, o nível do ensino nas áreas de administração e negócios fornece uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas.	2,0	2,7
Em meu país, programas de capacitação de mão-de-obra, o ensino profissionalizante e os sistemas de educação continuada fornecem uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas. (Abordado entre 2009-2003).	2,5	2,4

Nota: escala de 1 a 5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Comparando com os dados internacionais, a situação se torna mais preocupante quando se observa que o Brasil se posiciona na penúltima posição, somente à frente do Egito.

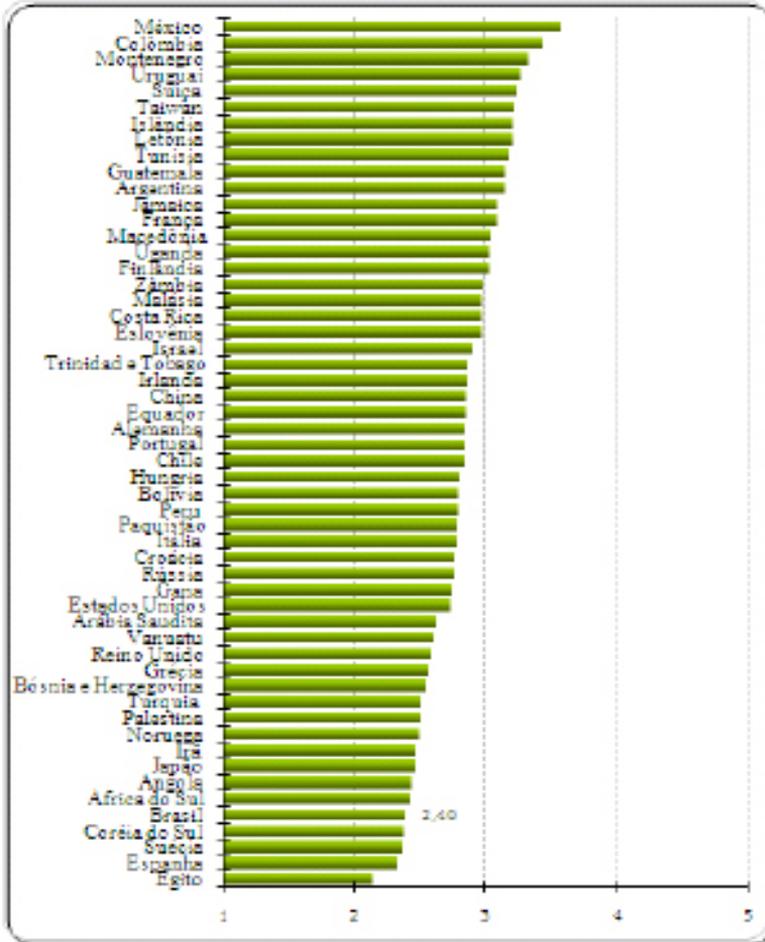
Figura 4.6 – Educação e treinamento: ensino fundamental e médio segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

Em relação à educação continuada e ao ensino superior apresenta-se uma ligeira melhora, dado que passa-se à 50ª colocação.

Figura 4.7 – Educação e treinamento: ensino superior e aperfeiçoamento segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

### 4.3 Fatores favoráveis

Ao tratar dos fatores favoráveis ao ambiente de negócios no país, com frequência média no período superior a 40%, foram citadas as condições mostradas no Quadro 4.6:

Quadro 4.6 – Fatores favoráveis ao empreendedorismo mais citados pelos especialistas – Brasil – 2002 a 2010

FATORES FAVORÁVEIS	% de citações						
	2002	2003	2004	2006	2008	2009	2010
Normas culturais e sociais	100%	54%	29%	37%	49%	69%	61%
Clima econômico	22%	38%	49%	57%	31%	39%	58%

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

No período 2002 : 2010, o maior número de citações concentrou-se em aspectos relacionados a normas culturais e clima econômico (quadro 4.6).

#### 4.3.1 Normas culturais e sociais

1. As características culturais do povo brasileiro, considerando a vontade que boa parte da população tem de abrir seu negócio.
2. A mídia tem divulgado exemplos de jovens empreendedores independente da sua origem.
3. A inclusão do tema empreendedorismo na agenda nacional. As pessoas estão preocupadas com o empreendedorismo. Faz parte das decisões dos jovens. Nos últimos anos percebe-se o tema nas discussões nacionais.

4. A cultura brasileira, aspecto cada vez mais explorado pelo GEM. Hoje há um ambiente na sociedade brasileira favorável ao empreendedorismo. O empreendedor é bem visto pela sociedade. Hoje, fazer sucesso como empreendedor é bastante aceito e estimulado.
5. Possibilidade de realizar um sonho, independente do sexo, idade e raça e das dificuldades.
6. A cultura do povo brasileiro sempre à procura de novas soluções.
7. O gosto do brasileiro pelo novo. O empreendedor pode perceber o que as pessoas gostam ou gostariam de ter na sua região.
8. É percebido que o ato de empreender possibilita participar ativamente da vida sócio-econômica da sua comunidade. Que, ao empreender transforma e/ou influencia a própria vida e de toda a comunidade envolvida, sendo um item de transformação do meio.
9. Em geral, as pessoas têm senso de solução. As pessoas encontram solução para tudo. Nem sempre adequadas, é verdade, mas criativas no sentido de não deixarem problemas sem soluções.
10. Cultura brasileira de persistência, visto que o brasileiro não desiste nunca. Há histórias de superação no país.

Da mesma forma que no grupo dos fatores limitantes, acrescenta-se à análise dos fatores favoráveis as informações dos questionários estruturados possibilitando um entendimento mais detalhado sobre os fatores citados.

Nos aspectos denominados como normas culturais e sociais, destaca-se a aceitação dos empreendedores pela sociedade, como indivíduos competentes e engenhosos e a frequente divulgação pela mídia dos casos de sucesso (quadro 4.7).

Outro item que passa a se tornar popular no ambiente brasileiro é a inovação que, segundo os entrevistados, se torna cada vez mais valorizada pelas organizações e pelos consumidores.

Quadro 4.7 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre normas Culturais – 2000 a 2010

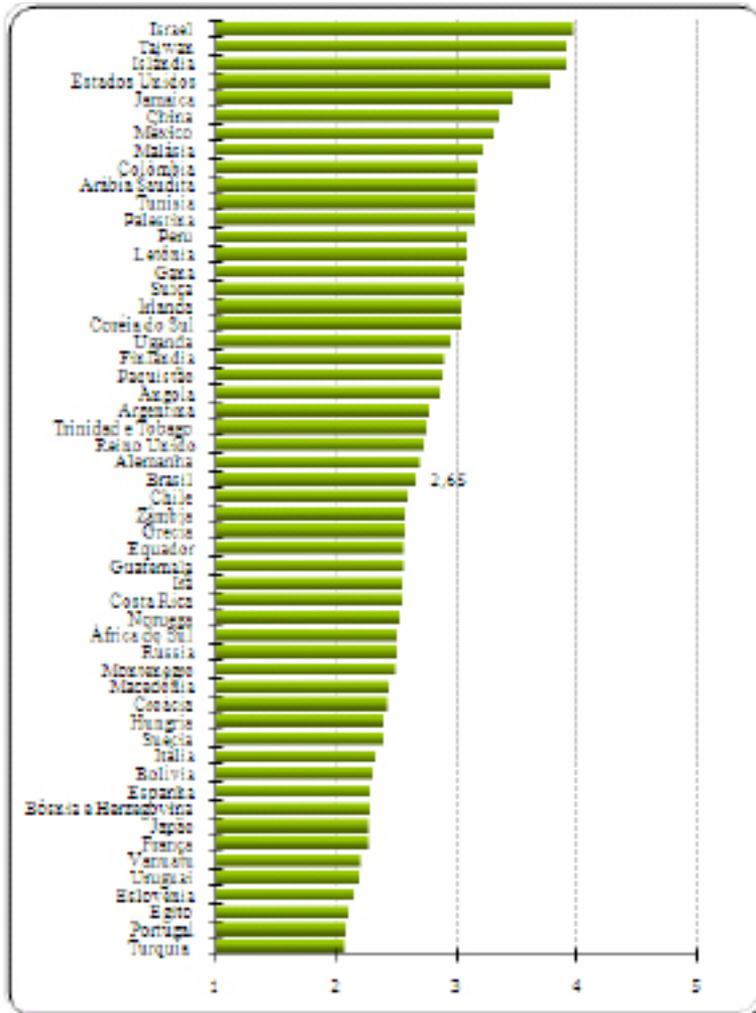
Normas Culturais	2010	2009-2000
Em meu país, a cultura nacional apóia de modo efetivo o sucesso individual obtido através de esforços pessoais.	3,00	2,59
Em meu país, a cultura nacional enfatiza a responsabilidade que o indivíduo tem (mais do que o coletivo) em administrar a própria vida.	2,72	2,74
Em meu país, a cultura nacional enfatiza a auto-suficiência, autonomia e iniciativa pessoal.	2,69	2,57
Em meu país, a cultura nacional encoraja a criatividade e ações inovadoras.	2,69	2,9
Em meu país, a cultura nacional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio.	2,14	2,33

Nota: escala de 1 a 5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Cada vez mais se nota a importância do *self-made man* em nossa sociedade, como uma verdadeira opção e não como uma fuga para a falta de emprego. Vale ressaltar que também , a mídia e a sociedade, passam a valorizar este comportamento.

Figura 4.8 – Normas sociais e culturais segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

Vale notar que o Brasil ainda está abaixo da média dos países participantes da pesquisa, posicionado na 27ª colocação. Isto se deve, principalmente, a percepção de que esses possuem uma cultura nacional que incentiva mais o indivíduo a correr riscos. Como inclusive citado pelos especialistas, ainda se tem resquícios de uma sociedade marcada pela cultura da estabilidade.

### 4.3.2 Clima Econômico

1. O país em construção faz com que haja muitas oportunidades de negócios, muitos nichos para qualquer pessoa que deseje empreender. Se tiver uma boa idéia, haverão muitas chances e oportunidades.
2. Economia nacional em crescimento e aumento da base de consumidores.
3. Natureza do mercado de trabalho. Tanto o desemprego, quanto a insatisfação com um trabalho e /ou emprego estimula o empreendedorismo (muitas vezes como “segunda opção” e não, exatamente, como primeira). A necessidade é um fator muito importante do ponto de vista de empreender.
4. Comércio internacional resulta em mais mercado e na sua globalização.
5. Dinâmica macroeconômica e diversidade de relações entre empresas e consumidores.
6. Ambiente macroeconômico propício.
7. A melhoria do clima de negócios no Brasil. Apesar dos indicadores ainda desfavoráveis, melhora o clima de negócios.

8. O desenvolvimento do país está em diversas atividades econômicas. É diversificado.
9. Crescimento do poder aquisitivo da população.
10. A melhoria de renda da população, advinda do crescimento econômico do país e dos programas sociais e de transferência de renda, permite que potenciais empreendedores se aventurem, dado que as possibilidades de êxito são maiores devido às oportunidades que se abrem.
11. A diversidade das atividades econômicas existentes no país, é um gerador de oportunidades do ponto de vista do negócio.

De forma geral, pode se notar pela opinião dos especialistas que um dos fatores fundamentais para o empreendedorismo no Brasil é o momento ímpar em termos de ambiente macroeconômico - renda em expansão, aumento do poder aquisitivo das classes C e D com a formação de uma classe média importante para a economia do país. Comparativamente, vive-se no Brasil, o que se formou nas economias centrais durante o denominado Anos Dourados (Pós II Guerra Mundial até final dos anos 1970): a formação de uma classe média capaz de adquirir bens e serviços diversos, desde aqueles mais sofisticados como produtos eletroeletrônicos e duráveis (automóveis, linha marrom) até serviços básicos como serviços pessoais.

Acrescentando as informações dos questionários estruturados, é importante citar que sobre o clima econômico não foi explorada questões específicas, mas algumas informações podem ser obtidas na leitura dos tópicos que tratam de Oportunidades para Novos Negócios e Acesso ao Mercado (quadro 4.8).

Quando se trata de opinar sobre a existência de oportunidades no país para novos empreendedores, os especialistas sinalizam com uma postura positiva.

Quadro 4.8 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre oportunidades para novos negócios – Brasil – 2000 a 2010

Oportunidades para novos negócios	2010	2000-2009
Em meu país, as boas oportunidades para novas empresas cresceram consideravelmente nos últimos cinco anos.	4,25	3,87
Em meu país, existem inúmeras oportunidades para a criação de novas empresas.	4,17	3,77
Em meu país, há um número maior de boas oportunidades para a criação de novas empresas do que de pessoas capazes de tirar vantagem delas.	4	3,72
Em meu país, existem inúmeras oportunidades boas para a criação de empresas de alto crescimento real.	3,53	3,44
Em meu país, as pessoas podem facilmente buscar oportunidades de negócios.	3,35	3,33

Nota: escala de 1 a 5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Tratando-se de acesso ao mercado como fator favorável, ressalta-se que o mercado brasileiro é dinâmico e oferece oportunidades para novos negócios, tanto no que tange ao *business-to-business* como aos bens de consumo e serviços. Entretanto, ainda há que se avançar nos aspectos normativos de acesso a mercados. Nota-se que não houve avanço significativo em 2010 quando se compara com a média 2000/2009 justamente nas questões ligadas a legislação antitruste, facilidade de entrada no mercado, custos altos na entrada e atitudes injustas de empresas estabelecidas impedindo a entrada de novas empresas.

No Brasil, ainda há grandes barreiras à entrada para novos competidores, e este fato deve ser tratado por meio de mudanças na lei que regula a concorrência e no maior aparelhamento dos órgãos de defesa da concorrência (em espe-

cial o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – CADE, SDE e SEAE; e agências reguladoras)<sup>4</sup>, como ilustra o quadro 4.9 a seguir.

Quadro 4.9 – Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre acesso ao mercado – Brasil – 2000 a 2010

Acesso ao mercado	2010	2000-2009
Em meu país, o mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro (É dinâmico e oferece mais oportunidades).	3,92	3,27
Em meu país, o mercado de bens e serviços entre empresas ( <i>business-to-business</i> ) muda consideravelmente de um ano para o outro (É dinâmico e oferece mais oportunidades).	3,69	3,17
Em meu país, a legislação antitruste é efetiva e bem aplicada.	2,35	2,24
Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem facilmente entrar em novos mercados.	2,22	2,31
Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem arcar com os custos de entrada no mercado.	2,11	2,02
Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas.	1,97	2,17

Nota: escala de 1 a 5

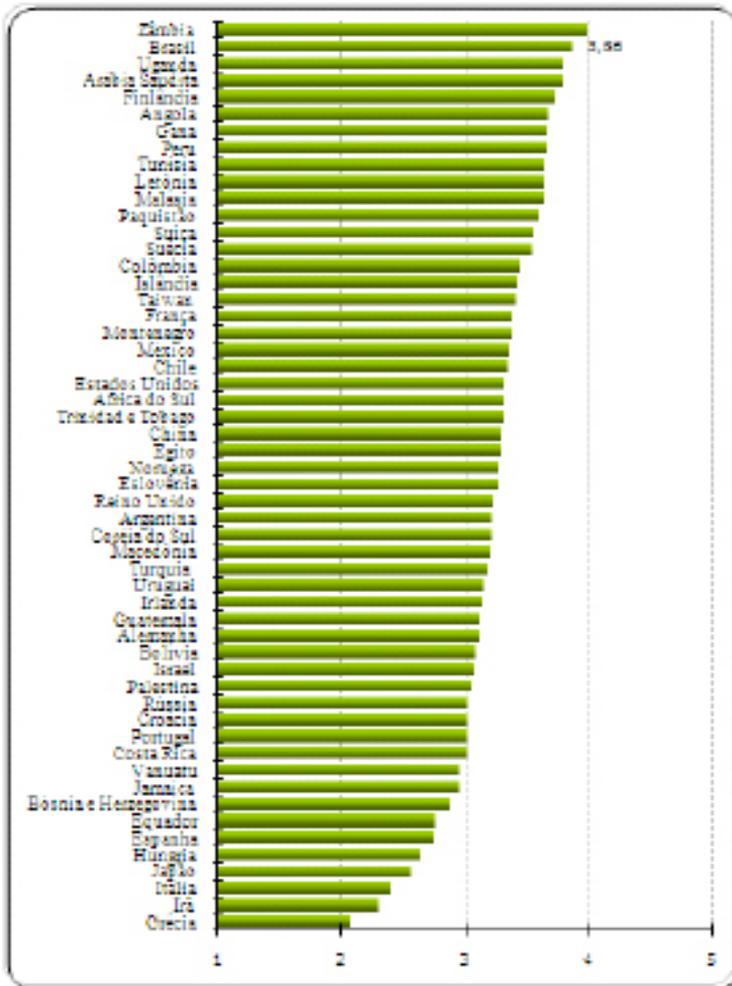
Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Comparando com os demais países, o Brasil se coloca na 2ª posição no que se refere à Oportunidade de Negócios, perdendo apenas para a Zâmbia<sup>5</sup>.

4 Está em discussão no Congresso Nacional um projeto de lei que altera a estrutura atual do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, criando o que está sendo denominado de Super CADE (o CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica é uma autarquia vinculada ao Ministério da Justiça e compartilha as responsabilidades em julgar atos de concentração econômica com a SDE – Secretaria de Direito Econômico também vinculada ao Ministério da Justiça e com a SEAE – Secretaria Especial de Assuntos Econômicos vinculada ao Ministério da Fazenda)

5 A Zâmbia apresenta uma taxa de crescimento média anual no período 2000 a 2009 de 5,2%, no período mais recente (2006 a 2009) o crescimento anual atingiu expressivos 6,10%. A projeção para o FMI (2010) no período 2010 a 2015 salta para 6,9% a.a., sendo que em 2015 a previsão é de 7,4%.

Figura 4.9 – Oportunidade empreendedora segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



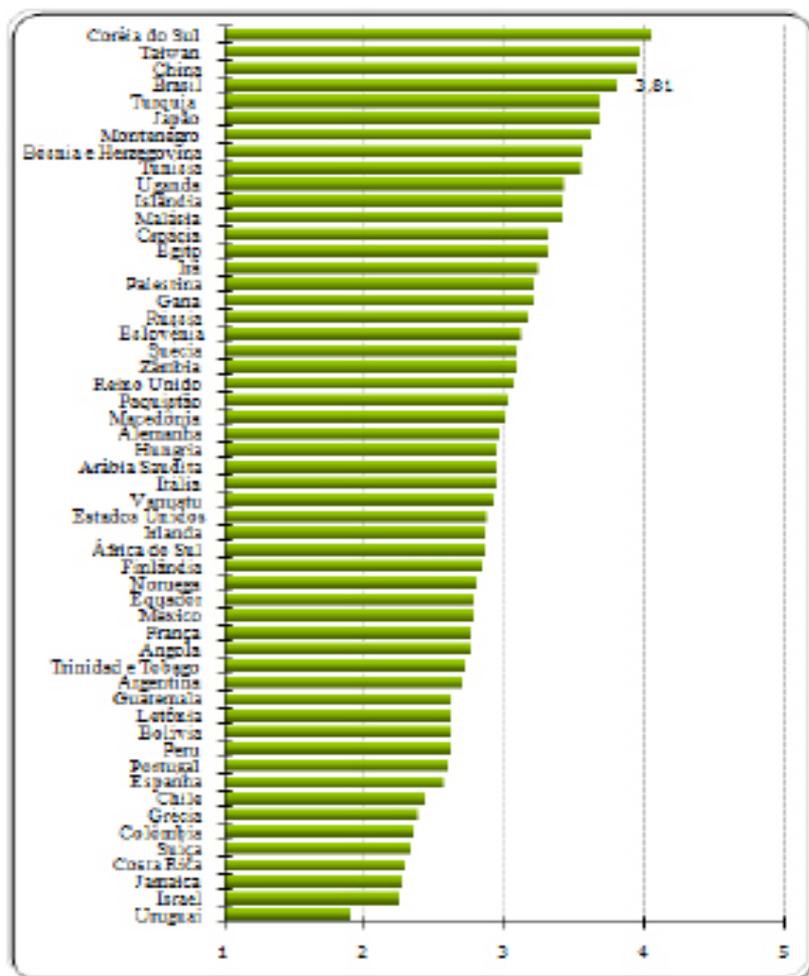
Fonte: GEM Brasil 2010

Por um lado se tem uma percepção muito positiva no que tange à oportunidades para a criação e crescimento de novas empresas, chegando à situação em que há mais oportunidades do que empreendedores, de acordo com os especialistas. Por outro lado, ainda há o que se avançar no que se refere à facilidade de buscar uma oportunidade de negócios e em se ter mais oportunidades de criação de empresas de alto crescimento real.

