



Global Entrepreneurship Monitor



2005

Empreendedorismo no Brasil

Instituições Parceiras



Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná



CURITIBA
2006

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

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)
Index Consultoria em Informação e Serviços S/C Ltda.
Curitiba - PR

E55 Empreendedorismo no Brasil : 2005 /, Simara M. de S. S.
Greco... [et al.].— Curitiba : IBQP, 2006.

144 p.

ISBN 85-87446-09-6

1. Empreendedorismo — Brasil. I. Greco, Simara M.
de S. S.. II. Título.

CDD (20.ed.) 658.42

CDU (2. ed.) 65.012.4(81)

IMPRESSO NO BRASIL/PRINTED IN BRAZIL

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL DO GEM

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

PROJETO GEM BRASIL**INSTITUIÇÃO EXECUTORA****Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná - IBQP**

Carlos Artur Krüger Passos - Diretor-Superintendente
 Júlio C. Felix - Diretor de Operações
 Carlos Alberto Del Claro Gloger - Diretor Administrativo-Financeiro

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS**Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE**

Paulo Tarciso Okamoto - Diretor-Presidente
 Luiz Carlos Barboza - Diretor Técnico
 César Acosta Rech - Diretor de Administração e Finanças
 Enio Duarte Pinto - Gerente da Unidade de Atendimento Individual

Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná - FIEP

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

Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR

Clemente Ivo Juliatto - Reitor

EQUIPE TÉCNICA**Consultoria do Projeto**

Marcos Mueller Schlemm - Consultor Sênior

Coordenação e Execução

Simara M. de S. S. Greco - Coordenadora Técnica
 Rodrigo Rossi Horochovski - Pesquisador Sênior
 Paulo Alberto Bastos Junior - Pesquisador Sênior
 Joana Paula Machado - Estatística

Pesquisa de Campo com População Adulta

Instituto Bonilha

Revisão Técnica

Júlio C. Felix

Apoio Lingüístico

Francisco Teixeira Neto

Capa (Projeto Gráfico) - Sistema FIEP-PR-DTGI-CEAD

Ana Célia Souza França
 Priscila Bavaresco
 Roberto de Fino Bentes (Coordenador)

Revisão e Diagramação

Antônia Schwinden e Stella Maris Gazziero

AGRADECIMENTOS

Mais um ano. Mais um relatório. Mais uma conquista.

Dentre as quase 40 equipes dos países que participam do GEM, a equipe brasileira foi das poucas que publicou todos os Relatórios GEM sobre o nível de empreendedorismo desde o início de sua participação em 2000. Adicionalmente aos relatórios executivos anuais que seguem os padrões internacionais foi publicado um relatório extra sobre o nível de empreendedorismo no Estado do Paraná, e ainda outro, aprofundando as análises dos dados nacionais. Fato importante, a ser destacado também, é o novo site do GEM BRASIL, www.gembrasil.org.br, que divulga e interage com o público interessado no tema. Busca-se, ali, colecionar e compartilhar histórias de empreendedores que permitam conhecer e inspirar outros, para este esporte radical que é empreender num país onde cultura e ambiente político-estrutural se mostram adversos àqueles que arriscam seu patrimônio social e econômico, em busca da realização de um sonho ou, mesmo, de auferir meios para seu sustento e de sua família.

O presente relatório é fruto do esforço empreendedor de alguns poucos que acreditam ser este fenômeno uma atividade importante, essencial mesmo, para o desenvolvimento econômico da sociedade brasileira.

Ficam aqui os agradecimentos a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a realização e publicação deste relatório de pesquisa, único na forma, no conteúdo e no método.

Marcos Mueller Schlemm, Ph.D.

Consultor Sênior do Projeto GEM Brasil

Diretor-Superintendente SESI/IEL – DR/PR

Professor do Mestrado em Administração da PUCPR

APRESENTAÇÃO

É com satisfação que apresentamos esta publicação, que constitui o relatório completo do sexto ciclo da pesquisa GEM no Brasil, realizado em 2005.

A iniciativa de criar novos negócios, o empreendedorismo, é a pedra angular do desenvolvimento social e econômico dos povos. Desde 1999 o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* vem medindo e analisando como a atividade empreendedora se constitui em diferentes partes do globo. No Brasil iniciou-se no ano 2000 sob a coordenação do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP.

Atualmente administrado pelo *Global Entrepreneurship Research Association* - GERA, fortemente ligado às suas duas instituições fundadoras *London Business School* (Reino Unido), *Babson College* (EUA) e às equipes nacionais responsáveis pela pesquisa nos Países participantes, o GEM vem sendo aperfeiçoado desde seu início. A motivação para empreender – a exploração de uma oportunidade ou a necessidade de trabalho e renda –, e a relação entre o empreendedorismo e a renda dos Países estão entre os diversos aprimoramentos introduzidos pelo GEM ao longo dos anos, além dos aperfeiçoamentos na metodologia de coleta, tabulação e análise dos dados.

Em 2005, a principal inovação foi o destaque dado ao estágio dos empreendimentos. Ao exame da TEA, taxa com que se mede a proporção de empreendedores à frente de negócios com até três anos e meio de fundação, acrescentou-se a análise dos negócios estabelecidos, cuja idade ultrapassa esse período de tempo. Esse procedimento possibilitou a identificação e a comparação de empreendedores em diferentes estágios, com resultados importantes para a caracterização dos empreendimentos com maiores chances de sobrevivência, como o leitor poderá verificar ao longo do documento.