Em relação a Acesso a Mercados, as questões estruturadas reforçam a percepção de que o mercado de bens e serviços no Brasil é dinâmico e oferece oportunidades ao empreendedor, mas não é plenamente aproveitada devido a questões legais e de estrutura de mercado (legislação antitruste falha e mercados com significativas barreiras à entrada).

Quando se verifica o mercado interno, seu dinamismo e oportunidades criadas, o Brasil se apresenta na 4ª colocação, atrás apenas dos mercados do pujante Sudeste Asiático (Coréia do Sul, Taiwan e China).

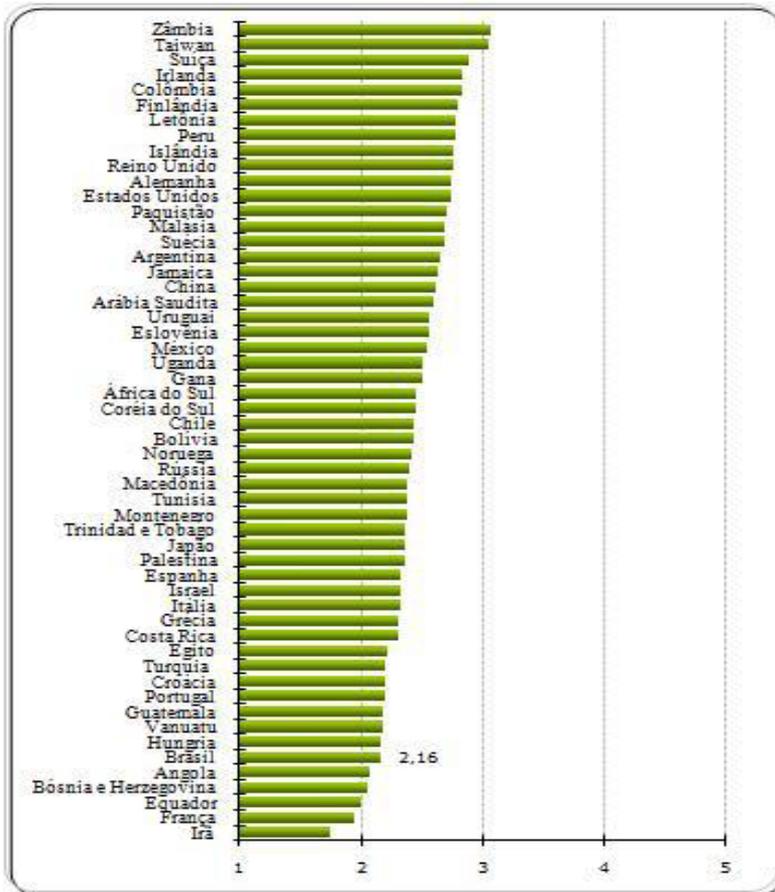
Figura 4.10 – Mercado: interno e dinamismo/oportunidade segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

Entretanto, o Brasil despenca para a 49ª posição quando se consideram as condições que o empreendedor enfrenta para ter acesso ao mercado, conforme mostra a Figura 4.11.

Figura 4.11 – Mercado: maiores barreiras, custos, concorrência e legislação segundo percepções dos especialistas – Países GEM – 2010



Fonte: Pesquisa GEM 2010

### 4.4 Recomendações

Por fim, as recomendações feitas pelos especialistas apontam para as questões mais críticas e que mais limitam o empreendedorismo no Brasil. A análise das recomendações para melhoria do ambiente para empreender se concentram nos 4 (quatro) fatores mais citados e apresentados no quadro 4.10, sendo alguns detalhamentos apresentados na sequência.

Quadro 4.10 – Recomendações mais citadas pelos especialistas – Brasil – 2002 a 2010

RECOMENDAÇÕES	% de citações						
	2002	2003	2004	2006	2008	2009	2010
Educação e Capacitação	78%	88%	71%	57%	69%	69%	81%
Políticas Governamentais	76%	62%	57%	100%	63%	75%	47%
Apoio Financeiro	31%	31%	46%	40%	34%	31%	39%
Programas Governamentais	51%	38%	26%	43%	40%	44%	33%

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

É importante destacar a maior citação em 2010 dada para a “Educação e Capacitação”, identificando a preocupação dos especialistas com a base para a formação de um comportamento mais empreendedor por parte da sociedade brasileira. Reforça a percepção de que se deva dar maior atenção a este tema nas propostas de políticas públicas.

#### 4.4.1 Educação e Capacitação

1. Difundir a cultura do empreendedorismo nos conteúdos programáticos dos cursos do ensino fundamental e médio, formação profissio-

nal, escolas técnicas e ensino superior.

2. Conscientizar a sociedade da necessidade de implantar uma pedagogia empreendedora nas escolas de ensino básico, de todo o país, públicas e privadas.
3. Capacitar professores para atuarem em uma pedagogia empreendedora.
4. Reformar o sistema educacional brasileiro, dado que ainda é voltado, na sua maior parte à geração de empregados. Introduzir a educação para o empreendedorismo, à sustentabilidade e à inovação em toda a vida escolar, inclusive no cursos de pós-graduação *stricto sensu e lato-sensu* e em cursos profissionalizantes, para gerar a cultura empreendedora.
5. Focar na educação, principalmente uma formação de empreendedores do tipo *Schumpeteriano* (inovador).
6. Realizar eventos e cursos de empreendedorismo em todas as regiões do Brasil, principalmente Norte e Centro-oeste.
7. Aproximar as universidades e, principalmente, os seus pesquisadores, com os empreendedores.
8. Incluir cursos e atividades de empreendedorismo e sensibilização à inovação em todos os programas de instituições de ensino.
9. Focar a capacitação que prepare mão-de-obra para mercados específicos emergentes, como setor de serviços, que representam uma parcela elevada do PIB Nacional, assim como no mundo inteiro. Quando se

fala em capacitação para mercados específicos, se fala em TI (Tecnologia da Informação) e línguas, pois idiomas são fundamentais. Essa iniciativa é principalmente responsabilidade dos governos, mas também cabe à iniciativa privada, associações e terceiro setor.

10. Difundir o ensino de empreendedorismo nas escolas, em todos os níveis, atrelados à alfabetização digital. Este papel deve ser desenvolvido por processo colaborativo entre toda a sociedade.
11. Ampliar o sistema de incubação de empresas, oferecendo locais para “errar”, com incentivos à inovação (criatividade transformada em negócios). Este papel deve ser desenvolvido por entidades de caráter educacional e tecnológico.
12. Enfatizar o ensino vocacional e técnico, em agronegócios, turismo, artesanato, moda, construção civil sustentável. Formar mão de obra de melhor qualidade, com mais condições de programar suas ações, prever resultados, prevenir erros, defeitos e gastos de materiais; busca de recursos mais baratos e eficientes de tratar da saúde da população.

Em síntese, as recomendações tratam da introdução de disciplinas de empreendedorismo nas escolas (nível básico, médio, universitário, pós-graduação) até a maior aproximação entre a escola e o empreendedor.

#### 4.4.2 Políticas Governamentais

1. Desregulamentação e desburocratização para abertura de empresas. Papel a ser desempenhado pelos governos municipais. Que a simpli-

ficação que se experimenta hoje para o registro de uma empresa no formato de empreendedor individual seja um exemplo para a simplificação e desburocratização dos processos ligados às empresas de micro e pequeno porte e empresas em geral.

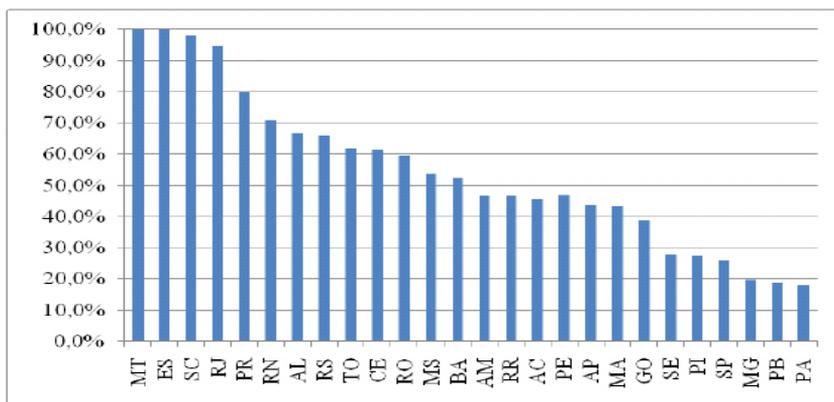
2. Definição e aplicação efetiva de políticas diferenciadas para as MPEs consolidadas e empresas nascentes (tributação, compras públicas, crédito, burocracia etc.) inclusive instalação de instituições de apoio às empresas nascentes, como incubadoras e escolas de capacitação para a gestão.
3. Isenção de tributos, impostos e taxas nos três primeiros anos de vida de uma empresa.
4. Atitudes e políticas voltadas ao desenvolvimento de inovações.
5. Políticas públicas orientadas a fornecer informação e facilidade de acesso ao conhecimento.
6. Fiscalização mais acirrada da lei de Propriedade Intelectual.

Reformular o sistema fiscal, simplificando e diminuindo a carga tributária, para incentivar mais investimentos e negócios. Nos últimos anos o Brasil avançou em termos de legislação aplicada às microempresas e empresas de pequeno porte, sendo muito citada pelos especialistas a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, que constitui avanço inegável no tratamento diferenciado e simplificado a ser dispensado a este porte de empresas. Tanto que o número de citações que se tem para as Políticas Governamentais caiu consideravelmente nos últimos anos (o ano de 2010 registra seu menor índice).

Entretanto, apenas ter um aparato normativo não garante que de fato haja políticas governamentais para melhorar o ambiente em que se inserem as empresas e o empreendedor. Deve-se avançar na aplicação efetiva da legislação, tanto em nível federal, mas principalmente por parte dos Estados e Municípios. Construindo uma política integrada e que de fato proporcione ao empreendedor um ambiente capaz de incentivá-lo a implementar suas idéias e prosperar com elas.

Dados recentes do SEBRAE Nacional apontam que 2.720 municípios brasileiros regulamentaram a Lei Geral, o que representa 49% dos municípios. Apenas 2 (dois) estados (Espírito Santo e Mato Grosso) tem 100% das cidades com leis municipais<sup>6</sup> (figura 4.12).

Figura 4.12 – Municípios com a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas regulamentada – Brasil – 2010



Fonte: Sebrae Nacional (acesso em [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br))

6 A Lei Complementar 123 de 2006, aprovada em 14/12/2006, estabeleceu o prazo de 01 ano para que os municípios, Estados e União regulamentassem os dispositivos trazidos pela legislação.

#### 4.4.3 Apoio Financeiro

1. Ampliação de empresas privadas de financiamento de capital empreendedor (*venture capital e private equity*). Estimulo das instituições públicas e associações de empresários à formação de associações de investidores anjos.
2. Facilitação para obtenção de linha de crédito, pois um dos pilares para o desenvolvimento e crescimento do negócio é o Capital.
3. Diminuição do grau de exigência dos bancos na concessão de financiamentos e criação de “central de aval” por parte dos municípios.
4. Estruturação de canais de divulgação voltados à disseminação dos recursos financeiros disponíveis e o procedimento (passo a passo) para obtê-lo. Deve-se atentar para a linguagem de fácil entendimento.
5. Simplificação do financiamento público voltado às MPes.
6. Fortalecimento de instrumento à **empresas nascentes**. Apoio ao financiamento da instalação de empresas.
7. Apoio financeiro à Gestão de Incubadoras, dado que sem incubadoras profissionalizadas, não há empresas incubadas de sucesso.

Como já tratado, quando se analisa a questão do crédito ressaltam 2 (dois) aspectos centrais nas recomendações dos especialistas: medidas que de fato permitam o acesso ao crédito por parte dos empreendedores; e incentivo à diversificação das modalidades de financiamento no País.

### 4.4.4 Programas Governamentais

1. Priorização, pelos governos, de medidas que criem facilidades para a abertura de novas empresas e acesso à licitação junto à empresas públicas de grande porte.
2. Busca por parceiros no âmbito do governo (municipal, estadual e federal) para sensibilizá-los à definição de uma Política Brasileira para o Empreendedorismo.
3. Priorização e Foco dos governos no aporte de um maior volume de recursos em programas existentes de capacitação de incubadoras e parques tecnológicos para abrigar e/ou desenvolver novas empresas com alto potencial de crescimento a partir da inovação.
4. Criação de uma Sala de Inovação pelo Governo Federal. Seria um único ponto de contato, com uma coordenação que reuniria todos os participantes do lado do governo e das autoridades competentes que julguem esse tipo de processo, mas entrando em contato com o empresário para que tivesse a segurança necessária de que está andando pelo caminho certo e realmente vai poder se utilizar dos benefícios que a lei prevê.
5. Incentivo pelo governo à formação de associações ou cooperativas de micro empreendedores.
6. Aumento na atuação dos Ministérios com a promulgação de Editais de Captação de Recursos Financeiros.

7. Investimentos financeiros em programas públicos já consolidados que fornecem *habitats* saudáveis para novos empreendimentos, como as pré-incubadoras, hotéis de projetos e incubadoras. Experiências demonstram que empreendimentos que passam por essas estruturas têm mais êxito e se desenvolvem mais rapidamente.
8. Continuidade e perenidade dos programas na área de empreendedorismo e inovação. Não podem ficar sujeitos a grupos políticos de governo. As iniciativas precisam ser continuadas a fim de que se possam avaliar concretamente resultados. Existe uma curva de aprendizagem em todo e qualquer programa novo, portanto é necessário prazo para que estes se viabilizem, ou seja, continuidade nas ações.

Um aspecto importante de qualquer ação, objeto de recomendação dos especialistas, é a continuidade dos programas que tenham resultados, sabe-se que em geral ações de apoio ao empreendedor e de incentivo à inovação tem resultados de longo prazo. Leva-se tempo para que tais medidas impactem a comunidade e por isso há necessidade de maior perenidade nos programas de governo.

Também nota-se, pela percepção dos especialistas, uma carência maior de programas voltados a empreendimentos de alto crescimento e potencial, em geral ligados à área tecnológica e que demandam formas diferenciadas de apoio governamental. Os instrumentos de apoio também devem ser inovadores e disseminados. O que se nota, também, é a criação de instrumentos que atingem uma parcela muito pequena dos empreendimentos do País. Por exemplo, a denominada Lei do Bem - Lei 11.196, de 21/11/2005 que prevê incentivos fiscais a empresas que realizem pesquisa, e desenvolvimento e inovação tecnológica

beneficiou tão somente 542 empresas no ano de 2009<sup>7</sup> - Volume muito pequeno de empreendimentos.

---

<sup>7</sup> Último dado disponibilizado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia a partir do Relatório Anual de Utilização da Lei do Bem publicado em 26 de Novembro de 2010.

## Tópico especial

O PAPEL DAS INCUBADORAS NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA  
DE NEGÓCIOS SOCIAISJúlio C. Felix<sup>8</sup>**Introdução**

Por um período se acreditou que os objetivos de negócios que visam lucro eram diametralmente opostos à obtenção de desenvolvimento social (ou coletivo). Hoje, com o caminhar do Século XXI, já se vislumbra uma via intermediária, que “nem tanto ao Céu, nem tanto ao Inferno”, pois é possível sim estabelecer um negócio viável, lucrativo e que ao mesmo tempo traga desenvolvimento para a sociedade. Quando se cria um negócio inovador de base tecnológica, que visa introduzir uma tecnologia que gera menos poluente;

---

8 Engenheiro Civil pela Universidade Estadual de Maringá (PR). *Administracion de laboratorios*. OPS/OMS. Buenos Aires, Argentina, 1990; *Embalage (Control de la Calidad)*. Instituto Italiano de Embalage. Milán, Itália. 1986. *Production Engineering and Quality Control of Steel Structure*, *Industrial Research Institute of Hyogo Prefecture*, Japan. 1984. Principais atividades: Diretor-Presidente do Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR), 2011/...Gerente da Incubadora Tecnológica de Curitiba (INTEC/TECPAR) 2008/2010; Diretor de Relações Institucionais da REPARTE, 2010/2011; Professor convidado da Pós-Graduação em Gestão de Projetos da FESP, 2010...; Professor convidado da Pós-Graduação em Engenharia da Produção da PUCPR, 2007...; Diretor de Operações do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP). 2006/2009; Coordenador da Comissão Especial de Estudos da ABNT – Gestão da Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, 2009/...; Diretor de Certificação do Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR). 2001-2004; Presidente da Sociedade Brasileira de Metrologia (SBM). 2004-2006; Diretor Técnico do TECPAR. 1995/1999; Presidente da Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica (ABIPTI); Diretor de Tecnologia Industrial do TECPAR. 1991/1995; Coordenador do Curso de pós-graduação em Engenharia da Qualidade da PUCPR. 1992/1996; Chefe da Divisão da Qualidade do Ministério da Saúde. 1990/1991; Secretário Nacional Adjunto de Biotecnologia do MCT. 1988/1989; Diretor Administrativo do TECPAR. 1987/1988; Diretor de Metrologia Científica e Industrial do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO), 1987.

é menos intensiva em fontes energéticas não renováveis ou se cria a solução para um problema coletivo, nesse momento está também se gerando uma fonte de benefício social.

É crescente hoje o número de organizações que fomentam esse tipo de empreendedorismo, atuando no apoio a empreendimentos que sejam sustentáveis, tenham benefício significativo para a sociedade e que ao mesmo tempo gerem lucro para os empreendedores. Por exemplo, no Paraná, a Incubadora Tecnológica de Curitiba (INTEC), vinculada ao Instituto de Tecnologia do Paraná, tem por obrigação estatutária apoiar empreendimentos inovadores de base tecnológica que tragam retorno para a sociedade que a abriga, tanto na geração de impostos quanto de empregos de maior valor agregado. Esses são exemplos de que a lógica de apoio ao empreendedorismo está caminhando a passos largos para a mudança em prol da coexistência de fato do tripé da sustentabilidade.

Os dados da Pesquisa GEM mostram a cada ano uma evolução no empreendedorismo por oportunidade, que se caracteriza por ser o “tipo” mais desejável de atividade empreendedora, ou seja, aquele com alto potencial de crescimento e motivado pela identificação de uma oportunidade clara de mercado. Dentro dessa categoria pode-se encontrar empresas como a Hi-Technologie, empresa de base tecnológica incubada na INTEC e fortemente voltada para a melhoria social. Este empreendimento é responsável por uma tecnologia que amplia a humanização do atendimento de pacientes graves que necessitam de internação. Graças à tecnologia desenvolvida nos laboratórios da empresa o paciente internado pode interagir frequentemente com seus familiares, ser monitorado a distância por seu médico ou navegar na Internet para ocupar o tempo que é obrigado a ficar em repouso. Mesmo tendo forte vocação para atividades

socialmente desejáveis, a empresa tem como meta a manutenção de sua lucratividade, o que a torna uma empresa exemplar desse processo de mudança.

Nesse âmbito, procura-se apresentar para discussão essa nova lógica de negócios sociais e o papel das incubadoras de negócios nesse movimento em prol do empreendedorismo. Primeiramente é apresentada essa noção de negócio social para diferenciá-la da atuação (também importante) de organizações do terceiro setor, que buscam atender às demandas mais urgentes em áreas que de certa maneira não estão plenamente cobertas pela atuação do Estado. Em seguida é apresentada uma proposta de atuação para as Incubadoras de Negócios nesse novo cenário e por fim são feitos alguns questionamentos para provocar o debate sobre o tema.

### **O empreendedorismo nas incubadoras e o seu lado social**

O primeiro ponto a ser apresentado é que quando se trata aqui de negócios sociais, não se está falando daquelas ações que visam reduzir a insegurança social de determinados grupos de pessoas, ou complementar eventuais falhas na atuação do Estado realizadas por entidades sem fins lucrativos. Para o âmbito da presente discussão, essas organizações são mais “sociais” do que “negócios” e, portanto, não se enquadram dentro dessa tipologia proposta. Em essência a administração e organização dessas entidades são bastante semelhantes à de uma empresa privada, porém é o lucro que as distingue perante as instituições legais e sociais. Cabe também destacar que em países como o Brasil é fundamental que essas organizações existam e que sejam subsidiadas para garantir a continuidade de seus projetos.

O conjunto de organizações de interesse aqui são as iniciativas economicamente rentáveis que, por meio da sua atividade principal (*core business*), buscam

soluções para problemas sociais, utilizando mecanismos de mercado. Esses empreendimentos integram a lógica dos diferentes setores e oferecem produtos e serviços de qualidade a uma população excluída do mercado tradicional, ajudando a combater a pobreza e diminuir a desigualdade socioeconômica. Os negócios sociais, nessa concepção, alcançam diferentes tipos de resultado social: promovem inclusão social, por meio da oferta de oportunidades de trabalho que melhoram a renda e a qualidade de vida de pessoas mais pobres, com necessidades especiais, de populações marginalizadas ou de comunidades alternativas; oferecem produtos e serviços de qualidade e a preços acessíveis que diretamente melhoram a qualidade de vida das pessoas: habitação, alimentação, saúde, água potável, saneamento, energia, telefonia celular, computadores, serviços financeiros etc.; oferecem produtos e serviços que melhoram a produtividade dos mais pobres, contribuindo indiretamente para o aumento de suas rendas, acesso a crédito produtivo, venda de tecnologias e equipamentos de baixo custo etc. (artemisia, 2010).

Esse tipo de negócio rentável e com impacto social tem proliferado nas incubadoras por todo o País, são negócios criados a partir de uma geração de empreendedores jovens e que pautam parte importante de sua estratégia sobre valores mais sustentáveis. O lucro é importante, porém são ponderadas também as dimensões socioculturais e ambientais.

### **O papel das incubadoras de negócios na nova lógica de mercado**

As incubadoras de base tecnológicas foram durante algum tempo motivadas pela possibilidade de ser o berço de empresas de classe mundial nos setores considerados estratégicos e portadores de futuro, como biotecnologia, energia, nanotecnologia etc. Entretanto, com o passar do tempo pode-se notar que não é só na criação desse tipo de empreendimento que reside o sucesso de tais

organizações. Cada vez mais, são dadas oportunidades de incubação para negócios de menor escala e abrangência, mas que possuem retorno social mais profundo.

Por exemplo, quando um empreendedor identifica a necessidade de produzir tecnologia na área de saúde para substituir um produto importado que chega ao País com custo incompatível com a realidade nacional, então temos a semente de um negócio social. O papel da incubadora é criar as condições para que esse empreendimento “saia do papel”. Nesse caso, o atendimento a um nicho de mercado relativamente restrito, pode não ser atrativo para maioria das grandes empresas do setor dada sua escala e custos fixos, porém pode ser lucrativo para uma empresa nascente que possui maior flexibilidade. Nesse caso, a oferta de tecnologia substituta, mais barata, cria a oportunidade de acesso para uma classe de pessoas que antes não eram atendidas e que agora poderão ser beneficiadas igualmente pela tecnologia.

As incubadoras, em especial aquelas ligadas a entidades públicas, tem um papel central na seleção desse tipo de empreendimento, pois é assim que o retorno social pode ser garantido e ampliado. É preciso que os critérios de seleção das incubadoras contemplem diretamente os resultados sociais planejados pelas empresas ingressantes. Não basta demonstrar que o produto tem mercado e que pode cobrir os custos necessários para sua reprodução cotidiana e operação básica, é preciso que o foco de desenvolvimento tecnológico seja pautado pelas grandes demandas da sociedade na qual o empreendedor irá atuar e que com base nessas mesmas demandas seja feito o planejamento estratégico para o desenvolvimento do negócio.

### **Considerações Finais**

É possível gerar desenvolvimento econômico e tecnológico com a redução da desigualdade de oportunidade entre as pessoas? Cada vez mais é possível observar que a resposta para essa questão é positiva. Seja pela crescente atuação de grandes empresas em ações que antes eram exclusivamente do Estado, seja pelo aumento do número de organizações do terceiro setor que apóiam tais iniciativas. Mas certamente, o que se pode observar pelo perfil da demanda atual por projetos a serem incubados, é que os empreendedores estão cada vez mais cientes de que existem oportunidades para empreender em áreas onde o benefício social gerado é igual ou superior ao benefício econômico. Esse último, entretanto, não é um coadjuvante nas decisões estratégicas e sim um protagonista.

A sociedade brasileira tem uma urgência ainda maior em fomentar esse tipo de atividade empreendedora por oportunidade, pois as mazelas geradas ao longo de seus mais de 500 anos de história **levaram o Brasil a ser uma péssima referência** em termos de desigualdade social. A INTEC e outras incubadoras de negócios têm como parte integrante de sua missão selecionar empreendimentos inovadores que possam contribuir para a solução desse problema.

# 5

## **AMBIENTE ECONÔMICO E EMPREENDEDORISMO**



## 5 AMBIENTE ECONÔMICO E EMPREENDEDORISMO

Mariano Matos Macedo<sup>1</sup>

Em 2010, observa-se, no Brasil, um aumento das diferentes Taxas de Empreendedores: novos, nascentes ou estabelecidos. Além disso, a Taxa de Empreendedores por Necessidade diminuiu.

Esse resultado é convergente com o desempenho da economia brasileira em 2010. Após a crise financeira internacional de setembro de 2008 e dando continuidade à recuperação iniciada já no II Trimestre de 2009, em 2010, o PIB deverá crescer 7,5%.

Em 2009, apesar da forte retração das exportações de bens e serviços (-10,2%) da Formação Bruta de Capital Fixo (-10,3%), o expressivo crescimento do mercado interno, impulsionado por políticas anticíclicas adotadas pelo Governo Federal, sustentou o dinamismo da economia brasileira e impediu que a Taxa de Crescimento do PIB fosse menor do -0,6%. Nesse ano, pelo lado da demanda, o Consumo das Famílias cresceu 4,2% e o da Administração Pública, 3,9%. Pelo lado da oferta, o PIB foi puxado pelo desempenho do setor serviços, incluindo o comércio (2,2%): os setores agropecuário e industrial apresentaram taxas crescimento negativas, de -4,6% e -6,4%, respectivamente.

---

1 Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas. Professor do Departamento de Economia da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Pesquisador do Instituto Paranaense de Desenvolvimento – IPARDES. Ex-Diretor Presidente do IPARDES e do Instituto de Tecnologia do Paraná – TECPAR. Ex-Diretor de Políticas Sociais do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Co editor do livro “Indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação no Brasil”, editado pela Editora da UNICAMP (2002). Consultor do Centro de Gestão e Estudos Estratégicos - CGEE, responsável pela publicação “Descentralização das do fomento à ciência, tecnologia e inovação no Brasil” (2010). Membro da Comissão Permanente de Indicadores de Ciência e Tecnologia, do Ministério de Ciência e Tecnologia - MCT.

Os dados do GEM, elaborados desde 2000 e classificados segundo a CNAE, indicam que o Consumo das Famílias é um dos principais indutores da Taxa de Empreendedores, pois uma parcela significativa dos empreendedores se concentra nas atividades de comércio varejista e nos serviços.

Em 2010, além da expansão do Consumo das Famílias, com 6,9% entre janeiro e setembro em relação mesmo período do ano anterior, o desempenho da economia brasileira vem sendo também determinado pelo aumento da Formação Bruta de Capital Fixo (25,6% de aumento na mesma base de comparação). Em 2010, a Taxa de Investimentos, calculada pela relação entre a Formação Bruta de Capital Fixo e PIB, deverá alcançar 18,8%, nível semelhante ao de 2008 (18,7%) e superior ao verificado em 2009 (16,9%).

O aumento da Taxa de Investimentos também favorece direta e indiretamente a Taxa de Empreendedores. Indiretamente, potencializa o aumento do Consumo das famílias, favorecendo a criação de pequenos negócios.

Pode-se afirmar que, no contexto de um quadro de estabilidade macroeconômica que vem se afirmando na economia brasileira desde 1994 (Plano Real), as políticas anticíclicas implementadas pelo Governo Federal frente à crise financeira internacional de setembro de 2008 foram de fundamental importância para evitar que a economia brasileira sofresse uma retração maior do que -0,6% em 2009 e, além disso, passasse a apresentar um crescimento muito intenso no decorrer de 2010.

Dentre as políticas adotadas pelo Governo Federal, merecem destaques as seguintes: redução de impostos (automóveis, fogões, geladeiras e móveis); aumentos reais do salário mínimo; aumento das transferências de renda para as famílias (Programa Bolsa Família); programas de expansão da construção civil

(Programa “Minha Casa, Minha Vida”); e a indução da expansão do crédito em bancos públicos e privados. Entre 2002 e 2008, as operações de crédito do setor financeiro - posição de final de ano – aumentaram de 26,0% para 40,8% do PIB. Em 2009, esse percentual foi de 45,0%, alcançando 47,2% em outubro de 2010. Entre 2008 e 2010, as operações de crédito das instituições públicas (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, etc.) aumentaram de 14,8% para 19,8%.

Em 2010, o crescimento do PIB da economia brasileira (7,5%) vem merecendo destaque a nível internacional, juntamente com a China e a Índia (quadro 5.1). Por ter mitigado o impacto da crise financeira, a taxa de crescimento do PIB do Brasil em 2009 já havia sido bastante satisfatória dentre as observadas nos EUA, Zona do Euro, Japão e Rússia.

Quadro 5.1 - Taxa de Crescimento Real do Produto Interno Bruto em países selecionados, segundo projeções do Fundo Monetário Internacional

Países	(% ao ano)		
	2009	2010	2011
Mundo	-0,6	4,8	4,2
EUA	-2,6	2,6	2,3
Zona do Euro	-4,1	1,7	1,5
Japão	-5,2	2,8	1,5
Brasil	-0,6	7,5	4,1
Rússia	-7,9	4	4,3
Índia	5,7	9,7	8,4
China	9,1	10,5	9,6

Fonte: FMI (2010) e IBGE

Somente em 2010, a economia brasileira deverá gerar 2,5 milhões de novos postos formais de trabalho - cerca de 1,2 milhões a mais do que em 2009. Em 2009, apesar da crise, a expansão do mercado interno no Brasil foi expressiva, com a criação de 1,8 milhões de empregos formais, uma alta de 4,5% no estoque de empregos na comparação com 2008. Entre os países do G-20, o Brasil tem sido um dos poucos a conseguir uma expressiva expansão dos postos de trabalho. De janeiro de 2003 a setembro de 2010 foram gerados 14,7 milhões de empregos formais no Brasil. No período, houve crescimento de 51,3% no nível de emprego, equivalente ao aumento médio anual de 5,5%, correspondendo a um incremento de 1,9 milhão de postos de trabalho ao ano. Em nível setorial, todos os setores e subsetores elevaram o nível de emprego. Em termos percentuais, o maior aumento ocorreu no setor da Construção Civil, com 122,6% (1,3 milhão de postos de trabalho). Em números absolutos, o destaque coube ao setor de Serviços, com 4,8 milhões de postos (52,6%), seguido do setor de Comércio, com 3,1 milhões (65,5%) e da Indústria de Transformação, com 2,7 milhões (52,8%)<sup>2</sup>.

Até outubro de 2010, os setores que mais contribuíram para a criação de empregos formais no Brasil foram os de serviços (860,3 mil), a indústria (647,2 mil), o comércio (373,8 mil) e a construção civil (341,6 mil). Em termos relativos, o maior crescimento foi da construção civil (15,1%). O setor de construção civil vem recebendo forte impulso com o lançamento do programa do Governo Federal, denominado “Minha Casa, Minha Vida”, cuja meta é atingir, até o fim de 2010, a construção de 1 milhão de moradias. A projeção do Programa “Minha Casa, Minha Vida” para o período 2011-2014 é de construção de 2 milhões de moradias.

---

2 MINISTÉRIO DO TRABALHO. Balanço do MTE mostra crescimento do mercado de trabalho em 8 anos. Notícia, 26/11/2010. Disponível em <http://www.mtb.gov.br/sgcnoticia.asp?IdConteudoNoticia=7520&PalavraChave=80 anos>.

Em 2010, a Taxa Média Mensal de Desocupação da população economicamente ativa das principais regiões metropolitanas brasileiras deverá se situar em torno de 7,1%, inferior ao nível de 2008 (7,9%) e de 2009 (8,1%), alcançando o menor nível na década. Já em 2009, a Taxa de Desemprego da população economicamente ativa nas principais regiões metropolitanas brasileiras apresentou um comportamento que superou as expectativas colocadas pela crise financeira internacional. Nesse ano, a Taxa Média Mensal de Desemprego de 8,1% foi a menor taxa média anual, desde 2003.

Outro indicador relevante das especificidades do dinamismo da economia Brasileira em 2009, refere-se ao Índice de Economia Subterrânea, elaborado pelo Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO) em conjunto com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (Ibre/FGV), e divulgado em novembro de 2010. Entre 2003 e 2009, esse Índice, determinado pela relação entre o valor da produção de bens e serviços que se encontra à margem da economia formal e o PIB, diminuiu de 21% para 18,6%, tendo alcançado 18,7% em 2008. Há indicativos de que esse percentual deverá reafirmar sua tendência de queda em 2010, haja vista o intenso dinamismo da economia e do mercado de trabalho formal no país. Estima-se que, em 2009, a Economia Subterrânea no Brasil alcançou o montante de R\$ 583,7 bilhões, valor pouco inferior ao observado em 2008 (R\$ 589,2 bilhões, apêços de 2009) e de dimensão semelhante ao do PIB da Argentina. A dimensão desse Índice é um indicador da vitalidade da economia brasileira em criar informalidade e, a sua queda, aponta para o crescente potencial dessa economia em expandir as atividades formais, inclusive de empreendedores.

A título de conclusão, pode-se afirmar que, em 2010, o aumento das Taxas de Empreendedores - nascentes, novos ou estabelecidos - e, em particular, a diminuição que se observa na Taxa de Empreendedores por Necessidade, de 5,9% para 5,4%, é compatível com a especificidade de uma economia crescendo ano após ano com base no mercado interno, com a expressiva e persistente expansão do emprego formal no Brasil, com a diminuição da Taxa de Desocupação da população economicamente ativa das principais regiões metropolitanas a níveis historicamente reduzidos e com a tendência de queda do Índice de Economia Subterrânea.

Esses fatos também contribuem para explicar outra característica apresentada pela pesquisa de 2010: a Taxa de Empreendedores por Oportunidade aumentou em todas as faixas de níveis de escolaridade. Já a taxa de Empreendedores por Necessidade diminuiu ou se manteve estável nos níveis de escolaridade mais elevados (acima de 5 anos de estudo) e aumentou nos níveis mais baixos. Esse comportamento é compatível com um mercado de trabalho que expande as oportunidades de ocupações e tende a restringir o empreendedorismo por necessidade às pessoas cujas condições de empregabilidade são mais vulneráveis.

Outro aspecto relevante que caracteriza o dinamismo atual da economia brasileira e tende a favorecer a expansão da Taxa de Empreendedores, particularmente em pequenos negócios, refere-se a uma especificidade adicional relacionada à expansão do mercado interno no Brasil, qual seja, o fato dessa expansão ser centrada, em parte, na inclusão de segmentos da população que vivia à sua margem.

Em 2009, no Brasil, segundo dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD disponível é possível verificar a continuidade da ten-

dência de redução da desigualdade, dos níveis e do hiato de pobreza que vem sendo observada desde meados dos anos 90<sup>3</sup>. Segundo o IPEA, entre 1995 e 2008, o Coeficiente de Gini diminuiu de 0,597 para 0,544, e continuou a cair em 2009 (0,538). Considerando uma linha de pobreza de  $\frac{1}{2}$  salário mínimo de 2009, relativamente alta, o percentual de famílias pobreza caiu de 46,5%, em 1995, para 29,2%, em 2009, tendo alcançado 32,0%, em 2008. Não apenas há menos pobres, como as pessoas que ainda o são, são menos pobres<sup>4</sup>. Assim, considerando a mesma linha de pobreza, o hiato de pobreza diminuiu de 10,0%, em 1995, para 5,0%, em 2008, e 4,6%, em 2009. Há indicativos de persistência dessa tendência no ano de 2010. A redução da desigualdade, dos níveis e hiato de pobreza tende a aumentar a propensão média das famílias ao consumo de bens e serviços a estimular a Taxa de Empreendedores de pequenos negócios.

As perspectivas de desempenho da economia brasileira em 2011 são favoráveis, mas não tanto quanto o observado em 2010 (Tabela 5.1). Há indicações de que a economia vem crescendo além do potencial de expansão de sua capacidade produtiva. Para crescer de forma sustentada a uma taxa de 5%, estima-se que seja necessário que a Taxa de Investimento aumente dos atuais 18,8% para 23/25%.

Segundo o Fundo Monetário Internacional, estima-se que Taxa de Crescimento do PIB no Brasil, em 2011, deverá ser de 4,1%, merecendo novamente destaque a nível internacional, juntamente com a China e a Índia. Embora inferior

3 Segundo o IPEA, o “hiato de pobreza é a renda necessária para levar todos os pobres até a linha de pobreza. O hiato de pobreza, portanto, se reduz quando há menos pobres ou quando os pobres que restam são menos pobres que antes”. Conforme IPEA. PNAD 2009 – Primeiras Análises: Distribuição de Renda entre 1995 e 2009. Comunicados do IPEA, Brasília, 05 de outubro de 2010, p. 14.

4 Conforme IPEA. 2010, p. 14.

à de 2010, essa Taxa de Crescimento do PIB, no contexto de uma economia de já aquecida, tende a favorecer um aumento da Taxa de Empreendedores.