Outra novidade, iniciativa da equipe brasileira, foi replicar, junto aos empreendedores identificados na pesquisa com a população adulta, parte do procedimento realizado com informantes-chave, chamados pelo GEM de

especialistas em empreendedorismo. Os referidos empreendedores puderam, então, assinalar as principais barreiras com que se depararam ao abrir seus negócios. Com isso, foi possível comparar as percepções de especialistas com as visões dos verdadeiros protagonistas que fazem o mundo dos negócios.

Trata-se, assim, esta publicação de um retrato rico e denso do empreendedorismo, no mundo e no Brasil; fonte essencial para todos agentes atuantes nesta área. Boa leitura!

Carlos Artur Krüger Passos

Diretor-Superintendente do IBQP

PREFÁCIO



ORIENTAÇÃO É FUNDAMENTAL

Esta é a quinta pesquisa GEM com a colaboração do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Além dos dados em si, muito ricos, levantamentos desse tipo servem, sobretudo, para balizar as nossas ações.

A pesquisa 2005 comprova, mais uma vez, o espírito empreendedor do brasileiro. Revela, também, que todavia, boa parte deles empreende de forma intuitiva.

Por exemplo: só 5% dos chamados empreendedores iniciais, aqueles que estão começando ou abriram um negócio há no máximo três anos e meio, receberam orientação do Sebrae. Esse índice sobe a 9% entre os empreendedores estabelecidos, com mais de três anos e meio à frente dos negócios.

Outro dado mostra que 33% dos iniciais e 20% dos estabelecidos receberam orientação de familiares e amigos e que 80% dos empreendedores dizem possuir conhecimento, habilidade e experiência para começar um negócio.

É saudável ser aconselhado por familiares e amigos, mas é preciso receber a informação certa, assim como a presunção de deter conhecimento para começar não significa automaticamente que se tenha a quantidade necessária.

São números da pesquisa GEM que justificam várias iniciativas do Sebrae. Uma delas é o programa que denominamos *Revolução no Atendimento*.

O programa, uma das diretrizes estratégicas da instituição, está massificando o sistema de atendimento e de orientação empresarial, na forma presencial ou à distância, por rádio, tevê, internet e impressos. Queremos atender a vários milhões de empreendedores.

Até dezembro de 2007, todos os municípios terão acesso aos produtos e serviços do Sebrae, e estamos trabalhando para que até o final do ano esse material esteja à disposição das 470 mil novas empresas que se registram anualmente nas juntas comerciais.

Com empreendedores melhor orientados, em condições de abrir e tocar com segurança o seu negócio, pela *Revolução no Atendimento*, é possível que as próximas pesquisas GEM revelem empresários com probabilidades bem maiores de sucesso.

Paulo Okamoto
Diretor-Presidente do Sebrae

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	5
APRESENTAÇÃO	7
PREFÁCIO	9
INTRODUÇÃO	15
1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS	21
2 O ESCOPO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL	27
3 CAPACIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL	59
4 RESUMO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES GEM	83
5 SINALIZAÇÕES	117
REFERÊNCIAS	128
APÊNDICE 1 - CONDIÇÕES NACIONAIS PARA O EMPREENDEDORISMO (ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS - EFCS)	130
APÊNDICE 2 - PRINCIPAIS TAXAS E ESTIMATIVAS	133
APÊNDICE 3 - EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES	138

SIGLAS

ABEVD	Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas
ABONG	Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais
APL	Arranjos Produtivos Locais
BIRD	Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento
CAGED/MTb	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho
CEAD	Centro de Educação a Distância da Universidade de Brasília
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
EFCE	Entrepreneurial Framework Conditions (<i>Condições que Afetam o Empreendedorismo</i>)
FGTS	Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
FIEP	Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná
G7	Grupo dos sete Países mais ricos do mundo
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GERA	Global Entrepreneurship Research Association
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
ISIC	International Standard Industry Codes
OCDE	Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento
ONG	Organização Não-Governamental
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PUCPR	Pontifícia Universidade Católica do Paraná
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESI	Serviço Social da Indústria
SINE	Sistema Nacional de Empregos
TEA	Total Entrepreneurial Activity (<i>Taxa de Atividade Empreendedora Total</i>)
EU	União Européia

LISTAS

FIGURAS

1	MODELO CONCEITUAL DO GEM	22
2	EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA), POR PAÍSES - 2005	30
3	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL - 2001-2005	30
4	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES NO BRASIL - 2001-2005	31
5	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NOVOS NO BRASIL - 2001-2005	31
6	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS, POR PAÍSES - 2005	34
7	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS NO BRASIL - 2002-2005	34
8	EVOLUÇÃO DA RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL - 2002-2005	35
9	NOVOS PRODUTOS POR GRUPOS DE PAÍSES 2005 E BRASIL - 2002-2005	47
10	INTENSIDADE DA EXPECTATIVA DE CONCORRÊNCIA, POR GRUPOS DE PAÍSES 2005 E BRASIL 2002-2005	49
11	NOVA TECNOLOGIA OU PROCESSO, POR GRUPOS DE PAÍSES 2005 E BRASIL - 2002-2005	50
12	EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE POSTOS DE TRABALHO NOS PRÓXIMOS 5 ANOS NO BRASIL 2002-2005	52
13	DISTRIBUIÇÃO POR SETORES DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL 2005	54
14	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO GÊNERO, POR GRUPOS DE PAÍSES 2005 E BRASIL 2001-2005	60
15	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA, POR GRUPOS DE PAÍSES 2005 E BRASIL 2001-2005	61
16	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO ESCOLARIDADE, NO BRASIL 2001-2005	63
17	DEDICAÇÃO DOS EMPREENDEDORESS AOS SEUS PRÓPRIOS NEGÓCIOS, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL 2005	64