O aporte de investimentos diretos externos também vem sendo importante para sustentar taxas de crescimento relativamente elevadas na economia brasileira, apesar dos desdobramentos ainda em curso da crise financeira internacional. O Banco Central estima que, em 2010 e em 2011, o aporte desses investimentos deverá alcançar US\$ 30 bilhões e US\$ 45 bilhões, respectivamente, contra US\$ 26 bilhões observados em 2009. Ao nível internacional, o Brasil apresenta uma avaliação positiva do sistema financeiro internacional: indicadores de risco soberano mostram um distanciamento do risco-país em relação à média dos países emergentes.

Várias são as razões que explicam esse fato. Segundo o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), além da estabilidade política, algumas dessas razões são as seguintes<sup>5</sup>: elevado potencial do mercado interno brasileiro; presença de um sistema bancário sólido, solvente e sujeito a um sistema de regulação abrangente e eficiente; existência de bancos públicos capazes de adotar posturas anticíclicas, expandindo crédito em um momento de crise de confiança nos mercados, a exemplo do que ocorreu em 2009; política monetária com credibilidade, baseada em um regime estável de metas de inflação; situação favorável de solvência externa, com reservas internacionais equivalentes a US\$ 250 bilhões e uma dívida externa líquida negativa; e a existência de planos firmes de investimento, marcados por alto retorno e baixo

5 COUTINHO, Luciano. A Construção de fundamentos para o crescimento sustentável da economia brasileira. (In) ALÉM, A. Cláudia; GIAMBIAGI, Fábio. O BNDES em um Brasil em Transição. Rio de Janeiro: BNDES, 2010, p.18-36. Ver também COUTINHO, Luciano. Perspectivas para a economia brasileira. Palestra de Abertura, Conferência Anual de Renda Variável, Guarujá, 18 de agosto de 2009. Disponível em [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/empresa/download/apresentacoes/CARV.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/empresa/download/apresentacoes/CARV.pdf).

risco de demanda, a exemplo dos setores de infraestrutura (energia elétrica, telecomunicações, saneamento, ferrovias, transporte rodoviário e portos), da cadeia de petróleo e gás (pré-sal) e construção civil.



## **REFERÊNCIAS**



## REFERÊNCIAS

ACS, Z.J. **Foundations of High Impact Entrepreneurship, Foundations and Trends in Entrepreneurship**, 4(6), 535-620, 2008.

ARTEMISIA, Disponível em: <http://www.artemisia.org.br/>, Acessado em 16 de Novembro de 2010.

AUTIO, E. **Global Entrepreneurship Monitor 2007 Global Report on High Growth Entrepreneurship**. London, UK: London Business School and Babson Park, MA: Babson College, 2007.

BANCO MUNDIAL. **Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs**. Washington, 2010. Acesso em [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)

BAUM, R., LOCKIE, E., e SMITH, K., "Multidimensional Model of Venture Growth". In *The Academy of Management Journal*, 44(2):292-303, 2001

BIRCH, D. **The Job Creation in America**. New York: The Free Press, 1987

BOSMA, N; LEVIE, J. **Global Entrepreneurship Monitor 2009 – Executive Report**. Santiago: Global Entrepreneurship Research Association, 2010.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **PL 3.937 de 2004**. Acesso em [http://www.camara.gov.br/internet/sileg/Prop\\_Detalhe.asp?id=260404](http://www.camara.gov.br/internet/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=260404)

CECATTO, C. **A Importância da Gestão do Conhecimento nas empresas**. 2008. In: Biblioteca Temática do Empreendedor – Sebrae. Disponível em: <http://www.bte.com.br>.> Acessado em 30.11.2010

COSTA, B. R. L. **Serviço ao consumidor como municificador de atividades de gestão de marketing**. 2008. Disponível em: [http://www.esic.br/UserFiles/File/servico\\_consumidor.pdf](http://www.esic.br/UserFiles/File/servico_consumidor.pdf) > Acessado em 10.12.2010.

FIBGE 2007 IBGE, Fundação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaoodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsociais2009/indic\\_sociais2009.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaoodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsociais2009/indic_sociais2009.pdf)

FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL. **World Economic Outlook 2010: Recovery, risk, and rebalancing**. Washington, 2010. Acesso em <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/index.htm>

IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **Empreendedorismo no Brasil: 2003**. Curitiba:IBQP, 2004.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil: 2004. Curitiba:IBQP, 2005.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil: 2005. Curitiba:IBQP, 2006.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil: 2006. Curitiba:IBQP, 2007.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil: 2007. Curitiba:IBQP, 2008.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil: 2008. Curitiba:IBQP, 2009.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil: 2009. Curitiba:IBQP, 2010.

JACK, S.L.; ANDERSON, A.R. **Entrepreneurship education within the enterprise culture**. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol. 5 No 3, 1999.

KELLEY, D., AMOROS, J.E., BOSMA, N. **Global Entrepreneurship Monitor 2010 – Executive Report**. Washington: Global Entrepreneurship Research Association, 2011.

MACHADO, J. P. et al. **Empreendedorismo no Brasil: 2009**. Curitiba: IBPQ, 2010.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Relatório Anual da Utilização dos Incentivos Fiscais: Ano Base 2009** – Lei n. 11.196/05 – Lei do Bem. Brasília: Novembro de 2010. Acesso em <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/8563.html>

MUELLER, S.L.; THOMAS, A.S. **Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness**. *Journal of Business Venturing*, Vol.16, 2000.

PRICEWATERHOUSECOOPERS; BANCO MUNDIAL. **Paying Taxes 2011: the global Picture**. 2010. Acesso em [www.pwc.com/payingtaxes](http://www.pwc.com/payingtaxes)

SCHWAB, K. **Global Competitiveness Report 2009-2010**. Genebra: World Economic Forum, 2009. Disponível em [http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010\\_fullreport.pdf](http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010_fullreport.pdf).

SEBRAE. **Municípios com a Lei Geral Regulamentada**. Acesso em [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

WICKLUND, J. e SHEPHERD, D. **Aspiring for, and Achieving Growth: The Moderating Role of Resources and Opportunities**. *Journal of Management Studies* 40(8):1919-1941. 2003



## APÊNDICES



## **APÊNDICE 1. Aspectos metodológicos e procedimentos operacionais**

Este capítulo tem como objetivo oferecer ao leitor as informações necessárias para a melhor compreensão do conteúdo do Livro, tanto no que diz respeito às medidas apresentadas e analisadas, quanto à fundamentação conceitual adotada pela pesquisa.

Trata-se de uma compilação aprimorada do que já foi descrito nas edições anteriores do GEM.

### **1.1 Introdução**

O programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 (dez) países, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos. Nesses 10 (dez) anos, mais de 80 (oitenta) países participaram do programa, que permanece crescendo ano a ano. Atualmente, no mundo, o GEM é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora.

Em 2005, as equipes nacionais do GEM (a *London Business School* e o *Babson College*) se uniram em forma de consórcio e estabeleceram uma empresa independente sem fins lucrativos, chamada *Global Entrepreneurship Research Association*, GERA, para controlar as operações do GEM, sobre a qual se falará a seguir.

O programa da pesquisa GEM, baseada em avaliações harmônicas sobre o nível de atividade empreendedora nacional para todos os países participantes, envolve uma exploração do papel do empreendedorismo no crescimento econômico nacional e revela a riqueza das características associadas com a

atividade empreendedora.

A pesquisa pode ser considerada única, pois enquanto a maioria dos dados sobre empreendedorismo mede novas e pequenas empresas, o GEM estuda, em nível detalhado, o comportamento dos indivíduos com respeito à criação e gerenciamento de novos negócios. Os dados e informações gerados pela pesquisa enriquecem sobremaneira o conhecimento sobre a atividade empreendedora, além do que é encontrado nos dados oficiais dos países.

Os resultados do GEM incluem comparações globais, relatórios nacionais e tópicos especiais baseados no ciclo de coleta de dados anual. O material pode ser baixado através do *website* do GEM ([www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)). Mais de 300 (trezentos) acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do programa e, como membros do consórcio, têm acesso à programação de entrevistas, procedimentos de coleta de dados e outros detalhes para análises sistemáticas.

### **1.2 A Pesquisa GEM**

A pesquisa GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*, foi concebida como uma avaliação abrangente do papel do empreendedorismo como principal propulsor do crescimento econômico. Mediante coletas anuais, a busca por dados relevantes sobre o tema constitui o principal objetivo. Os dados são capturados de modo a facilitar comparações entre os países a respeito da atividade empreendedora nacional, e também para estimar o papel da atividade empreendedora no crescimento econômico, determinar as condições responsáveis pelas diferenças entre os países em relação ao nível de empreendedorismo e facilitar políticas que possam ser eficazes na melhoria do ambiente para novos

negócios (ver item 1.5- o modelo GEM).

### **1.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM**

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

*Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.*

### 1.4 Público alvo

A Pesquisa GEM propõe-se a levar informação atualizada sobre o panorama nacional e internacional da atividade empreendedora para 3 (três) públicos em particular, não excluindo o interesse do restante da população: acadêmicos, planejadores de políticas públicas e os próprios empreendedores, alvos da investigação.

O primeiro segmento é suprido com informações padronizadas e consistentes que permitem a produção de estudos minuciosos sobre o comportamento empreendedor brasileiro em perspectiva comparada. Esses estudos disporão de uma base de dados sólida, gerada a partir de uma metodologia unificada, que facilita as análises.

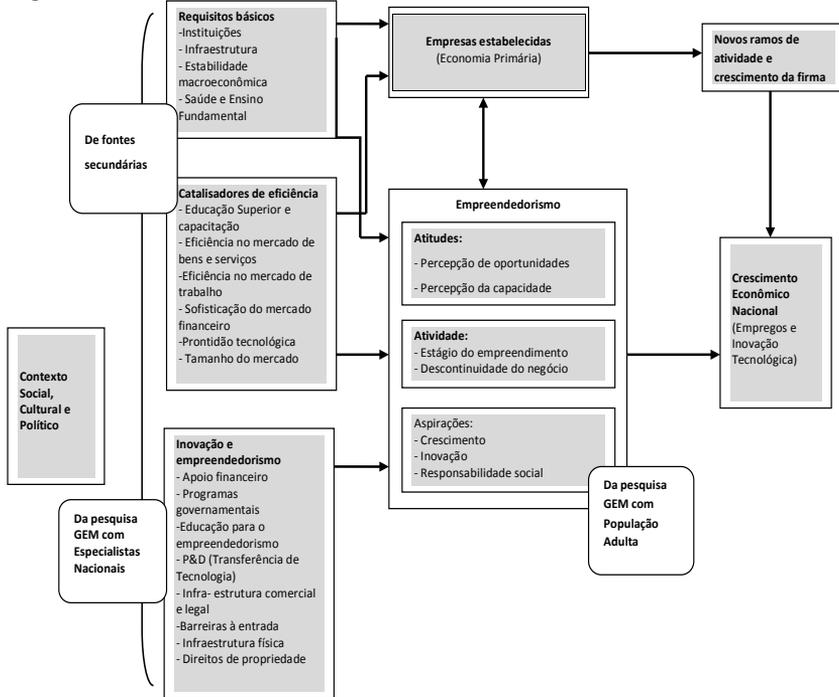
O segmento dos planejadores públicos tem ao seu dispor uma imagem detalhada dos problemas e potencialidades com que se defrontam os empreendedores brasileiros e, portanto, poderão formular ações mais eficientes para ampliar a competitividades desses e reduzir os desperdícios de recursos públicos.

Por fim, os próprios empreendedores que, ao observarem como se posicionam em relação a seus parceiros e competidores, internos e externos, podem planejar suas ações futuras e explorar com mais propriedade as oportunidades econômicas disponíveis a cada ano.

## 1.5 O modelo GEM

### 1.5.1 Apresentação gráfica do modelo

Figura A1.1 – O modelo GEM



Fonte: Reynolds *et al.* (2005), citado e adaptado por Bosma e Levie (2010).

### 1.5.2 Especificação dos objetivos

Conforme já mencionado no item 1.2 o GEM está centrado em três objetivos:

- ☞ Mensurar diferenças no nível de atividade empreendedora entre os países, identificando os diferentes tipos e fases do empreendedorismo.
- ☞ Descobrir os fatores que determinam em cada país seu nível de atividade empreendedora.
- ☞ Identificar as políticas públicas que podem favorecer a atividade empreendedora local.

### 1.5.3 Classificação dos países participantes da pesquisa

Nos primeiros relatórios do GEM, eram incluídos apenas os países de alta renda. Gradativamente, o número de países participantes da pesquisa foi sendo ampliado. Esses países variam muito em termos de desenvolvimento econômico. A partir de 2008, como auxílio para apresentação dos resultados, os países passam a ser classificados em três categorias<sup>1</sup>: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, doravante tratadas aqui como países impulsionados por fatores, acompanhando a nomenclatura reconhecida internacionalmente; (ii) economias orientadas para a eficiência e a produção industrial em escala, que se configuram como os principais motores de desenvolvimento, doravante denominados países impulsionados pela eficiência; (iii) economias baseada na inovação ou simplesmente impulsionadas pela inovação (SCHWAB, 2009).

### 1.5.4 Principais componentes do empreendedorismo

O modelo GEM aceita a natureza multifacetada do empreendedorismo. É re-

<sup>1</sup> Essa classificação coincide com a utilizada no mais recente *Relatório de*

conhecido que uma série de condições ambientais afeta 3 (três) componentes principais do empreendedorismo – atitudes, atividades e aspirações, e que esta combinação dinâmica produz uma nova atividade, econômica e socialmente importante, gerando empregos e riqueza.

- ☞ *Atitudes empreendedoras* são atitudes manifestas na forma de opiniões e percepções que a sociedade desenvolve face este fenômeno sociocultural e econômico que é o empreendedorismo.
- ☞ *Atividade empreendedora* é a quantidade de pessoas em meio à população de um determinado país que estão criando novos negócios (números absolutos e relativos).
- ☞ *Aspiração empreendedora* reflete a natureza qualitativa do empreendedorismo, uma vez que os entrevistados, ao tratarem desse aspecto, manifestam suas intenções para com o empreendimento que possuem ou estão criando.

### 1.5.5 Definições operacionais, indicadores e taxas

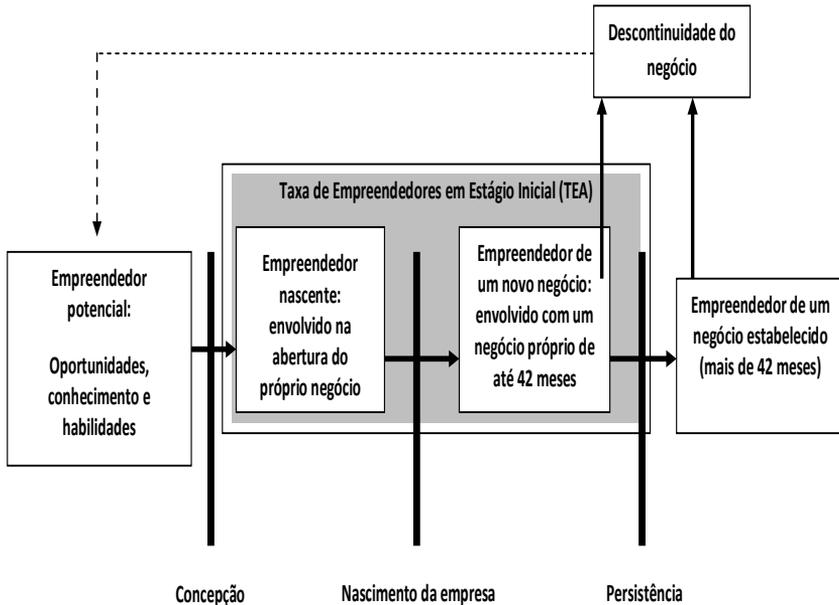
- O processo empreendedor

De maneira diversa da maioria das pesquisas e bancos de informações que tratam da temática do empreendedorismo, verificando diretamente a criação de pequenas empresas, o GEM estuda o comportamento dos indivíduos no que tange à criação e gestão de um negócio. Outro princípio orientador da pesquisa em referência é que o empreendedorismo é um processo. Portanto, o GEM observa as ações dos empreendedores que estão em diferentes fases do processo de criação e desenvolvimento de um negócio (figura A1.2).

---

*Competitividade Global do Fórum Econômico Mundial (Schwab, 2009).*

Figura A1.2 – O processo empreendedor



Fonte: Reynolds *et al.* (2005), citado e adaptado por Bosma e Levie (2010).

- Indicadores e taxas

O quadro A1.1 contém definições específicas dos indicadores de atitudes, atividades e aspirações empreendedoras utilizados no presente relatório.

QUADRO A1.1 – Glossário de terminologias e principais medidas do GEM

Medida	Descrição
<i>Atitudes e percepções empreendedoras</i>	
Percepção de oportunidades	% da população (18 – 64 anos) que identifica boas oportunidades de iniciar um negócio na localidade em que vive.
Percepção de capacidades	% da população (18 – 64 anos) que acredita ter as habilidades e conhecimentos necessários para iniciar um negócio.
Taxa de medo do fracasso	% da população (18 – 64 anos) que percebe boas oportunidades de negócio e afirma que o medo de fracassar impediria de montar um negócio.
Intenção de empreender	% da população (18 – 64 anos) (indivíduos não envolvidos com a atividade empreendedora) que pretende iniciar um negócio dentro de três anos.
Empreendedorismo como escolha de carreira aceitável	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país a maioria das pessoas considera ser empreendedor uma alternativa desejável de carreira.
Status / valorização social do empreendedorismo	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país, que empreendedores de sucesso possuem elevado <i>status</i> perante a sociedade
Atenção da mídia para o empreendedorismo	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país, são vistas na mídia em geral histórias (e estórias) sobre o sucesso de novos negócios e empreendedores.
<i>Atividade Empreendedora</i>	
Taxa de empreendedores nascentes	% da população (18 – 64 anos) que está ativamente envolvida na estruturação de um negócio do qual será proprietário. Esse negócio ainda não pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de três meses.
Taxa de empreendedores novos	% da população (18 – 64 anos) que administra um novo negócio do qual é proprietário, negócio este que pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de três e menos de 42 meses.

Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA)	% da população (18 – 64 anos) que é empreendedor nascente ou novo (cf. definição acima)
Empreendedorismo por necessidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho;  Proporção – % de empreendedores em estágio inicial que estão envolvidos com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho
Empreendedorismo por oportunidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho e sim por ter identificado uma oportunidade de negócio que desejou perseguir;  Proporção – % de empreendedores em estágio inicial que estão envolvidos com empreendedorismo por oportunidade (conforme descrito acima)
<i>Aspirações Empreendedoras</i>	
Empreendedorismo em estágio inicial de alto crescimento (HEA)	% da população (18 – 64 anos) que são empreendedores em estágio inicial E esperam gerar pelo menos 20 postos de trabalho no prazo de cinco anos.
Empreendedorismo em estágio inicial orientado a novos produtos e mercados	% de empreendedores em estágio inicial que indicam que seus produtos e serviços serão considerados novos para pelo menos alguns de seus clientes E afirmam não haver muitos concorrentes oferecendo o mesmo produto ou serviço na sua localidade de atuação.
Empreendedorismo com inserção internacional	% de empreendedores em estágio inicial em que mais de 25% de seus clientes são provenientes de outros países.