QUADROS

1	PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2005, POR GRUPOS DE RENDA	25
2	RESUMO DO PLANO AMOSTRAL DA PESQUISA COM POPULAÇÃO ADULTA - GEM BRASIL 2005	26
3	RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS, POR PAÍSES - 2005	36
4	CRESCIMENTO DO PIB EM 2004 E TAXAS DE EMPREENDEDORES INICIAIS, POR PAÍSES 2005	40
5	CORRELAÇÃO ENTRE CRESCIMENTO DO PIB EM 2004 E TAXAS DE EMPREENDEDORES INICIAIS E POR MOTIVAÇÃO EM 2005	41
6	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, POR PAÍSES 2005	42
7	ESTÁGIO DO EMPREENDIMENTO, SEGUNDO MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER NO BRASIL - 2005	43
8	COMPOSIÇÃO DA NEGÓCIO NA RENDA, SEGUNDO MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO NO BRASIL - 2005	45
9	EXPECTATIVA DE EXPORTAÇÃO, SEGUNDO MOTIVAÇÃO NO BRASIL 2003 - 2005	53
10	PRINCIPAIS CLIENTES, SEGUNDO A MOTIVAÇÃO NO BRASIL - 2005	55
11	TIPO DO EMPREENDIMENTO NO BRASIL - 2005	56
12	ORIENTAÇÃO RECEBIDA, SEGUNDO MOTIVAÇÃO E ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES NO BRASIL - 2005	58
13	EVOLUÇÃO DA RAZÃO DE EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL HOMENS E MULHERES NO BRASIL 2001-2005	60
14	DEDICAÇÃO AO NEGÓCIO, SEGUNDO MOTIVAÇÃO NO BRASIL - 2005	65
15	RECURSOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO NO BRASIL 2002-2005	66
16	RELAÇÃO ENTRE INVESTIDORES INFORMAIS E EMPREENDEDORES NO BRASIL 2005	68
17	MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL E ESTABELECIDOS NO BRASIL 2003-2005	79
18	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES	82
19	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS	82
20	POPULAÇÃO ADULTA (18 A 64 ANOS) DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2005	133
21	TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO ESTÁGIO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2005	134
22	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2001 A 2005	135
23	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2001 A 2005	136
24	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2002 A 2005	137

INTRODUÇÃO

A literatura clássica sobre o empreendedorismo tem em Schumpeter¹ a sua obra mais significativa, cuja concepção concentra a atenção nos negócios que envolvem processos de inovação, de destruição criativa proporcionada por novas maneiras de alocar os recursos econômicos. Diversos outros estudos têm surgido, enfatizando as características comportamentais do empreendedor. Mais recentemente, contudo, os desenvolvimentos teóricos na área permitiram a visualização do empreendedorismo como fenômeno mais complexo, igualmente condicionado por fatores culturais, políticos, institucionais, entre outros (Reynolds, 1991; Bygrave e Hofer, 1991).

O *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, além de incorporar esse caráter multidimensional do empreendedorismo, ultrapassa as análises centradas exclusivamente na empresa e volta a sua atenção para o indivíduo em suas interações com o ambiente que o cerca. Nesse sentido, o conceito GEM de empreendedorismo visa captar toda e qualquer atividade que tenha uma característica de esforço autônomo para a abertura de uma nova atividade econômica, de modo a verificar em que medida determinada população é empreendedora. Para o GEM,

“Empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.”

O estudo vem, ano a ano, sendo desenvolvido e aperfeiçoado em seus procedimentos e instrumentos de pesquisa, os quais são padronizados para todos os Países participantes, permitindo comparações e a constituição de um banco de dados ampliado constantemente.

¹ Referência a Joseph Alois Schumpeter, economista e cientista político que, em *O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico* (In: _____ (1977) *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural) asseverou ser a inovação, tecnológica e de processos, a base do desenvolvimento econômico.

Além do empreendedorismo de negócios, alguns Países participantes do GEM, entre eles o Brasil, estão introduzindo, em seus ciclos de coleta de dados, novos temas como o empreendedorismo social, empreendedorismo de alto crescimento, empreendedorismo feminino, entre outros, visando captar dimensões não-exploradas na pesquisa básica e que agregam alto valor informativo sobre facetas específicas do fenômeno. O conjunto de dados construído fica, dessa forma, disponível para o desenvolvimento de novos estudos sobre essas temáticas.

O GEM está inaugurando uma nova fase em 2005, conforme a equipe de coordenação internacional faz questão de enfatizar em todas as suas manifestações. Uma estrutura mais profissional e completa de governança foi constituída, bem como a equipe de gestão da pesquisa propriamente dita foi reforçada tecnicamente. Relações Internacionais com outros órgãos de pesquisa e organismos internacionais foram firmadas, posicionando o GEM em um importante espaço de influência no cenário mundial no que diz respeito à produção e divulgação de informações sobre os processos de criação e gestão de novos negócios no mundo. Essa nova estruturação reflete-se nos procedimentos, nas ferramentas e nas análises da pesquisa, proporcionando maior robustez e confiabilidade aos conteúdos gerados.

Uma alteração operacional importante já contemplada na presente publicação brasileira diz respeito à apresentação dos documentos nacionais produzidos pelos Países do GEM: doravante, todos deverão seguir a mesma estrutura básica de apresentação dos seus resultados em termos de seqüência e conteúdos dos capítulos, para propiciar com maior eficiência a análise comparativa entre os Países.

Antes de discorrer sobre os conteúdos dos capítulos, alguns aspectos presentes em todo o teor do documento precisam ser ressaltados de modo a facilitar a compreensão pelo leitor.

Na pesquisa de 2005, as análises das taxas de empreendedorismo agrupam-se segundo a renda *per capita* dos Países participantes, desdobrando-se no estágio (tempo de vida) dos empreendimentos identificados e nas motivações que levaram o empreendedor a abrir seu negócio. Todos esses desdobramentos são ainda cotejados com aspectos demográficos, tanto de empreendedores como de não empreendedores. Modifica-se o tratamento dado à TEA (*Total Entrepreneurial Activity* – Atividade Empreendedora Total), que

passa a enfatizar muito mais a conotação de empreendimentos iniciais, valorizando o estágio dos negócios – nascentes ou novos –, tirando desta medida o peso, que equivocadamente o nome lhe imputava, de expressar todo o movimento empreendedor de um País. A nova denominação, embora mantida a expressão TEA, passa a ser “Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial”. Introduz-se nesta edição a categoria do empreendedor estabelecido – aquele à frente de empreendimentos com mais de 42 meses de vida.

As medidas apresentadas ao longo do documento estarão ou na forma de números absolutos ou em porcentagens. Quando a unidade utilizada for porcentagem, duas leituras poderão ser feitas: taxas e proporções. Quando se tratar de taxas, estas estarão expressando a porcentagem de empreendedores encontrada na população total ou em alguma categoria desta, seja faixa etária, gênero, renda ou escolaridade. Quando for utilizada a expressão proporção, estar-se-á tratando de porcentagens dentro do grupo já classificado na pesquisa como sendo de empreendedores.

A publicação é iniciada com *Considerações Metodológicas*, item que, diversamente das últimas edições, deixa de ser apêndice e volta a compor o corpo do trabalho. Essa opção explica-se tanto pela já citada orientação de que os documentos nacionais devem seguir a estrutura da publicação internacional quanto pela necessidade de que os novos procedimentos fossem conhecidos pelo leitor. Assim, o tópico trata dos conceitos, métodos e procedimentos de pesquisa que embasam e compõem todo o trabalho.

O segundo capítulo, o *Escopo da Atividade Empreendedora no Mundo e no Brasil*, inicia-se pela apresentação e análise dos resultados da dinâmica empreendedora no mundo sob o prisma do estágio do empreendimento – nascentes, novos ou estabelecidos –, relacionado aos níveis de desenvolvimento econômico dos Países, classificados em Países de renda *per capita* alta e Países de renda *per capita* média. É nesse item que se introduzem as considerações sobre os empreendedores estabelecidos e as comparações sobre o comportamento desse grupo com os nascentes e novos. A respeito do Brasil, especificamente, aprofunda-se a avaliação sobre a evolução das taxas ao longo dos anos e suas possíveis relações com outras variáveis socioeconômicas.

Na seqüência avança-se nas exposições e apreciações sobre a *motivação para empreender*; buscando-se entender o comportamento dessa variável sob diversas dimensões. A primeira avaliação enfoca a compreensão das relações entre

motivação para empreender e os níveis de renda dos Países, enfatizando a situação do Brasil comparado aos demais grupos. Analisa-se também a influência das motivações no estágio do empreendimento. Aprofunda-se a investigação sobre os principais estímulos que estão por trás da motivação e, finalmente, procura-se compreender a motivação ao se considerar o quanto o empreendedor espera que o negócio passe a significar na composição da sua renda.

O terceiro tópico de análise desse capítulo concentra-se nas *características dos empreendimentos*, abordando questões relacionadas ao conhecimento dos produtos pelos consumidores, concorrência, idade das tecnologias envolvidas nos produtos e processos, expectativa de geração de empregos e exportação e as principais atividades em que os empreendedores se envolvem. Em todos os itens são explorados os pontos que se mostram relevantes quando relacionados com a renda dos Países, a motivação do empreendedor e o estágio do empreendimento.

O quarto e último tópico do capítulo trata de um tema incluído apenas na pesquisa do Brasil. Neste, investiga-se junto aos empreendedores identificados na pesquisa se, ao iniciar o empreendimento, ele teria *buscado algum tipo de orientação* e, em caso positivo, quem ou qual organização procurou.

O terceiro capítulo, Capacidade Empreendedora no Mundo e no Brasil, volta-se, num tópico, aos aspectos demográficos, econômicos e sociais do empreendedorismo e para algumas características do comportamento empreendedor e, num segundo tópico, para os fatores que influenciam as percepções sobre o ambiente para empreender.

No primeiro tópico, após passar rapidamente sobre aspectos demográficos, o estudo aprofunda as análises sobre o acesso a recursos pelo empreendedor. Discute-se sobre a forma e fontes que o empreendedor busca para compor os recursos que considera necessários ao seu negócio e quem são as pessoas ou organizações que aportam recursos nos empreendimentos em estágio inicial.