### 1.5.6 Condições que afetam o empreendedorismo

As condições que afetam o empreendedorismo (EFC – *Entrepreneurship Framework Conditions*) refletem as principais características socioeconômicas de um país que impactam na dinâmica de criação de novos negócios. O modelo GEM sustenta que, em âmbito nacional, as condições para o desenvolvi-

to de atividades empresariais estabelecidas são diferentes das que se aplicam para o desenvolvimento da dinâmica de criação de novos negócios. Por certo as condições necessárias ao empreendedorismo em países “*factor-driven*” e “*efficiency-driven*” diferem das requeridas em países “*innovation-driven*”. A metodologia GEM permite análises em todas as perspectivas, dada a amplitude conceitual e operacional das EFCs (quadro A1.2).

Quadro A1.2 – Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) - GEM

EFC 1: Apoio Financeiro
Avalia a disponibilidade de recursos financeiros (ações, capital de giro etc.) para a criação de negócios ou sua sobrevivência, incluindo doações e subsídios. Essa dimensão também examina os tipos e a qualidade do apoio financeiro (formas de participação, capital inicial e de giro) e o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo.
EFC 2: Políticas Governamentais
Avalia até que ponto as políticas governamentais regionais e nacionais, refletidas ou aplicadas em termos de tributos e regulamentações, são neutras ou encorajam ou não o surgimento de novos empreendimentos.
EFC 2.1: Avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral.
EFC 2.2: Trata da regulamentação.
EFC 3: Programas Governamentais
Avalia a presença de programas diretos para auxiliar novos negócios, em todos os níveis de governo – nacional, regional e municipal. Essa dimensão também examina a acessibilidade e a qualidade dos programas governamentais, a disponibilidade e a qualidade dos recursos humanos de órgãos governamentais, bem como a habilidade destes em gerenciarem programas especificamente voltados ao empreendedor e a efetividade dos programas.
EFC 4: Educação e Capacitação

<p>Avalia até que ponto a capacitação para a criação ou gerenciamento de novos negócios é incorporada aos sistemas educacionais formais e de capacitação em todos os níveis (ensinos fundamental, médio, superior e profissionalizante e cursos de pós-graduação, além de cursos especificamente voltados a empreendedorismo/negócios). Essa dimensão também examina a qualidade, a relevância e a profundidade da educação e dos programas de capacitação voltados à criação ou ao gerenciamento de novos negócios, a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e à criatividade, a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo, a experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.</p>
<p>EFC 4.1: Trata do Ensino Fundamental e Médio.</p>
<p>EFC 4.2: Aborda o Ensino superior.</p>
<p>EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)</p>
<p>Avalia em que medida Pesquisa e Desenvolvimento levam a novas oportunidades empresariais e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas.</p>
<p>EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional</p>
<p>Avalia a disponibilidade, o custo e a qualidade dos serviços de contabilidade, comerciais ou outros serviços de ordem legal e tributária, bem como de instituições que permitam ou promovam a criação de novos negócios ou a sobrevivência de negócios em crescimento. Também examina a acessibilidade às informações de variadas fontes, como internet, revistas, jornais e periódicos sobre economia nacional e internacional, processos de <i>start-up</i>, como escrever um plano de negócios e demandas de mercado.</p>
<p>EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada</p>
<p>Avalia até que ponto os acordos comerciais são inflexíveis e imutáveis, impedindo que novas empresas possam competir e substituir fornecedores, prestadores de serviço e consultores existentes. Essa dimensão também examina a falta de transparência do mercado (informação assimétrica, a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores), as políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.), a estrutura do mercado (facilidade de entrada, dominação por parte de algumas empresas, vantagens para propaganda, competição de preços etc.) e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.</p>
<p>EFC 7.1: Avalia em que extensão ocorrem às mudanças no mercado de um ano para outro.</p>
<p>EFC 7.2: Avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes.</p>
<p>EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física</p>
<p>Avalia a acessibilidade e a qualidade dos recursos físicos, incluindo: telefonia, correio, internet; energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; áreas e espaços; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.</p>
<p>EFC 9: Normas Culturais e Sociais</p>

Avalia até que ponto normas culturais e sociais encorajam ou não ações individuais que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas que, por sua vez, levam a uma maior dispersão em ganhos e riquezas. Essa dimensão também examina as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; as atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; os efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; a valorização do empreendedor; a influência dos comportamentos e atitudes determinados pela cultura e pela sociedade no que se refere à posição da mulher na sociedade, a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.

## **1.6 Procedimentos operacionais da coleta de dados no país**

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

### **1.6.1 Coleta de Dados**

São três as atividades principais de coleta de dados utilizadas na busca por informações sobre a atividade empreendedora nacional: entrevistas com a população adulta, pesquisa com especialistas nacionais, mediante entrevistas e aplicação de questionários e agrupamento de medidas provenientes de fontes de dados secundários de vários países.

No ano de 2010, o GEM internacional inclui 59 países espalhados pelo globo. O quadro A1.3 apresenta uma visão geral da evolução da participação dos países na pesquisa desde 2001.

Quadro A1.3 – Países participantes da pesquisa de 2001 a 2010

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
África do Sul										
Alemanha										
Angola										
Árabia Saudita										
Argélia										
Argentina										
Austrália										
Áustria										
Bélgica										
Bolívia										
Bósnia e Herzegovina										
Brasil										
Canadá										
Cazaquistão										
Chile										
China										
Cingapura										
Cisjordânia e Faixa de Gaza										
Colômbia										
Coreia do Sul										
Costa Rica										
Croácia										
Dinamarca										
Egito										
Emirados Árabes Unidos										

Equador										
Eslovênia										
Espanha										
Estados Unidos										
Filipinas										
Finlândia										
França										
Gana										
Grécia										
Guatemala										
Holanda										
Hong Kong										
Hungria										
Iêmen										
Índia										
Indonésia										
Irã										
Irlanda										
Islândia										
Israel										
Itália										
Jamaica										
Japão										
Jordânia										
Letônia										
Libano										
Macedônia										
Malásia										





- ✓ Seleção das cidades em cada Estado, seguindo dois critérios: tamanho da população (uma cidade grande, uma média e uma pequena) e equidistância entre as cidades.
- ✓ Dentro de cada cidade, são definidos blocos que são numerados e sorteados aqueles onde será realizado o trabalho de campo.
- ✓ Todos os domicílios do bloco são numerados e se faz um novo sorteio para seleção do ponto de começo das entrevistas; se uma casa é entrevistada, as duas mais próximas não o serão.
- ✓ Dentro de cada domicílio, seleciona-se um morador para ser entrevistado. Aquele cuja data de aniversário estiver mais próxima será o escolhido.

Quadro A1.4 – Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta – GEM Brasil – 2010

Região	Quantidade	Distribuição por estado	Distribuição por cidades
Sul	300	2 estados	Capital + 1 cidade média + 1 cidade pequena
Sudeste	890	3 estados	Capital + 1 cidade média + 1 cidade pequena
Nordeste	520	2 estados	Capital + 1 cidade média + 1 cidade pequena
Norte	142	1 estado	Capital + 1 cidade média + 1 cidade pequena
Centro-Oeste	148	1 estado	Capital + 1 cidade média + 1 cidade pequena
Total	2000	9 estados	27 cidades

- Pesquisa com especialistas nacionais

A obtenção das opiniões de especialistas nacionais, escolhidos por seu conhecimento dos setores empresariais nos seus países, contribui para a avaliação das condições nacionais para se empreender (EFCs). A seleção desses especia-

listas segue uma amostragem intencional não probabilística.

O principal instrumento de coleta é um questionário composto por aproximadamente 100 (cem) questões sobre as condições que favorecem ou dificultam a dinâmica empreendedora no país (EFCs), utilizando uma escala Likert<sup>2</sup> de cinco posições, numa progressão que vai do mais falso (-2) ao mais verdadeiro (+2).

O questionário é finalizado por uma questão aberta que solicita ao entrevistado para indicar: os três aspectos que considera mais limitantes ao empreendedorismo no país, os três mais favoráveis e três recomendações para melhorar a situação.

No Brasil, em 2010, foram entrevistados 36 (trinta e seis) especialistas.

- Pesquisa em fontes secundárias

Buscam-se dados secundários com o intuito de contextualizar os resultados e as análises desenvolvidas, fundamentando, refutando ou relativizando conclusões com base em fontes padronizadas. Essas fontes são de origem internacional e nacional e relacionam-se às diversas dimensões econômicas, sociais, culturais, demográficas, políticas, institucionais e outras que constituem o pano de fundo de qualquer acontecimento da vida dos países. São abordados aspectos tais como competitividade, tamanho da economia, qualidade de vida

---

<sup>2</sup> Uma escala Likert, proposta por Rensis Likert em 1932, é uma escala em que os respondentes são solicitados não só a concordarem ou discordarem das afirmações, mas também a informarem qual o seu grau de concordância/discordância. A cada célula de resposta, é atribuído um número que reflete a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação (MATTAR, 1997).

da população, qualidade e alcance do sistema educacional, políticas e programas governamentais, qualidade da infraestrutura (comunicações, transporte, serviços, entre outros), pesquisa e desenvolvimento tecnológico e empreendedorismo.

Em âmbito internacional, os dados são obtidos, principalmente, do Banco Mundial, do Fundo Monetário Internacional e da Organização das Nações Unidas, ONU. Entre as fontes específicas de dados sobre o Brasil, destacam-se: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE e Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico, OCDE, entre outras.

### 1.6.2 Processamento e tratamento dos dados

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

O tratamento, a tabulação e a análise dos dados que geram as taxas e a caracterização das modalidades de empreendedorismo no Brasil são realizados pela equipe GEM Brasil do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, IBQP, com que se elabora a presente publicação.

## Quadro A1.5 – Principais diferenças entre os dados da pesquisa com população adulta do gem e os dados de registros formais de negócios

- Os dados do GEM são obtidos por meio de uma pesquisa padronizada para todos os países participantes. Apesar de iniciativas recentes da *Eurostat*, OCDE e Banco Mundial, a padronização do processo de registro de novos negócios ainda não foi conseguida. Apenas os dados do GEM permitem uma comparação confiável entre países. A robustez da metodologia GEM é testada pela estabilidade observada nas comparações ano a ano no nível dos países.
- O desenho amostral da pesquisa GEM implica incerteza nos resultados agregados (no nível dos países). Isso é reconhecido ao serem publicados os intervalos de confiança das taxas de empreendedorismo obtidas. Os dados de registros de negócios são “dados de frequência” e, portanto, não requerem intervalos de confiança. Entretanto, a extensão das imprecisões dos registros em muitos países não é clara. Por exemplo, alguns negócios podem não ser (ou não precisam ser) registrados, enquanto outros devem ser registrados apenas por razões tributárias sem que a atividade empreendedora se estabeleça. A extensão na qual isso acontece varia grandemente entre os países.
- O GEM acompanha indivíduos que estão em processo de estabelecimento de um negócio (empreendedor nascente), bem como pessoas que possuem ou gerenciam um negócio em funcionamento. Esses também incluem *freelancers* ou outros empreendedores que não precisam ser registrados. O GEM também mede atitudes e autopercepções sobre empreendedorismo. O entendimento sobre as fases iniciais do processo de criação de empreendimentos e sobre o espírito empreendedor são relevantes para os formuladores de políticas.
- O GEM não trata apenas da contagem do número de negócios e do fornecimento de taxas de empreendedorismo. Ele é sobre a mensuração do espírito empreendedor e sobre a atividade empreendedora em diferentes fases da existência dos negócios. Portanto, os dados do GEM podem não ser a melhor fonte para obtenção de informações sobre características básicas no nível da empresa. Por exemplo, para determinar a distribuição das firmas existentes pelos setores de atividade, os dados de registros comerciais são preferíveis aos dados do GEM (com possível exceção para os países com grande número de respondentes, tais como Espanha e Reino Unido).
- Algumas características dos negócios que geralmente não estão disponíveis nos dados de registro comercial podem ser derivadas do GEM. Exemplos são: motivação para estar auto-empregado, o grau de inovação da atividade e expectativa de crescimento. Entretanto, essas características deveriam ser sempre derivadas de uma amostra adequada; para que alguém a atinja, pode ser necessário fundir as amostras do GEM de vários anos. No Apêndice do Relatório Global do GEM 2005, as medidas foram derivadas dos dados GEM de modo que esses refletissem, tanto quanto possível, as definições de taxa de auto-emprego e taxa de abertura de negócios como publicadas por OCDE e *Eurostat*. As taxas baseadas nos dados GEM aparentemente são bastante compatíveis com as taxas obtidas a partir dos dados de registro comercial. Todavia, é necessário estar atento ao fato de que os dados GEM são diferentes.

FONTE: GEM 2007 - Executive Report

**APÊNDICE 2 – Principais dados, taxas e estimativas**

Quadro A2.1 - População segundo gênero - Países GEM - 2010

Países	População		
	Masculina	Feminina	Total
Estados Unidos	96.912.298	97.649.349	194.561.647
Rússia	45.368.593	49.891.795	95.260.387
Egito	21.271.966	20.598.271	41.870.238
África do Sul	14.768.468	14.462.574	29.231.041
Grécia	3.402.887	3.422.794	6.825.681
Holanda	5.414.771	5.317.853	10.732.624
Bélgica	3.341.918	3.310.715	6.652.633
França	18.053.392	18.740.661	36.794.053
Espanha	15.585.091	15.156.424	30.741.514
Hungria	3.180.320	3.277.607	6.457.927
Itália	18.671.583	18.136.230	36.807.813
Romênia	7.814.931	5.968.728	13.783.659
Suiça	2.465.630	2.435.013	4.900.643
Reino Unido	19.681.268	19.278.383	38.959.651
Dinamarca	2.806.061	2.741.524	5.547.586
Suécia	1.470.619	1.434.523	2.905.143
Noruega	1.559.720	1.516.217	3.075.937
Alemanha	26.081.604	25.508.182	51.589.786
Peru	8.967.644	8.873.401	17.841.045
México	31.356.487	33.282.760	64.639.247
Argentina	10.026.414	10.476.429	20.502.843
Brasil	58.985.000	61.778.000	120.763.000
Chile	5.250.232	5.266.313	10.516.545
Colômbia	9.799.777	10.272.874	20.072.652

Países	População		
	Masculina	Feminina	Total
Japão	39.094.005	38.511.929	77.605.934
Coréia	16.938.922	16.348.877	33.287.799
China	469.213.547	445.502.749	914.716.295
Turquia	20.942.796	20.707.190	41.649.986
Paquistão	50.323.064	47.104.365	97.427.429
Irã	25.067.862	24.322.265	49.390.127
Tunísia	3.461.603	3.425.378	6.886.981
Gana	6.441.260	6.469.817	12.911.077
Angola	3.147.066	3.043.338	6.190.404
Uganda	5.026.556	5.599.428	10.625.984
Zâmbia	2.460.967	2.429.269	4.890.236
Portugal	3.339.266	3.375.803	6.715.069
Irlanda	1.490.763	1.472.255	2.963.019
Islândia	101.294	97.585	198.879
Finlândia	1.691.541	1.656.070	3.347.608
Letônia	710.889	752.104	1.462.992
Montenegro	233.153	214.904	448.056
Croácia	1.375.120	1.396.877	2.771.997
Eslovênia	711.062	669.808	1.380.870
Bósnia e Herzegovina	1.564.316	1.541.107	3.105.423
Macedônia	682.063	671.861	1.353.925
Guatemala	2.476.466	2.760.674	5.237.140
Costa Rica	1.433.101	1.420.761	2.853.863
Bolívia	2.626.280	2.750.743	5.377.023
Açores	72.855	72.119	144.974
Vanuatu	67.039	64.650	131.689
Trinidad e Tobago	429.358	406.746	836.104

Países	População		
	Masculina	Feminina	Total
Arábia Saudita	8.985.211	6.735.796	15.721.007
Palestina	1.060.495	1.010.621	2.071.116
Israel	2.138.511	2.083.295	4.221.806
<b>Total</b>	1.105.543.105	1.081.415.004	2.186.958.107

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro A2.2 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia - Países GEM - 2010

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Estágio			
					Nascentes		Novas	
				Taxa (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Vanuatu			Factor	52,1	32,3	54,4	27,1	45,6
Bolívia		Sim	Factor	38,6	29,0	67,7	13,8	32,3
Gana			Factor	34,0	10,9	30,9	24,4	69,1
Zâmbia			Factor	32,6	17,3	50,4	17,0	49,6
Angola			Factor	31,9	15,9	49,3	16,3	50,7
Uganda			Factor	31,3	10,7	32,7	22,0	67,3
Guatemala		Sim	Factor	16,3	8,3	49,8	8,4	50,2
Irã			Factor	12,3	4,8	38,4	7,7	61,6
Jamaica		Sim	Factor	10,5	5,5	51,8	5,1	48,2
Palestina			Factor	10,4	8,2	78,2	2,3	21,8
Arábia Saudita	Sim		Factor	9,4	6,3	66,7	3,2	33,3
Paquistão			Factor	9,1	6,6	71,1	2,7	28,9
Egito			Factor	7,0	2,1	29,6	4,9	70,4

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Estágio			
					Nascentes		Novas	
				Taxa (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Peru		Sim	Efficiency	27,2	22,4	79,3	5,8	20,7
Equador		Sim	Efficiency	21,3	10,6	48,2	11,4	51,8
Colômbia		Sim	Efficiency	20,6	8,7	41,0	12,6	59,0
<b>Brasil</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Efficiency</b>	<b>17,5</b>	<b>5,9</b>	<b>33,7</b>	<b>11,7</b>	<b>66,3</b>
Chile		Sim	Efficiency	16,8	11,4	66,5	5,7	33,5
Trinidad e Tobago		Sim	Efficiency	15,0	8,9	58,6	6,3	41,4
Montenegro			Efficiency	14,9	12,0	79,2	3,1	20,8
China	Sim		Efficiency	14,4	4,9	33,4	9,7	66,6
Argentina	Sim	Sim	Efficiency	14,2	7,2	49,6	7,3	50,4
Costa Rica		Sim	Efficiency	13,4	10,6	76,3	3,3	23,7
Uruguai		Sim	Efficiency	11,7	7,8	65,6	4,1	34,4
Mexico	Sim	Sim	Efficiency	10,5	9,2	87,2	1,4	12,8
Letônia			Efficiency	9,7	5,7	57,9	4,1	42,1
África do Sul	Sim		Efficiency	8,9	5,1	56,9	3,9	43,1
Turquia	Sim		Efficiency	8,6	3,7	42,3	5,1	57,7
Taiwan			Efficiency	8,4	4,7	55,5	3,8	44,5
Macedônia			Efficiency	7,9	4,8	60,4	3,1	39,6
Bósnia e Herzegovina			Efficiency	7,7	4,1	50,0	4,1	50,0
Hungria			Efficiency	7,1	4,9	68,4	2,3	31,6
Tunísia			Efficiency	6,1	1,7	28,0	4,4	72,0
Croácia			Efficiency	5,5	4,1	71,2	1,6	28,8
Malásia			Efficiency	5,0	1,4	28,3	3,6	71,7
Romênia			Efficiency	4,3	3,3	75,2	1,1	24,8