O segundo tópico, sobre a mentalidade empreendedora, explora questões sobre as percepções que o empreendedor tem sobre si mesmo e sobre o ambiente que o cerca e se completa com a avaliação das condições para empreender no País, considerando a visão do empreendedor comparada à dos especialistas nacionais.

O quarto capítulo apresenta, pela primeira vez no relatório nacional, o Resumo da Atividade Empreendedora nos Países participantes do GEM. Trata-se de uma tradução de conteúdos elaborados pelas próprias equipes de cada País, em que estes resumem as conclusões que consideram mais relevantes para descrever e analisar a dinâmica de criação de negócios em seus Países.

A publicação é finalizada com a apresentação das *Sinalizações para Políticas e Programas*.

Para esta edição optou-se por, além de apresentar novas proposições resultantes das reflexões sobre os dados da pesquisa de 2005, compilar as principais sinalizações oriundas de todas as pesquisas de anos anteriores. As sinalizações foram agrupadas segundo públicos específicos, cuja leitura diferenciada deverá conduzir para variadas reações, as quais, espera-se, possam ser traduzidas em ações concretas de apoio ao empreendedorismo.

Equipe de Coordenação e Execução

1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

1.1 O MODELO GEM

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

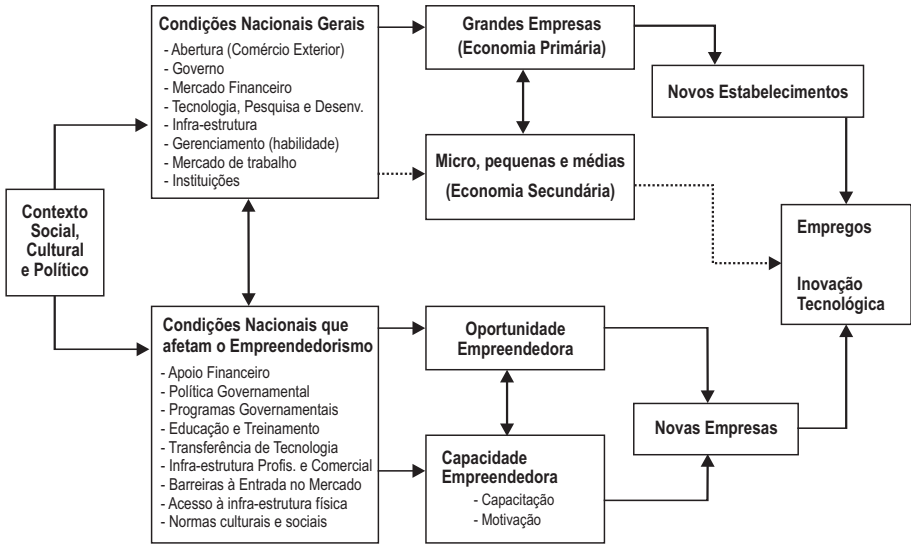
Análises tradicionais sobre crescimento econômico (expresso pelo crescimento do Produto Interno Bruto - PIB e níveis de emprego) têm mantido seu foco na investigação sobre a contribuição das empresas grandes e estabelecidas, negligenciado o papel exercido pelas pequenas empresas na dinâmica da economia.

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

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

O modelo (figura 1) parte do pressuposto de que todas as empresas, independentemente do seu porte ou idade, são afetadas por condições nacionais gerais, as quais exercem um papel determinante no sucesso ou fracasso de todos os empreendimentos. Essas condições incluem: a abertura do mercado para o comércio exterior, a extensão e o papel do governo junto ao comércio e à indústria, a eficiência dos mercados financeiros, a flexibilidade do mercado de trabalho, a efetividade das leis, a infra-estrutura física etc. A compreensão sobre como esses fatores variam entre os Países pode ajudar a explicar as variações nos níveis de desenvolvimento econômico. No caso das empresas grandes e estabelecidas, essa relação é bem compreendida e documentada, porém o processo empreendedor e a extensão com que a atividade empreendedora influencia a economia têm sido menos entendidos.

FIGURA 1 - MODELO CONCEITUAL DO GEM



Focando a atividade empreendedora, o modelo GEM identifica e distingue um outro conjunto de fatores que afetam diretamente a atividade empreendedora, pela sua implicação nas condições que conduzem a novos empreendimentos e ao crescimento de pequenas empresas. Esses fatores são denominados *Entrepreneurial Framework Conditions* – EFC (Apêndice 1), que em português chamamos de Condições Nacionais que Afetam o Empreendedorismo. Essas condições, combinadas às habilidades e à motivação daqueles que desejam empreender, constituem o ambiente para abertura de negócios em um País. Quando bem-sucedida, essa combinação conduz à geração de muitos novos negócios e, conseqüentemente, à inovação e competição no mercado, tendo como resultado final uma influência positiva no crescimento econômico nacional e na geração de trabalho e renda.

1.2 DEFINIÇÕES OPERACIONAIS E PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

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

- *Empreendedores iniciais:* são aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento (GEM, 2006). Esses empreendedores compõem uma taxa, denominada TEA, e subdividem-se em dois tipos:
 - *Nascentes:* aqueles à frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. – que, se chegaram a gerar remuneração, o fizeram por menos de três meses; e
 - *Novos:* seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses.
- *Empreendedores estabelecidos:* aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses de vida.

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

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

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

- Empreendedores por oportunidade: são motivados pela percepção de uma opção rentável de negócio; e
- Empreendedores por necessidade: são motivados pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda.