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Estágio			
					Nascentes		Novas	
				Taxa (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Rússia	Sim		Efficiency	3,9	2,2	56,7	1,7	43,3
Islândia			Innovation	10,6	7,4	69,6	3,2	30,4
Austrália	Sim		Innovation	7,8	3,9	49,9	4,0	50,1
Noruega			Innovation	7,7	4,4	56,6	3,4	43,4
Estados Unidos	Sim		Innovation	7,6	4,9	63,8	2,8	36,2
Holanda			Innovation	7,2	4,0	54,2	3,4	45,8
Irlanda			Innovation	6,8	4,4	63,5	2,5	36,5
Coréia do Sul	Sim		Innovation	6,6	1,8	27,8	4,7	72,2
Reino Unido	Sim		Innovation	6,4	3,2	49,6	3,3	50,4
França	Sim		Innovation	5,8	3,8	64,4	2,1	35,6
Finlândia			Innovation	5,7	2,4	41,5	3,4	58,5
Israel			Innovation	5,7	3,3	55,7	2,6	44,3
Grécia			Innovation	5,5	2,1	38,8	3,4	61,2
Suíça			Innovation	5,0	2,2	43,5	2,9	56,5
Suécia			Innovation	4,9	2,3	48,0	2,5	52,0
Eslovênia			Innovation	4,7	2,2	48,1	2,4	51,9
Portugal			Innovation	4,4	1,9	42,1	2,6	57,9
Espanha			Innovation	4,3	2,2	50,7	2,1	49,3
Alemanha	Sim		Innovation	4,2	2,5	58,6	1,8	41,4
Dinamarca			Innovation	3,8	1,8	45,6	2,2	54,4
Bélgica			Innovation	3,7	2,6	67,1	1,3	32,9
Açores			Innovation	3,5	1,5	42,1	2,1	57,9
Japão	Sim		Innovation	3,3	1,5	45,1	1,8	54,9
Itália	Sim		Innovation	2,4	1,3	55,3	1,1	44,7
<b>Média dos países</b>				11,7	6,5	53,7	5,6	46,3

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro A2.3 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e motivação - Países GEM - 2010

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Motivação			
					Oportunid.		Necessid.	
				Taxa (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Vanuatu			Factor	52,1	31,9	62,0	19,6	38,0
Bolívia		Sim	Factor	38,6	31,6	82,9	6,5	17,1
Gana			Factor	34,0	21,0	62,6	12,5	37,4
Zâmbia			Factor	32,6	21,7	67,4	10,5	32,6
Angola			Factor	31,9	19,9	63,6	11,4	36,4
Uganda			Factor	31,3	15,7	50,2	15,6	49,8
Guatemala		Sim	Factor	16,3	7,3	74,7	2,5	25,3
Irã			Factor	12,3	7,1	60,2	4,7	39,8
Jamaica		Sim	Factor	10,5	5,4	55,2	4,4	44,8
Palestina			Factor	10,4	7,1	68,2	3,3	31,8
Arábia Saudita	Sim		Factor	9,4	8,4	89,9	0,9	10,1
Paquistão			Factor	9,1	5,1	57,9	3,7	42,1
Egito			Factor	7,0	3,1	45,3	3,7	54,7
Peru		Sim	Efficiency	27,2	21,1	78,5	5,8	21,5
Equador		Sim	Efficiency	21,3	15,3	72,3	5,9	27,7
Colômbia		Sim	Efficiency	20,6	12,1	59,8	8,2	40,2
<b>Brasil</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Efficiency</b>	<b>17,5</b>	<b>11,9</b>	<b>68,5</b>	<b>5,4</b>	<b>31,5</b>
Chile		Sim	Efficiency	16,8	11,7	70,4	4,9	29,6
Trinidad e Tobago		Sim	Efficiency	15,0	12,5	85,3	2,2	14,7

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Motivação			
					Oportunid.		Necessid.	
				Taxa (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Montenegro			Efficiency	14,9	9,3	62,5	5,6	37,5
China	Sim		Efficiency	14,4	8,1	57,5	6,0	42,5
Argentina	Sim	Sim	Efficiency	14,2	9,0	63,6	5,2	36,4
Costa Rica		Sim	Efficiency	13,4	8,1	65,3	4,3	34,7
Uruguai		Sim	Efficiency	11,7	8,2	72,9	3,0	27,1
Mexico	Sim	Sim	Efficiency	10,5	8,3	80,6	2,0	19,4
Letônia			Efficiency	9,7	6,8	72,3	2,6	27,7
África do Sul	Sim		Efficiency	8,9	5,4	62,8	3,2	37,2
Turquia	Sim		Efficiency	8,6	4,7	59,2	3,2	40,8
Taiwan			Efficiency	8,4	5,0	66,1	2,5	33,9
Macedônia			Efficiency	7,9	3,0	39,2	4,6	60,8
Bósnia e Herzegovina			Efficiency	7,7	4,0	52,8	3,6	47,2
Hungria			Efficiency	7,1	5,7	80,3	1,4	19,7
Tunísia			Efficiency	6,1	4,4	75,0	1,5	25,0
Croácia			Efficiency	5,5	3,5	66,4	1,8	33,6
Malásia			Efficiency	5,0	4,3	87,6	0,6	12,4
Romênia			Efficiency	4,3	2,9	69,8	1,3	30,2
Rússia	Sim		Efficiency	3,9	2,5	66,7	1,3	33,3
Islândia			Innovation	10,6	9,5	92,8	0,7	7,2
Austrália	Sim		Innovation	7,8	6,1	80,7	1,5	19,3
Noruega			Innovation	7,7	6,3	84,1	1,2	15,9
Estados Unidos	Sim		Innovation	7,6	5,2	70,6	2,2	29,4

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Motivação			
					Oportunid.		Necessid.	
				Taxa (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Holanda			Innovation	7,2	6,1	90,9	0,6	9,1
Irlanda			Innovation	6,8	4,5	68,2	2,1	31,8
Coréia do Sul	Sim		Innovation	6,6	3,9	60,8	2,5	39,2
Reino Unido	Sim		Innovation	6,4	5,2	88,4	0,7	11,6
França	Sim		Innovation	5,8	4,2	73,9	1,5	26,1
Finlândia			Innovation	5,7	4,3	80,8	1,0	19,2
Israel			Innovation	5,7	3,7	69,0	1,7	31,0
Grécia			Innovation	5,5	4,0	72,2	1,5	27,8
Suíça			Innovation	5,0	4,1	85,2	0,7	14,8
Suécia			Innovation	4,9	4,1	86,2	0,7	13,8
Eslovênia			Innovation	4,7	3,7	82,9	0,8	17,1
Portugal			Innovation	4,4	3,1	75,6	1,0	24,4
Espanha			Innovation	4,3	3,1	74,2	1,1	25,8
Alemanha	Sim		Innovation	4,2	2,8	72,6	1,1	27,4
Dinamarca			Innovation	3,8	2,8	90,2	0,3	9,8
Bélgica			Innovation	3,7	2,8	88,5	0,4	11,5
Açores			Innovation	3,5	2,2	63,8	1,3	36,2
Japão	Sim		Innovation	3,3	2,1	63,6	1,2	36,4
Itália	Sim		Innovation	2,4	2,0	86,8	0,3	13,2
<b>Média dos países</b>				11,7	7,8	71,3	3,5	28,7

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro A2.4 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e gênero - Países GEM - 2010

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empr.Iniciais		
				TEA	Gênero	
					Masc.	Fem.
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Vanuatu			Factor	52,1	58,6	45,4
Bolívia		Sim	Factor	38,6	40,9	36,5
Gana			Factor	34,0	30,8	37,1
Zâmbia			Factor	32,6	35,4	29,9
Angola			Factor	31,9	32,9	31,0
Uganda			Factor	31,3	32,2	30,5
Guatemala		Sim	Factor	16,3	18,1	14,7
Irã			Factor	12,3	16,4	4,1
Jamaica		Sim	Factor	10,5	11,8	9,2
Palestina			Factor	10,4	13,6	7,0
Arábia Saudita	Sim		Factor	9,4	12,1	5,9
Paquistão			Factor	9,1	14,4	3,4
Egito			Factor	7,0	9,5	4,4
Peru		Sim	Efficiency	27,2	28,9	25,7
Equador		Sim	Efficiency	21,3	23,5	19,0
Colômbia		Sim	Efficiency	20,6	23,0	18,4
<b>Brasil</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Efficiency</b>	<b>17,5</b>	<b>18,6</b>	<b>16,4</b>
Chile		Sim	Efficiency	16,8	19,2	14,4
Trinidad e Tobago		Sim	Efficiency	15,0	15,7	14,3

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empr.Iniciais		
				TEA	Gênero	
					Masc.	Fem.
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Montenegro			Efficiency	14,9	19,6	10,5
China	Sim		Efficiency	14,4	16,3	12,4
Argentina	Sim	Sim	Efficiency	14,2	16,2	12,3
Costa Rica		Sim	Efficiency	13,4	13,2	13,6
Uruguai		Sim	Efficiency	11,7	15,0	8,7
México	Sim	Sim	Efficiency	10,5	10,7	10,2
Letônia			Efficiency	9,7	13,1	6,5
África do Sul	Sim		Efficiency	8,9	9,6	8,1
Turquia	Sim		Efficiency	8,6	13,5	3,7
Taiwan			Efficiency	8,4	10,5	6,3
Macedônia			Efficiency	7,9	11,7	4,0
Bósnia e Herzegovina			Efficiency	7,7	11,2	4,2
Hungria			Efficiency	7,1	10,1	4,3
Tunísia			Efficiency	6,1	8,2	4,1
Croácia			Efficiency	5,5	7,2	3,9
Malásia			Efficiency	5,0	5,1	4,8
Romênia			Efficiency	4,3	5,1	3,2
Rússia	Sim		Efficiency	3,9	4,4	3,5
Islândia			Innovation	10,6	13,9	7,1
Austrália	Sim		Innovation	7,8	7,8	7,8
Noruega			Innovation	7,7	11,5	3,8
Estados Unidos	Sim		Innovation	7,6	8,2	7,0

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empr.Iniciais		
				TEA	Gênero	
					Masc.	Fem.
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Holanda			Innovation	7,2	10,1	4,4
Irlanda			Innovation	6,8	9,5	3,9
Coréia do Sul	Sim		Innovation	6,6	11,0	2,1
Reino Unido	Sim		Innovation	6,4	8,4	4,4
França	Sim		Innovation	5,8	7,0	4,8
Finlândia			Innovation	5,7	7,5	3,9
Israel			Innovation	5,7	7,0	4,4
Grécia			Innovation	5,5	6,9	4,1
Suíça			Innovation	5,0	5,6	4,5
Suécia			Innovation	4,9	6,2	3,5
Eslovênia			Innovation	4,7	6,4	2,9
Portugal			Innovation	4,4	5,9	3,0
Espanha			Innovation	4,3	5,4	3,2
Alemanha	Sim		Innovation	4,2	5,4	2,9
Dinamarca			Innovation	3,8	5,2	2,3
Bélgica			Innovation	3,7	4,0	3,3
Açores			Innovation	3,5	6,0	1,0
Japão	Sim		Innovation	3,3	5,1	1,5
Itália	Sim		Innovation	2,4	2,7	2,0
<b>Média dos países</b>				11,7	13,7	9,7

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro A2.5 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e idade  
 - Países GEM - 2010

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais					
				TEA	Idade (Anos)				
					18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Vanuatu			Factor	52,1	47,2	55,1	53,3	55,1	47,6
Bolívia		Sim	Factor	38,6	33,6	45,2	42,7	37,4	24,7
Gana			Factor	34,0	32,2	42,3	33,1	32,2	17,9
Zâmbia			Factor	32,6	20,6	40,6	40,3	40,8	34,3
Angola			Factor	31,9	22,7	36,0	40,5	35,3	22,6
Uganda			Factor	31,3	31,6	36,6	27,6	25,7	23,0
Guatemala		Sim	Factor	16,3	16,0	17,5	16,7	15,4	13,9
Irã			Factor	12,3	11,0	17,9	10,6	10,4	5,7
Jamaica		Sim	Factor	10,5	10,2	11,9	11,5	10,4	5,6
Palestina			Factor	10,4	5,5	13,3	13,9	8,2	11,8
Arábia Saudita	Sim		Factor	9,4	8,1	11,4	9,4	8,4	5,6
Paquistão			Factor	9,1	7,6	11,9	10,2	7,4	5,4
Egito			Factor	7,0	6,3	9,2	8,6	4,6	3,4
Peru		Sim	Efficiency	27,2	20,1	28,4	33,7	29,7	23,1
Equador		Sim	Efficiency	21,3	12,7	26,0	26,9	23,4	12,5
Colômbia		Sim	Efficiency	20,6	16,8	27,1	23,2	18,5	12,1
<b>Brasil</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Efficiency</b>	<b>17,5</b>	<b>17,3</b>	<b>22,3</b>	<b>16,6</b>	<b>16,1</b>	<b>9,5</b>
Chile		Sim	Efficiency	16,8	12,4	20,1	18,4	17,2	12,1
Trinidad e Tobago		Sim	Efficiency	15,0	14,5	17,4	18,2	11,9	8,4

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais					
				TEA	Idade (Anos)				
					18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Montenegro			Efficiency	14,9	14,4	18,3	17,7	15,2	6,0
China	Sim		Efficiency	14,4	14,1	21,2	14,7	13,0	5,1
Argentina	Sim	Sim	Efficiency	14,2	9,6	17,3	17,8	15,2	9,0
Costa Rica		Sim	Efficiency	13,4	9,4	15,3	17,2	13,6	8,1
Uruguai		Sim	Efficiency	11,7	9,9	16,3	13,1	11,1	5,8
México	Sim	Sim	Efficiency	10,5	7,8	12,1	11,3	12,0	7,7
Letônia			Efficiency	9,7	10,9	16,1	10,0	6,5	2,6
África do Sul	Sim		Efficiency	8,9	6,5	11,1	11,7	8,3	4,6
Turquia	Sim		Efficiency	8,6	8,7	9,2	11,1	7,2	4,2
Taiwan			Efficiency	8,4	7,1	9,2	10,5	8,4	4,9
Macedônia			Efficiency	7,9	7,6	13,0	6,8	7,0	3,4
Bósnia e Herzegovina			Efficiency	7,7	7,4	11,6	9,4	5,6	3,8
Hungria			Efficiency	7,1	2,5	10,9	8,6	8,7	2,9
Tunísia			Efficiency	6,1	2,9	10,1	7,3	4,8	2,6
Croácia			Efficiency	5,5	2,7	8,1	8,1	5,5	1,6
Malásia			Efficiency	5,0	2,5	6,4	6,2	4,6	5,0
Romênia			Efficiency	4,3	4,1	7,2	4,2	2,8	1,6
Rússia	Sim		Efficiency	3,9	4,2	5,7	3,5	4,3	1,1
Islândia			Innovation	10,6	6,8	8,7	11,9	15,8	8,5
Austrália	Sim		Innovation	7,8	3,0	9,2	10,6	8,2	6,4
Noruega			Innovation	7,7	7,8	7,8	10,1	8,3	4,0
Estados Unidos	Sim		Innovation	7,6	5,5	11,2	8,4	7,0	4,9

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais					
				TEA	Idade (Anos)				
					18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Holanda			Innovation	7,2	6,9	11,3	7,6	6,8	3,4
Irlanda			Innovation	6,8	4,6	7,0	9,4	6,7	4,8
Coréia do Sul	Sim		Innovation	6,6	0,6	7,7	9,5	6,8	5,4
Reino Unido	Sim		Innovation	6,4	4,9	10,4	6,9	5,9	3,3
França	Sim		Innovation	5,8	3,2	7,4	7,7	6,1	3,6
Finlândia			Innovation	5,7	2,7	8,6	9,1	5,5	2,2
Israel			Innovation	5,7	3,6	6,7	5,1	9,9	2,8
Grécia			Innovation	5,5	2,8	6,3	6,3	8,9	2,1
Suíça			Innovation	5,0	1,9	3,5	8,7	6,5	2,3
Suécia			Innovation	4,9	8,7	4,2	6,5	3,6	2,3
Eslovênia			Innovation	4,7	2,1	8,1	6,6	4,0	1,1
Portugal			Innovation	4,4	2,5	6,7	4,6	4,9	1,9
Espanha			Innovation	4,3	2,8	6,3	5,9	3,2	1,4
Alemanha	Sim		Innovation	4,2	1,1	5,0	5,7	4,8	2,6
Dinamarca			Innovation	3,8	1,4	5,8	4,1	4,7	2,2
Bélgica			Innovation	3,7	1,8	4,0	5,7	3,9	2,0
Açores			Innovation	3,5	4,9	4,8	2,5	3,2	0,9
Japão	Sim		Innovation	3,3	2,0	3,7	4,4	2,8	3,0
Itália	Sim		Innovation	2,4	2,5	4,1	3,3	1,2	0,6
<b>Média dos países</b>				11,7	9,4	14,5	13,4	11,7	7,5

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro A2.6 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e grau de escolaridade - Países GEM - 2010

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Educação			
					*A	*B	*C	*D
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Vanuatu			Factor	52,1	52,4	47,0	52,4	31,9
Bolívia		Sim	Factor	38,6	36,4	39,3	41,3	48,6
Gana			Factor	34,0	34,2	31,7	30,7	
Zâmbia			Factor	32,6	30,6	27,8	32,6	
Angola			Factor	31,9	27,8	34,9	30,9	18,3
Uganda			Factor	31,3	30,1	34,6	23,0	40,6
Guatemala		Sim	Factor	16,3	15,0	17,9	12,0	
Irã			Factor	12,3	9,4	12,6	11,7	3,0
Jamaica		Sim	Factor	10,5	8,1	9,3	10,5	
Palestina			Factor	10,4	9,6	9,7	13,1	14,2
Arábia Saudita	Sim		Factor	9,4	5,5	8,0	13,0	7,2
Paquistão			Factor	9,1	7,9	18,0	15,3	3,4
Egito			Factor	7,0	5,0	8,3	7,6	6,8
Peru		Sim	Efficiency	27,2	22,7	26,2	32,6	16,0
Equador		Sim	Efficiency	21,3	17,0	24,8	27,7	25,9
Colômbia		Sim	Efficiency	20,6	16,2	21,6	23,6	25,8
<b>Brasil</b>	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>	<b>Efficiency</b>	<b>17,5</b>	<b>15,9</b>	<b>18,0</b>	<b>19,2</b>	<b>22,2</b>
Chile		Sim	Efficiency	16,8	13,6	15,1	19,1	27,6

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Educação			
					*A	*B	*C	*D
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Trinidad e Tobago		Sim	Efficiency	15,0	7,1	6,4	16,1	10,2
Montenegro			Efficiency	14,9	8,5	16,3	18,4	19,5
China	Sim		Efficiency	14,4	13,3	15,6	14,0	6,6
Argentina	Sim	Sim	Efficiency	14,2	15,8	11,2	12,2	15,1
Costa Rica		Sim	Efficiency	13,4	12,1	15,7	17,5	9,3
Uruguai		Sim	Efficiency	11,7	9,8	11,9	15,8	
México	Sim	Sim	Efficiency	10,5	8,4	10,9	10,2	3,8
Letônia			Efficiency	9,7	7,2	7,6	13,1	13,3
África do Sul	Sim		Efficiency	8,9	6,4	10,2	20,0	
Turquia	Sim		Efficiency	8,6	5,8	8,6	14,4	10,3
Taiwan			Efficiency	8,4	7,2	6,9	8,9	8,9
Macedônia			Efficiency	7,9		7,0	4,8	12,8
Bósnia e Herzegovina			Efficiency	7,7	2,6	8,4	10,1	
Hungria			Efficiency	7,1	0,3	6,3	10,1	
Tunísia			Efficiency	6,1	4,3	6,4	5,4	3,4
Croácia			Efficiency	5,5	1,5	4,4	6,1	
Malásia			Efficiency	5,0	5,5	4,5	4,4	5,6
Romênia			Efficiency	4,3	3,3	3,2	6,5	12,9
Rússia	Sim		Efficiency	3,9	1,9	5,0	4,0	
Islândia			Innovation	10,6	7,9	10,5	9,5	14,6
Austrália	Sim		Innovation	7,8	6,1	4,7	8,8	13,7
Noruega			Innovation	7,7	8,6	6,5	8,5	

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais				
				TEA	Educação			
					*A	*B	*C	*D
Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)				
Estados Unidos	Sim		Innovation	7,6	0,7	1,7	5,5	5,3
Holanda			Innovation	7,2	0,7	4,6	10,9	
Irlanda			Innovation	6,8	3,6	4,8	7,7	
Coréia do Sul	Sim		Innovation	6,6	5,4	5,5	6,6	
Reino Unido	Sim		Innovation	6,4	4,5	5,3	6,8	6,6
França	Sim		Innovation	5,8	4,5	4,5	8,6	21,4
Finlândia			Innovation	5,7	2,3	5,5	7,7	6,9
Israel			Innovation	5,7	0,3	1,6	5,2	3,8
Grécia			Innovation	5,5	6,1	4,9	5,9	2,5
Suíça			Innovation	5,0	2,1	3,8	7,6	9,5
Suécia			Innovation	4,9		2,6	1,6	0,3
Eslovênia			Innovation	4,7	3,4	5,2	7,0	
Portugal			Innovation	4,4	4,2	3,7	5,4	
Espanha			Innovation	4,3	3,0	4,4	5,3	5,7
Alemanha	Sim		Innovation	4,2	2,7	3,6	6,0	
Dinamarca			Innovation	3,8	3,2	4,4	2,1	4,2
Bélgica			Innovation	3,7	1,3	2,8	4,6	7,2
Açores			Innovation	3,5	4,2	1,4	4,7	
Japão	Sim		Innovation	3,3	3,1	2,8	3,2	2,0
Itália	Sim		Innovation	2,4	0,9	3,0	1,0	3,7
<b>Média dos países</b>				11,7	9,6	11,1	12,8	12,6

Fonte: Pesquisa GEM 2010

\*A - Alguma educação secundária; \*B - Secundário completo; \*C - Pós-secundário; \*D - Pós-graduação.