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

- Conhecimento dos produtos pelo consumidor: os produtos que oferecem são considerados novos por nenhum, alguns ou todos os clientes;
- Quantidade de concorrentes: o empreendedor espera ter nenhum, poucos ou muitos concorrentes;
- Idade das tecnologias e processos: as tecnologias ou processos empregados no empreendimento estavam ou não disponíveis há mais de um ano; e
- Expectativa de criação de empregos: número de empregos que o empreendedor espera gerar em um período de cinco anos, de acordo com os seguintes intervalos: nenhum, 1 a 5, 6 a 19, mais de 20.

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

Para uma descrição mais detalhada ainda dos negócios, esses são catalogados conforme suas atividades. A partir das categorias ISIC/CNAE¹, o GEM distribui os empreendimentos em quatro setores: extrativista, transformação, serviços orientados às empresas, serviços orientados ao consumidor.

Para efeito de análise e de adequação a classificações consagradas, o GEM divide os Países em dois grupos segundo o nível de renda *per capita*: *Países de renda média e de renda alta*² – o Brasil encontra-se no primeiro conjunto (Quadro 1).

¹ ISIC – International Standard Industry Codes; CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

² A classificação renda baixa não foi utilizada porque em 2005 nenhum dos Países participantes enquadrava-se nesta categoria.

QUADRO 1 - PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2005, POR GRUPOS DE RENDA

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

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

Para coleta e análise dos dados, utilizam-se procedimentos padronizados para todos os Países participantes, os quais se descrevem a seguir.

Pesquisa com população adulta

O universo pesquisado é composto por indivíduos adultos, de 18 a 64 anos, faixa internacionalmente aceita para representar a composição da força de trabalho. Em todos os Países participantes, são selecionadas amostras probabilísticas

deste universo. No Brasil, em 2005, a amostra foi de 2.000 pessoas, significando 95% de confiança e erro amostral de 1,47%. A amostra é estratificada proporcionalmente às regiões brasileiras, conforme o quadro a seguir.

QUADRO 2 - RESUMO DO PLANO AMOSTRAL DA PESQUISA COM POPULAÇÃO ADULTA - GEM BRASIL - 2005

REGIÃO	QUANTIDADE	DISTRIBUIÇÃO POR ESTADO	DISTRIBUIÇÃO EM CIDADES
Sul	300	2 estados	Capital + 1 Cidade Média + 1 Cidade Pequena
Sudeste	850	3 estados	Capital + 1 Cidade Média + 1 Cidade Pequena
Nordeste	570	2 estados	Capital + 1 Cidade Média + 1 Cidade Pequena
Norte	140	1 estado	Capital + 1 Cidade Média + 1 Cidade Pequena
Centro-Oeste	140	1 estado	Capital + 1 Cidade Média + 1 Cidade Pequena
TOTAL	2000	9 estados	27 cidades

Esse procedimento, realizado por meio de entrevistas domiciliares face a face, fornece as informações para o cálculo das taxas de empreendedores (iniciais, estabelecidos, por oportunidade/necessidade), que são definidas como a porcentagem da força de trabalho que está ativamente envolvida na criação de novos empreendimentos ou é proprietária e gerente de algum empreendimento. Fornece, ainda, as informações para a descrição do perfil do empreendedor e as características dos empreendimentos.

Com objetivo de melhorar o conhecimento sobre realidade do empreendedor no Brasil, em 2005, dois grupos de questões foram incluídos no instrumento de coleta de dados da pesquisa com população adulta: a) perguntas qualitativas sobre as dificuldades encontradas pelo empreendedor; b) questões também qualitativas sobre onde este foi buscar orientação para abrir seu negócio.

Pesquisa com informantes-chave

São entrevistas e questionários com informantes-chave, considerados especialistas em aspectos relacionados às condições que afetam o empreendedorismo, escolhidos entre atores representativos dos campos empresarial, governamental e acadêmico. Em 2005, no Brasil, 36 especialistas responderam aos questionários e para análise das entrevistas foram utilizados os conteúdos das 173 concedidas entre 2000 e 2004. A amostra na pesquisa com especialistas é dirigida; portanto, é intencional e não probabilística.

Esse procedimento fornece informações qualitativas quanto às condições que interferem na dinâmica empreendedora dos Países, apontando fatores favoráveis e limites ao empreendedorismo, bem como indicando proposições para a melhora da referida dinâmica.

Pesquisa de dados secundários

Trata-se de levantamento sobre as condições econômicas e sociais que afetam a dinâmica dos negócios, realizado com base em informações fornecidas por instituições nacionais e internacionais; PNUD, IBGE, BIRD, entre outras – que geram informações imprescindíveis para traçar um panorama geral da atividade empreendedora.

Os dados gerados em todos esses procedimentos de pesquisa são enviados à Coordenação Internacional do GEM, que consolida, harmoniza e organiza todos os bancos de dados e elabora os relatórios globais comparando todos os Países. Cabe a cada equipe nacional fazer o tratamento, a tabulação e a análise dos dados, gerando os documentos com os resultados de seus Países.

2 O ESCOPO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL

Neste capítulo são apresentados os resultados gerais do GEM 2005, os quais permitem configurar uma imagem bastante completa da atividade empreendedora no mundo e no Brasil, bem como estabelecer comparações entre Países de diferentes graus de desenvolvimento socioeconômico. Com isso, lança-se um olhar mais aguçado sobre a dinâmica de abertura e desenvolvimento dos negócios, sobretudo no Brasil, base para a elaboração de políticas e programas bem-sucedidos de apoio ao empreendedorismo e promoção do desenvolvimento.

Como vem ocorrendo em todos os ciclos da pesquisa, os resultados do GEM 2005 mostram uma forte variação entre os Países, tanto na frequência quanto na qualidade da atividade empreendedora. Porém, na medida em que, neste ciclo, os Países pesquisados são divididos em dois grandes grupos conforme o PIB *per capita* – Países de renda alta e Países de renda média –, é possível distinguir traços marcantes que permitem distinguir um grupo de outro.

Em geral, os Países de renda *per capita* média têm proporções maiores de indivíduos envolvidos na criação de negócios. A maioria dos Países ricos, por seu turno, atualmente registra taxas mais baixas de empreendedorismo.

As razões desta distinção encontram-se em variados fatores, discutidos ao longo do capítulo, que vão desde as diferentes motivações que levam os indivíduos a empreender até o próprio ritmo de crescimento econômico. Há, porém, exceções a esta tendência, as quais também serão debatidas neste espaço.

2.1 A ATIVIDADE DOS EMPREENDEDORES INICIAIS E ESTABELECIDOS

2.1.1 Empreendedores Iniciais

Países GEM

Países de diferentes graus de desenvolvimento compõem tanto os grupos de maiores quanto os de menores taxas de empreendedores em estágio inicial. Entre os Países em que essa taxa é maior, estão a Venezuela (25%), a Tailândia (20,7%) e a Nova Zelândia (17,6%). Note-se que os dois primeiros são Países de renda média e o último, de renda alta. Nos dois primeiros casos, as altas taxas se explicam pela forte presença do empreendedorismo por necessidade, ainda que a presença de negócios orientados por oportunidade seja relevante também. Os neozelandeses, por seu turno, vêm-se destacando ano após ano pelas altas taxas de empreendedorismo, porém com uma grande prevalência de negócios orientados por oportunidade. É o resultado de uma conjunção de fatores favoráveis, como um crescimento econômico acelerado combinado com o fato de o País ser uma sociedade relativamente nova e com espaços para novas frentes de desenvolvimento.

No outro pólo, de Países em que as taxas de empreendedores iniciais são as mais baixas, estão a Hungria (1,9%), o Japão (2,2%) e a Bélgica (3,9%). Nesse caso também há representantes dos dois grupos considerados nesta pesquisa: os dois últimos sendo Países de renda alta, com altos índices de desenvolvimento humano e sistemas bem-sucedidos de proteção social; e o primeiro, de renda média, porém um representante do extinto socialismo real europeu, onde o capitalismo de negócios é uma realidade bastante recente.

Ao se examinar o comportamento do conjunto dos Países participantes, verifica-se a tendência noticiada nos parágrafos introdutórios deste capítulo, ou seja, a de uma maior incidência de atividade empreendedora nos Países de renda média na comparação com as nações de maior renda. Isso decorre de dois fatores: 1) a existência de uma proporção substancialmente maior de empreendedores motivados pela necessidade de sobrevivência naqueles Países, também denominados emergentes; 2) o ritmo de crescimento econômico dos Países mais ricos, atualmente menor, embora haja importantes exceções, como os Estados Unidos.

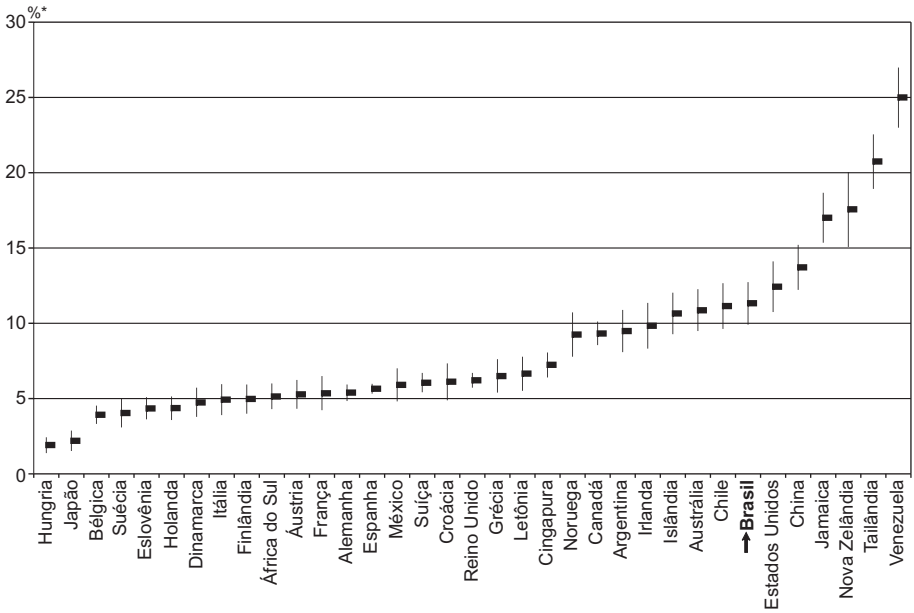
Brasil

O Brasil continua, em 2005, entre as nações onde mais se criam negócios. O País registrou uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, situando-se na sétima colocação entre os participantes do GEM (Figura 2). Em termos absolutos, esta cifra representa uma estimativa de 15 milhões de empreendedores.