Quadro A2.7 - Empreendedores iniciais segundo estágio da economia e renda  
- Países GEM - 2010

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais			
				TEA	Renda		
					33% Menor	33% Central	33% Maior
				Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)
Vanuatu			Factor	52,1		45,0	47,9
Bolívia		Sim	Factor	38,6	19,7	28,0	29,8
Gana			Factor	34,0		25,0	23,8
Zâmbia			Factor	32,6	14,3	19,6	22,5
Angola			Factor	31,9		16,3	13,0
Uganda			Factor	31,3	23,9	30,8	35,8
Guatemala		Sim	Factor	16,3	5,4	7,7	12,2
Irã			Factor	12,3		8,3	9,0
Jamaica		Sim	Factor	10,5		3,8	6,3
Palestina			Factor	10,4		6,6	13,1
Arábia Saudita	Sim		Factor	9,4	4,3		9,8
Paquistão			Factor	9,1	3,6	6,2	7,3
Egito			Factor	7,0	4,0	4,2	7,8
Peru		Sim	Efficiency	27,2	12,4	21,1	25,4
Equador		Sim	Efficiency	21,3	15,4	18,7	26,2
Colômbia		Sim	Efficiency	20,6		16,3	19,7
Brasil	Sim	Sim	Efficiency	17,5	6,1	15,1	16,0
Chile		Sim	Efficiency	16,8	10,2	11,7	18,3

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais			
				TEA	Renda		
					33% Menor	33% Central	33% Maior
					Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)
Trinidad e Tobago		Sim	Efficiency	15,0		8,6	8,3
Montenegro			Efficiency	14,9		8,7	18,5
China	Sim		Efficiency	14,4	9,1	11,9	14,8
Argentina	Sim	Sim	Efficiency	14,2	4,5	9,7	8,5
Costa Rica		Sim	Efficiency	13,4	8,9	8,4	19,8
Uruguai		Sim	Efficiency	11,7	5,0	7,9	12,9
México	Sim	Sim	Efficiency	10,5	2,7	5,0	7,4
Letônia			Efficiency	9,7	3,1	4,5	7,8
África do Sul	Sim		Efficiency	8,9	12,6	9,7	7,5
Turquia	Sim		Efficiency	8,6	1,3	2,7	7,6
Taiwan			Efficiency	8,4	5,4	5,1	7,2
Macedônia			Efficiency	7,9	0,4	4,2	5,8
Bósnia e Herzegovina			Efficiency	7,7	3,2	2,5	6,8
Hungria			Efficiency	7,1	2,0	3,9	8,3
Tunísia			Efficiency	6,1	0,4	0,5	0,5
Croácia			Efficiency	5,5	0,7	2,4	6,4
Malásia			Efficiency	5,0	3,0	5,1	5,2
Romênia			Efficiency	4,3	0,6	1,5	3,6
Rússia	Sim		Efficiency	3,9	0,4		1,7
Islândia			Innovation	10,6	3,4	5,5	8,3
Austrália	Sim		Innovation	7,8	3,0	5,8	5,9
Noruega			Innovation	7,7	4,0	3,8	7,1

Países	G20	América Latina	Estágio da Economia	Empreendedores Iniciais			
				TEA	Renda		
					33% Menor	33% Central	33% Maior
					Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)
Estados Unidos	Sim		Innovation	7,6	4,7	4,9	5,9
Holanda			Innovation	7,2	3,8	3,9	6,3
Irlanda			Innovation	6,8	3,2	5,4	5,3
Coréia do Sul	Sim		Innovation	6,6	2,7	3,4	6,4
Reino Unido	Sim		Innovation	6,4	3,1	3,2	4,4
França	Sim		Innovation	5,8	6,0	3,6	5,4
Finlândia			Innovation	5,7	2,5	4,4	4,8
Israel			Innovation	5,7	2,9	4,4	5,9
Grécia			Innovation	5,5	4,1	3,8	2,9
Suíça			Innovation	5,0	3,0	3,1	3,6
Suécia			Innovation	4,9	1,9	1,6	3,8
Eslovênia			Innovation	4,7	0,5	1,1	2,8
Portugal			Innovation	4,4	0,5	1,2	2,0
Espanha			Innovation	4,3	0,5	1,2	2,2
Alemanha	Sim		Innovation	4,2	1,1	1,7	2,8
Dinamarca			Innovation	3,8	1,8	2,1	4,1
Bélgica			Innovation	3,7	1,6		2,8
Açores			Innovation	3,5	0,5	0,7	1,8
Japão	Sim		Innovation	3,3		1,1	2,1
Itália	Sim		Innovation	2,4	0,6	0,3	0,9
<b>Média dos países</b>				11,7	4,8	7,9	10,0

Quadro A2.8 - Características dos empreendedores iniciais segundo estágio - Brasil - 2010

Categorias	Empreendedores Iniciais					
	Nascentes		Novos		Total (TEA)	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
<b>Gênero</b>						
Masculino	6,7	56,1	11,9	48,5	18,4	50,7
Feminino	4,8	43,9	11,4	51,5	16,2	49,3
<b>Faixa etária (anos)</b>						
18 a 24	6,3	24,3	6,2	22,3	17,4	22,5
25 a 34	7,3	33,9	11,8	34,3	22,2	34,4
35 a 44	5,6	19,1	8,6	18,9	16,7	19,1
45 a 54	5,6	17,4	8,5	16,3	16,1	16,8
55 a 64	2,3	5,2	3,8	8,2	9,5	7,2
<b>Escolaridade (anos de estudo)</b>						
Sem educação formal	0,0	0,0	9,3	1,7	9,3	1,2
1 a 4	3,8	14,8	11,9	22,7	15,7	20,2
5 a 11	5,9	55,7	11,3	52,8	17,1	53,5
Mais de 11	7,7	29,6	12,0	22,7	19,7	25,1

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro A2.9 - Características dos empreendedores iniciais segundo motivação - Brasil - 2010

Categorias	Empreendedores Iniciais			
	Oportunidade		Necessidade	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
<b>Gênero</b>				
Masculino	12,3	50,4	5,9	51,4
Feminino	11,0	49,6	5,0	48,6
<b>Faixa etária (anos)</b>				
18 a 24	10,7	20,6	6,3	25,7
25 a 34	16,8	38,6	5,0	24,8
35 a 44	12,4	21,0	4,3	15,6
45 a 54	8,9	13,7	7,2	23,9
55 a 64	5,3	6,0	4,2	10,1
<b>Escolaridade (anos de estudo)</b>				
Sem educação formal	4,7	0,9	4,7	1,8
1 a 4	7,9	15,0	7,9	32,1
5 a 11	11,7	54,5	5,3	52,3
Mais de 11	15,6	29,6	3,4	13,8

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro A2.10 - Características dos empreendimentos segundo estágio - Brasil - 2010

Categorias	Empreendedores Iniciais					
	Nascentes		Novos		Total (TEA)	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
<b>Conhecimento dos produtos ou serviços</b>						
Novo para todos	0,6	10,4	0,7	6,1	1,3	7,5
Novo para alguns	0,8	13,0	0,9	7,4	1,6	9,2
Ninguem considera novo	4,4	76,5	10,0	86,6	14,4	83,2
<b>Concorrência</b>						
Muitos concorrentes	3,5	60,9	7,4	64,1	10,9	63,0
Poucos concorrentes	2,0	34,8	3,3	28,1	5,3	30,3
Nenhum concorrente	0,3	4,3	0,9	7,8	1,2	6,6
<b>Idade da tecnologia ou processos</b>						
Menos de 1 ano	0,5	8,7	0,4	3,0	0,9	4,9
De 1 a 5 anos	0,3	4,3	0,8	6,9	1,1	6,1
Mais de 5 anos	5,0	87,0	10,4	90,0	15,4	89,0
<b>Expectativa de exportação</b>						
De 75% a 100%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
De 25% a 74%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
De 1% a 24%	0,4	7,1	0,8	6,7	1,2	6,8
Nenhum	5,3	92,9	10,4	93,3	15,7	93,2

Categorias	Empreendedores Iniciais					
	Nascentes		Novos		Total (TEA)	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
<b>Criação de empregos (expectativa para os próximos 5 anos)</b>						
Nenhum emprego	0,6	12,5	4,3	48,9	4,9	36,7
De 1 a 5 empregos	2,6	58,0	2,8	31,3	5,3	40,2
De 6 a 19 empregos	1,0	22,7	1,0	11,4	2,0	15,2
Mais de 19 empregos	0,3	6,8	0,8	8,5	1,1	8,0
<b>Setor de Atividade</b>						
Setor extrativista	0,2	3,5	0,2	1,3	0,4	2,0
Setor de transformação	1,2	20,9	3,0	26,0	4,2	24,3
Serviços orientados às empresas	0,6	9,6	1,9	16,5	2,5	14,2
Serviços orientados aos consumidores	3,8	66,1	6,5	56,3	10,3	59,5

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro A2.11 - Características dos empreendimentos segundo motivação - Brasil - 2010

Categorias	Empreendedores Iniciais			
	Oportunidade		Necessidade	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
<b>Conhecimento dos produtos ou serviços</b>				
Novo para todos	0,8	6,9	0,5	8,3
Novo para alguns	1,1	9,4	0,5	9,2
Ninguém considera novo	9,8	83,7	4,5	82,6
<b>Quantidade de concorrentes</b>				
Muitos concorrentes	7,4	63,1	3,4	61,5
Poucos concorrentes	3,6	30,9	1,7	30,3
Nenhum concorrente	0,7	6,0	0,5	8,3

Categorias	Empreendedores Iniciais			
	Oportunidade		Necessidade	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
<b>Idade da tecnologia ou processos</b>				
Menos de 1 ano	0,7	5,6	0,2	2,8
De 1 a 5 anos	0,8	5,2	0,5	8,3
Mais de 5 anos	10,4	89,3	4,9	89,0
<b>Expectativa de exportação</b>				
De 75% a 100%	0,0	0,0	0,0	0,0
De 25% a 74%	0,0	0,0	0,0	0,0
De 1% a 24%	0,8	7,0	0,4	6,5
Nenhum	10,6	93,0	5,1	93,5
<b>Criação de empregos (expectativa para os próximos 5 anos)</b>				
Nenhum emprego	3,1	34,9	1,7	38,8
De 1 a 5 empregos	3,2	36,6	2,1	48,2
De 6 a 19 empregos	1,6	18,3	0,4	9,4
Mais de 19 empregos	0,9	10,3	0,2	3,5
<b>Setor de Atividade</b>				
Setor extrativista	0,2	1,3	0,2	3,7
Setor de transformação	2,8	24,0	1,4	24,8
Serviços orientados às empresas	2,0	16,7	0,5	8,3
Serviços orientados aos consumidores	6,8	57,9	3,5	63,3

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

Quadro A2.12 - Estimativa de empreendedores segundo estágio - Países GEM - 2010

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Estágio	
			Nascentes	Novas
Vanuatu	52,2	69.000	41.000	37.000
Bolívia	38,6	2.076.000	1.549.000	752.000
Gana	34,0	4.383.000	1.385.000	3.176.000
Zâmbia	32,6	1.596.000	845.000	835.000
Angola	32,4	2.008.000	839.000	1.181.000
Uganda	31,3	3.325.000	1.128.000	2.338.000
Peru	27,2	4.860.000	3.948.000	1.076.000
Equador	21,3	1.805.000	883.000	974.000
Colômbia	20,6	4.139.000	1.730.000	2.541.000
<b>Brasil</b>	<b>17,5</b>	<b>21.133.525</b>	<b>7.121.998</b>	<b>14.011.527</b>
Chile	16,8	1.770.000	1.163.000	646.000
Guatemala	16,3	854.000	435.000	439.000
Trinidad e Tobago	15,1	126.000	74.000	54.000
Montenegro	14,9	67.000	54.000	14.000
China	14,4	131.719.000	42.077.000	91.563.000
Argentina	14,2	2.911.000	1.443.000	1.519.000
Costa Rica	13,5	385.000	296.000	102.000
Irã	12,4	6.114.000	2.371.000	3.843.000
Uruguai	11,7	150.000	100.000	52.000
México	10,5	6.774.000	5.572.000	1.306.000
Jamaica	10,5	164.000	86.000	80.000
Palestina	10,4	216.000	164.000	53.000
Letônia	9,7	142.000	82.000	62.000
Arábia Saudita	9,4	1.478.000	929.000	557.000

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Estágio	
			Nascentes	Novas
Paquistão	9,1	8.846.000	6.469.000	2.631.000
África do Sul	8,9	2.590.000	1.491.000	1.131.000
Turquia	8,5	3.549.000	1.537.000	2.103.000
Taiwan	8,4	1.327.000	742.000	596.000
Macedônia	8,0	108.000	59.000	49.000
Austrália	7,8	1.084.000	538.000	560.000
Bósnia e Herzegovina	7,7	240.000	126.000	126.000
Noruega	7,7	237.000	136.000	104.000
Islândia	7,6	15.000	9.000	7.000
Holanda	7,2	775.000	426.000	360.000
Hungria	7,1	460.000	300.000	165.000
Egito	7,0	2.939.000	871.000	2.068.000
Irlanda	6,8	200.000	129.000	76.000
Coréia	6,6	2.200.000	606.000	1.591.000
Reino Unido	6,4	2.501.000	1.258.000	1.278.000
Tunísia	6,1	421.000	119.000	306.000
França	5,8	2.145.000	1.350.000	832.000
Finlândia	5,7	191.000	80.000	113.000
Estados Unidos	7,6	14.767.000	9.320.000	5.506.000
Croácia	5,5	153.000	105.000	53.000
Grécia	5,5	376.000	135.000	241.000
Israel	5,3	222.000	123.000	103.000
Suíça	5,0	247.000	98.000	149.000
Malásia	5,0	893.000	256.000	646.000
Suécia	4,9	142.000	66.000	76.000
Eslovênia	4,7	64.000	31.000	34.000

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Estágio	
			Nascentes	Novas
Portugal	4,5	304.000	123.000	186.000
Espanha	4,3	1.325.000	676.000	658.000
Romênia	4,3	591.000	448.000	150.000
Alemanha	4,2	2.151.000	1.279.000	903.000
Rússia	3,9	3.753.000	1.972.000	1.781.000
Açores	3,9	6.000	3.000	3.000
Dinamarca	3,8	209.000	102.000	121.000
Bélgica	3,7	244.000	153.000	96.000
Japão	3,3	2.561.000	1.172.000	1.428.000
Itália	2,4	865.000	479.000	386.000
<b>Total</b>	...	256.965.525	107.102.998	153.827.527

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quaro A2.13 - Estimativa de empreendedores segundo motivação - Países GEM - 2010

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Motivação	
			Oportunidade	Necessidade
Vanuatu	52,2	69.000	42.000	26.000
Bolívia	38,6	2.076.000	1.700.000	350.000
Gana	34,0	4.383.000	2.707.000	1.615.000
Zâmbia	32,6	1.596.000	1.060.000	513.000
Angola	32,4	2.008.000	1.250.000	719.000
Uganda	31,3	3.325.000	1.669.000	1.656.000
Peru	27,2	4.860.000	3.761.000	1.033.000
Equador	21,3	1.805.000	1.304.000	499.000

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Motivação	
			Oportunidade	Necessidade
Colômbia	20,6	4.139.000	2.435.000	1.638.000
<b>Brasil</b>	<b>17,5</b>	<b>21.133.525</b>	<b>14.476.465</b>	<b>6.657.060</b>
Chile	16,8	1.770.000	1.240.000	518.000
Guatemala	16,3	854.000	380.000	128.000
Trinidad e Tobago	15,1	126.000	105.000	18.000
Montenegro	14,9	67.000	41.000	25.000
China	14,4	131.719.000	74.549.000	54.974.000
Argentina	14,2	2.911.000	1.845.000	1.056.000
Costa Rica	13,5	385.000	231.000	122.000
Irã	12,4	6.114.000	3.522.000	2.307.000
Uruguai	11,7	150.000	104.000	39.000
México	10,5	6.774.000	5.346.000	1.286.000
Jamaica	10,5	164.000	85.000	69.000
Palestina	10,4	216.000	146.000	69.000
Letônia	9,7	142.000	99.000	38.000
Arábia Saudita	9,4	1.478.000	1.324.000	141.000
Paquistão	9,1	8.846.000	4.940.000	3.595.000
África do Sul	8,9	2.590.000	1.573.000	932.000
Turquia	8,5	3.549.000	1.908.000	1.329.000
Taiwan	8,4	1.327.000	785.000	403.000
Macedônia	8,0	108.000	40.000	63.000
Austrália	7,8	1.084.000	843.000	201.000
Bósnia e Herzegovina	7,7	240.000	125.000	112.000
Noruega	7,7	237.000	194.000	37.000
Islândia	7,6	15.000	14.000	1.000
Holanda	7,2	775.000	658.000	65.000
Hungria	7,1	460.000	367.000	90.000

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Motivação	
			Oportunidade	Necessidade
Egito	7,0	2.939.000	1.290.000	1.558.000
Irlanda	6,8	200.000	132.000	62.000
Coréia	6,6	2.200.000	1.302.000	855.000
Reino Unido	6,4	2.501.000	2.022.000	265.000
Tunísia	6,1	421.000	300.000	100.000
França	5,8	2.145.000	1.534.000	541.000
Finlândia	5,7	191.000	145.000	34.000
Estados Unidos	7,6	14.767.000	10.078.000	4.203.000
Croácia	5,5	153.000	98.000	49.000
Grécia	5,5	376.000	271.000	104.000
Israel	5,3	222.000	142.000	64.000
Suíça	5,0	247.000	200.000	35.000
Malásia	5,0	893.000	774.000	110.000
Suécia	4,9	142.000	118.000	19.000
Eslovênia	4,7	64.000	51.000	10.000
Portugal	4,5	304.000	215.000	66.000
Espanha	4,3	1.325.000	965.000	335.000
Romênia	4,3	591.000	397.000	183.000
Alemanha	4,2	2.151.000	1.460.000	552.000
Rússia	3,9	3.753.000	2.401.000	1.200.000
Açores	3,9	6.000	4.000	2.000
Dinamarca	3,8	209.000	153.000	17.000
Bélgica	3,7	244.000	184.000	24.000
Japão	3,3	2.561.000	1.630.000	931.000
Itália	2,4	865.000	747.000	114.000
<b>Total</b>	...	256.965.525	157.481.465	93.757.060

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Quadro A2.14 - Estimativa de empreendedores segundo gênero - Países GEM - 2010

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Gênero	
			Masculino	Feminino
Vanuatu	52,2	69.000	39.000	30.000
Bolívia	38,6	2.076.000	1.074.000	1.003.000
Gana	34,0	4.383.000	1.983.000	2.398.000
Zâmbia	32,6	1.596.000	870.000	726.000
Angola	32,4	2.008.000	1.049.000	958.000
Uganda	31,3	3.325.000	1.620.000	1.706.000
Peru	27,2	4.860.000	2.587.000	2.280.000
Equador	21,3	1.805.000	980.000	824.000
Colômbia	20,6	4.139.000	2.256.000	1.887.000
<b>Brasil</b>	<b>17,5</b>	<b>21.133.525</b>	<b>11.125.489</b>	<b>10.008.036</b>
Chile	16,8	1.770.000	1.008.000	765.000
Guatemala	16,3	854.000	448.000	406.000
Trinidad e Tobago	15,1	126.000	68.000	58.000
Montenegro	14,9	67.000	46.000	23.000
China	14,4	131.719.000	76.951.000	55.331.000
Argentina	14,2	2.911.000	1.620.000	1.292.000
Costa Rica	13,5	385.000	190.000	195.000
Irã	12,4	6.114.000	4.146.000	1.007.000
Uruguai	11,7	150.000	91.000	59.000
México	10,5	6.774.000	3.380.000	3.395.000
Jamaica	10,5	164.000	91.000	73.000
Palestina	10,4	216.000	145.000	70.000
Letônia	9,7	142.000	93.000	49.000
Arábia Saudita	9,4	1.478.000	1.083.000	395.000

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Gênero	
			Masculino	Feminino
Paquistão	9,1	8.846.000	7.236.000	1.616.000
África do Sul	8,9	2.590.000	1.413.000	1.177.000
Turquia	8,5	3.549.000	2.773.000	777.000
Taiwan	8,4	1.327.000	836.000	493.000
Macedônia	8,0	108.000	81.000	27.000
Austrália	7,8	1.084.000	545.000	539.000
Bósnia e Herzegovina	7,7	240.000	176.000	65.000
Noruega	7,7	237.000	179.000	58.000
Islândia	7,6	15.000	10.000	5.000
Holanda	7,2	775.000	548.000	231.000
Hungria	7,1	460.000	322.000	140.000
Egito	7,0	2.939.000	2.029.000	908.000
Irlanda	6,8	200.000	142.000	58.000
Coréia	6,6	2.200.000	1.860.000	353.000
Reino Unido	6,4	2.501.000	1.661.000	854.000
Tunísia	6,1	421.000	285.000	140.000
França	5,8	2.145.000	1.267.000	894.000
Finlândia	5,7	191.000	127.000	64.000
Estados Unidos	7,6	14.767.000	7.927.000	6.845.000
Croácia	5,5	153.000	98.000	55.000
Grécia	5,5	376.000	233.000	139.000
Israel	5,3	222.000	139.000	84.000
Suiça	5,0	247.000	138.000	109.000
Malásia	5,0	893.000	467.000	425.000
Suécia	4,9	142.000	92.000	50.000
Eslovênia	4,7	64.000	45.000	19.000

Países	TEA (%)	Estimativa de empreendedores		
		Total	Gênero	
			Masculino	Feminino
Portugal	4,5	304.000	201.000	105.000
Espanha	4,3	1.325.000	842.000	482.000
Romênia	4,3	591.000	401.000	190.000
Alemanha	4,2	2.151.000	1.411.000	740.000
Rússia	3,9	3.753.000	2.005.000	1.751.000
Açores	3,9	6.000	5.000	1.000
Dinamarca	3,8	209.000	146.000	63.000
Bélgica	3,7	244.000	134.000	110.000
Japão	3,3	2.561.000	1.974.000	589.000
Itália	2,4	865.000	506.000	365.000
<b>Total</b>	...	256.965.525	149.201.489	107.455.036

Fonte: Pesquisa GEM 2010

Apêndice 3 - Equipes e patrocinadores do GEM 2010 nos países

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>África do Sul</b>	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business e University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI), Services SETA e Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa
<b>Alemanha</b>	Leibniz University of Hannover e Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt Arne Vorderwülbecke	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
<b>Angola</b>	Universidade Catolica de Angola (UCAN) e Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Manuel Alves da Rocha Salim Abdul Valimamade Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina João Rodrigues Nuno Gonçalves	Banco de Fomento Angola (BFA)	SINFIC - Sistemas de Informação Industriais S.A.

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Arábia Saudita</b>	The National Entrepreneurship Center e Alfaisal University	Munira A. Al-Ghamdi Hazbo Skoko Faisal A. Al-Kadi Norman Wright Ricardo Santa Wafa al Debasi	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS
<b>Argentina</b>	Center for Entrepreneurship, IAE Business School e Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral, Banco Santander Rio, Subsecretaría de Desarrollo Económico e Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	MORI Argentina
<b>Austrália</b>	Australian Centre for Entrepreneurship Research e Queensland University of Technology	Per Davidsson Michael Stuetzer Paul Steffens Marcelo Tonelli	Queensland University of Technology	Q&A Market Research

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Bélgica</b>	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijs Miguel Meuleman	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	Dedicated Research
<b>Bolívia</b>	Universidad Católica Boliviana/ Maestrias para el Desarrollo	Marco Antonio Fernandez C. Gover Barja Gonzalo Chaves	FAUTAUPO, SOBOCE S.A., CAF, Embajada de Dinamarca, USAID/ Proyecto Productividad y Competitividad Bolivia, Universidad Católica Boliviana, FUNDAPRO e AVINA-RBE	CIES Internacional
<b>Bósnia e Herzegovina</b>	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanic Rasim Tulumović Boris Ćurković Senad Fazlović Admir Nuković Esmir Spahić Sladjana Simić Mirela Arifović	Federal Ministry of Development, Entrepreneurship and Crafts, Municipality of Tuzla e Ministry of Education, Science, Culture and Sports of Tuzla Canton	PULS BH d.o.o. Sarajevo

Equipe	Instituição	Membros	Patrocinadores	Pesquisa de Campo Pop. Adulta
<b>Brasil</b>	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Romeu Herbert Friedlaender Jr Joana Paula Machado Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte César Rissete Mario Tamada Neto	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR, Serviço Social da Indústria - SESI / PR e Universidade Federal do Paraná - UFPR	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
<b>Chile</b>	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete	InnovaChile de CORFO	
<b>Região:</b>				
Arica y Parinacota Tarapacá	Univ. de Tarapacá Corporación Privada para el Desarrollo de la Univ. Arturo Prat Univ. Católica del Norte	Vesna Karmelic Mauricio Vega	Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá Gobierno Regional de Tarapacá Universidad Católica del Norte, DGIP.	Opina S.A.

Antofagasta	Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama	Gianni Romani	Gobierno Regional,	
Atacama		Omar Gonzalez		
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin	CORFO, Agencia regional de Desarrollo Productivo.	
Metropolitana	Univ. Mayor Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Jorge Cea Valencia		
	Univ. Católica del Maule	Juan Tapia	Universidad Católica del Norte,	
		Cristina Betancour	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CI-MER, de la Univ. Técnica Federico Santa María	
			El Mercurio de Valparaíso	Opina S.A.
			Universidad Mayor	
			Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	
			Universidad Católica del Maule	

Libertado Bernardo O'Higgins Maule Bio-Bío Araucanía	Univ. Católica de la Santísima Concepción Univ. del Desarrollo Univ. de la Frontera -INCUBATEC	Braulio Guzmán, Aracelly Tapia Andrés Valenzuela, Alejandro Sotolichio Jorge Espinoza José Ernesto Amorós Carlos Poblete Gerardo Lagos	UCSC-Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas UDD-Facultad de Economía y Negocios. Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	Opina S.A.
<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>China</b>	Tsinghua University SEM	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Colômbia</b>	Universidad de los Andes, Universidad ICESI, Universidad del Norte e Pontificia Universidad Javeriana Cali	Liyis Gomez Núñez Piedad Martinez Carazo César Figueroa Fernando Pereira Alberto Arias Raúl Fernando Quiroga Rafael Vesga Diana Carolina Vesga Rodrigo Varela V. Luis Miguel Alvarez Juan David Soler Liberos	Universidad de los Andes, Universidad ICESI, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana Cali e Fundacion Corona	Centro Nacional de Consultoria
<b>Coréia do Sul</b>	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sangu Seo Kyoung-mo Song Dong-hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA), Korea Aerospace Industries Ltd. (KAI), Kumwoo Industrial Machinery, CO., Hanaro Tech CO. e Taewan CO.	Hankook Research Co.

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Coréia do Sul</b>	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sanggu Seo Kyoung-mo Song Dong-hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA), Korea Aerospace Industries Ltd. (KAI), Kum-woo Industrial Machinery, CO., Hanaro Tech CO. e Taewan CO.	Hankook Research Co.
<b>Costa Rica</b>	Asociacion Incubadora Parque Tec, Universidade de Costa Rica e Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)	Marcelo Lebendiker Fainstein Petra Petry Rafael Herrera González Guillermo Velásquez López	Banco Interamericano de Desarrollo / FOMIN	IPSOS Central America
<b>Croácia</b>	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship, SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb e J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o. e Zagreb

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Dinamarca</b>	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottossen Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Suna Løve Nielsen Mick Hancock Mette Søgaard Nielsen Majbritt Rostgaard Evald	Foundation for Entrepreneurship	Catinet
<b>Egito</b>	British University in Egypt, Egyptian Junior Business Association (EJB) e Middle East Council for Small Business and Entrepreneurship (MCSBE)	David Kirby Amr Gohar Sherin El-Shorbagi Louis Stevenson Khaled Farouq Mohamed Ismail Hala Hattab	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry	AC Nielsen
<b>Equador</b>	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)-ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) e Survey Data	Survey Data
<b>Eslovênia</b>	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business e University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogaj	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS

Espanha	Instituto de Empresa	Juan José Güemes Alicia Coduras Rafael Pampillón Cristina Cruz Rachida Justo Ricardo Hernández April Win	DGPYMES IE Business School	
<b>Região:</b>				
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro Enrique Loredó	Junta de Andalucía Gov. del Principado de Asturias	
Asturias	Univ. De Oviedo	Lucio Fuentelsaz	Gov. de Aragón	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Iñaki Peña	Dpto, Industria, Comercio y	
Basque Country	Univ. De Deusto	Rosa M. Batista Canino	Turismo	
Basque Country	Univ. Basque Country	Fco. Javier Martínez	Instituto Aragonés	
Canary I.	Univ. Mondragón		Fomento	
Cantabria	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		Consejo Aragonés Cámaras de Comercio.	Instituto Opinò-metre S.L.
	& Universidad de La Laguna		Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco	
	Univ. De Cantabria		Diputación Foral Álava	
	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.		Diputación Foral Bizkaia	
	Universidad Autónoma de Barcelona		Diputación Foral Gipuzkoa	
	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		Fundación Emilio Soldevilla	
	& Universidad de La Laguna		La Caja de Canarias	
	Univ. De Cantabria		Gobierno de Canarias, Promoción	
	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.		Económica y Servicio Canario de Empleo.	

	Universidad Autónoma de Barcelona		Fondo Social Europeo Santander Gov. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecán Fundación UCEIF	Instituto Opinómetro S.L.
<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>França</b>	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
<b>Gana</b>	Institute of Statistical, Social and Economic Research e University of Ghana	Ernest Aryeetey George Owusu Paul W. K. Yankson Robert Osei Kate Gough Thilde Langevang	Danish Research Council	
<b>Grécia</b>	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
<b>Guatemala</b>	Francisco Marroquín University	Hugo Maul Lisardo Bolaños Mónica de Zelaya David Casasola Irene Flores Fritz Thomas Jaime Diaz Georgina Tunarosa	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Holanda</b>	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog Niels Bosma Roy Thurik André van Stel Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation	Stratus
<b>Hungria</b>	University of Pécs, Faculty of Business and Economics, George Mason University e Indiana University	László Szerb Attila Varga József Ulbert Zoltan J. Acs Siri Terjesen Gábor Márkus Dietrich Péter Attila Petheő	OTKA Research Foundation theme number K 81527, George Mason University, University of Pécs e Faculty of Business and Economics, Budapest corvinus University, Doctoral School of Business e Széchenyi University, Doctoral School of Regional and Economic Sciences	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató e Intézet

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Irã</b>	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghih A. A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordnaeij Jahangir Yadollahi Farsi M. Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs e Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali
<b>Irlanda</b>	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O Gorman	Enterprise Ireland	IFF
<b>Islândia</b>	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Hannes Ottóson	Reykjavik University	Capacent Gallup
<b>Israel</b>	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak Harel Yedidsion	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev, Sami Shmoon College of Engineering e Advanced Technology Encouragemente Centre (ATEC) in the Nagev	The Brandman Institute

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Itália</b>	EntER - Bocconi University	James Hayton Giovanni Valentini		Target Research
<b>Jamaica</b>	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	College of Business and Management, University of Technology, Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services
<b>Japão</b>	Keio University	Takehiko Isobe	Venture Enterprise Center e Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
<b>Letônia</b>	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Anders Paalzow Vyacheslav Dombrovsky	TeliaSonera AB	SKDS
<b>Macedônia</b>	University Ss. Cyril e Methodius - Business Start-UP Centre e Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovik Bojan Jovanoski Aleksandar Kurciev Tetjana Lazarevska Trajce Velkovski Igor Nikoloski Ljupka Mitrinovska Gligor Mihailovski Lazar Nedanoski Marija Sazdeski	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF) e National Centre for Development of Innovation and Entrepreneurial Learning (NCDIEL)	Brima Gallup

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Malásia</b>	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
<b>México</b>	Tecnológico de Monterrey	Marcia Campos Arturo Torres Elvira Naranjo	Tecnologico de Monterrey	Alduncin y Asociados
<b>Montenegro</b>	University of Montenegro	Dragan Lajovic Milorad Jovovic Tamara Backovic Stana Kalezic Olja Stankovic Radmila Dajanovic Milos Rasnatovic Irena Peric Nada Radovanic Ivana Zecevic Ana Sebek Stevan Karadagic Miljan Sestovic	Economic Faculty of Montenegro, Investment Development Fund of Montenegro, Ministry of Economy of Montenegro, Employment Agency of Montenegro, Directorate for Development of Small and Medium-Sized Enterprises e Chamber of Economy Montenegro	Damar DOO Podgorica
<b>Noruega</b>	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvåg Bjørn-Willy Åmo Terje Mathisen Eirik Pedersen	Ministry of Trade and Industry, Innovation Norway, Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship, Kunnskapsfondet Nordland AS e Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Palestina</b>	Palestinian Economic Policy Research Institute MAS	Samir Abdullah Yousef Daoud Muhanad Hamed Tareq Sadeq Alaa Tartir	Arab Fund for Economic & Social Development Palestinian National Authority (PNA)	The Palestine Central Bureau of Statistics
<b>Paquistão</b>	Institute of Business Administration Karashi	Sarfraz A Mian Arif I. Rana Zafar A. Siddiqui Shahid Qureshi Shahid R. Mir	US Agency for International Development, Centre for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi, LUMS, Lahore e Babson College USA	Oasis International
<b>Peru</b>	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
<b>Portugal</b>	SPI Ventures	Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina João Rodrigues Nuno Gonçalves	IAPMEI (Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação), FLAD (Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento), Governo Regional dos Açores (Secretaria Regional da Economia) e PROCONVERGENCIA	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
<b>Região:</b>				
Açores	SPI Ventures	João Crispim Borges da Ponte Nélia Cavaco Branco		

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Reino Unido</b>	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Erkko Autio Alpheus Tihomole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills, English RDAs, Invest NI, Welsh Assembly Government Enterprise UK, PRIME, Birmingham City Council, Belfast City Council, Enterprise Northern Ireland e Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
<b>Romênia</b>	Faculty of Economics and Business Administration e Babes-Bolyai University	Györfy Lehel-Zoltán Matiş Dumitru Nagy Ágnes Pete Ştefan Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Szász Levente Matiş Eugenia	Asociatia Pro Oeconomica, Babeş-Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration, OTP Bank Romania AS, East Consulting SRL, Lacu Roşu SC, Nova Construct SRL e Savilcom SRL	Metro Media e Transilvania
<b>Rússia</b>	Equipe Saint Petersburg: Graduate School of Management, Saint Petersburg Equipe Moscow: State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova Alexander Chepurenko Olga Obratsova Maria Gabelko Tatiana Alimova Kate Murzacheva	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University - Higher School of Economics e Ministry of Economic Development of Russian Federation	Levada-Center

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Suécia</b>	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjel Mikael Samuelson Ulrika Stuart Hamilton Per Thulin Kristina Nyström	Vinnova, CECIS e Confederation of Swedish Enterprise	DEMOSKOP
<b>Suíça</b>	School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	Rico J. Baldegger Andreas A. Brühlhart Mathias J. Rossi Sabine Frischknecht Patrick E. Schüffel Verena Huber Thomas Straub Muriel Berger	KTI /CTI, School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	gfs Bern
<b>Taiwan</b>	National Chengchi University e China Youth Career Development Association Headquarters (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo Li-hua Chen Shih-Feng Chou	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center
<b>Trinidad e Tobago</b>	Arthur Lok Jack Graduate School of Business e University of the West Indies	Karen Murdock Miguel Carillo Colin McDonald	Arthur Lok Jack Graduate School of Business e University of the West Indies	
<b>Tunísia</b>	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d’Appui à l’Entrepreneuriat et à l’Innovation	Optima

<b>Equipe</b>	<b>Instituição</b>	<b>Membros</b>	<b>Patrocinadores</b>	<b>Pesquisa de Campo Pop. Adulta</b>
<b>Turquia</b>	Yeditepe University	Esra Karadeniz	Union Of Chambers ad Commodity Exchanges of Turkey (TOBB)	Akademetre
<b>Uganda</b>	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca Namatovu-Dawa Sarah Kyejjusa Warren Byabashaija Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School e Bank of Uganda e Danish Research Council	Makerere University Business School
<b>Uruguai</b>	University of Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo e Banco Santander Uruguay	Equipos Mori
<b>Vanuatu</b>	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Judith Cox Andrina Thomas-Lini	AusAID e UNITEC	UNITEC New Zeland
<b>Zâmbia</b>	University of Zambia	Francis Chigunta Valentine Mwanza Moonga Mumba Mulenga Nkula	Danish Research Council	Department of Development Studies, University of Zambia

<b>GEM Global Coordination Team</b>	Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras
-------------------------------------	---