Considerando-se a evolução desde 2001, visualiza-se uma tendência de redução na taxa de empreendedores iniciais (Figura 3), embora tal variação não seja estatisticamente significativa. Este comportamento é influenciado pela diminuição na taxa de *empreendedores nascentes* ao longo dos anos (Figura 4), uma vez que as taxas de *empreendedores novos* encontram-se praticamente estabilizadas (Figura 5).

Essas cifras admitem uma série de interpretações. Em primeiro lugar, elas reforçam a constatação, prenunciada nos ciclos de pesquisa anteriores, de que o empreendedorismo é um fenômeno que é fortemente influenciado por tendências estruturais do contexto em que se desenvolve. Tal é a explicação por que a taxa de empreendedores iniciais em cada País, conhecida como TEA, ao longo dos anos, varia dentro de intervalos pequenos conquanto as condições micro e macroeconômicas não se alterem de modo significativo.

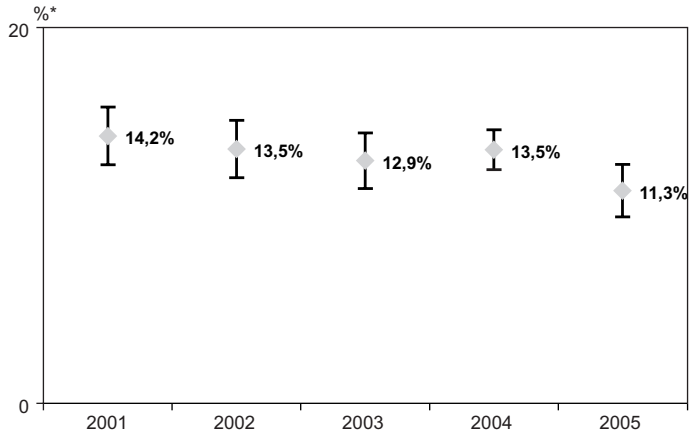
FIGURA 2 - EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA), POR PAÍSES - 2005



FORNTE: GEM 2005 - Executive Report

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

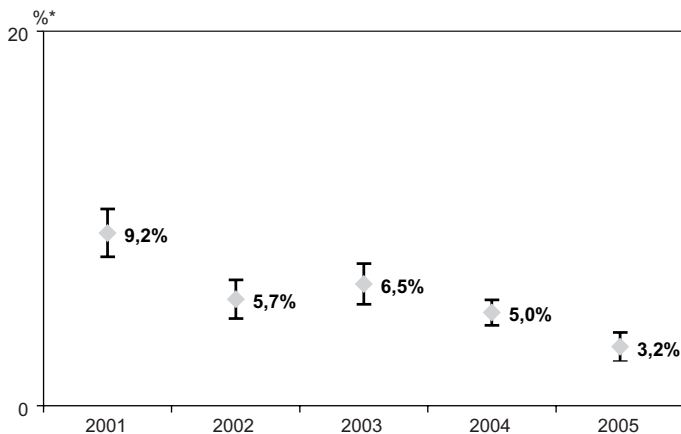
FIGURA 3 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL - 2001-2005



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

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

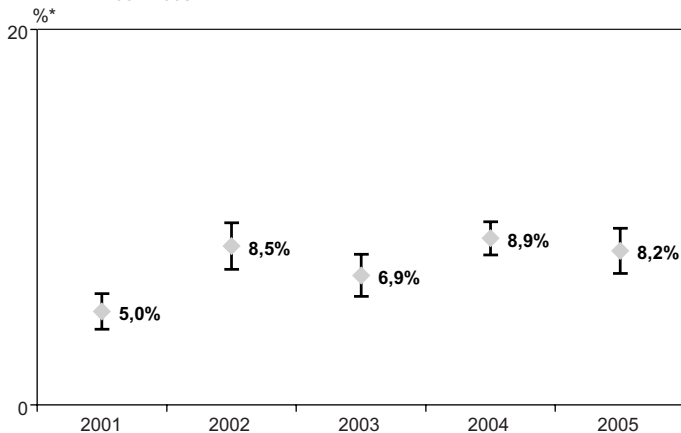
FIGURA 4 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES NO BRASIL - 2001-2005



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

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

FIGURA 5 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NOVOS NO BRASIL - 2001-2005



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

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

No entanto, ao se desdobrar a análise nas duas categorias de empreendedores iniciais consideradas segundo o estágio do negócio – nascentes e novos –, o peso da conjuntura econômica, dos processos de curta duração enfim, se faz mais presente.

No Brasil, a manutenção das elevadas taxas de empreendedores novos, aqueles que já geraram remuneração por pelo menos três meses, reflete um crescimento econômico que, se não é expressivo, ao menos se tem mantido constante e estável nos últimos 14 anos. De outra parte, é possível inferir que a tendência de diminuição nas taxas de empreendedores nascentes – cujos negócios estão num estágio mais embrionário – é um dos muitos resultados da aceleração do ritmo de criação de empregos no Brasil, formais e informais. No ano de 2004, segundo dados do CAGED/MTb (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho), foram criadas aproximadamente 1,5 milhão de vagas de trabalho, o que equivale ao crescimento relativo de 6,63%. Esse resultado foi superior ao do ano de 2003, quando ocorreu a geração de aproximadamente 645 mil empregos formais (2,89%). O País, nos últimos anos, é o terceiro maior gerador absoluto de empregos no mundo (o primeiro em termos relativos).

A conjuntura favorável à criação de postos de trabalho e, conseqüentemente, de possibilidades de renda pode estar demovendo muitos indivíduos de estabelecerem novos negócios, notadamente aquelas pessoas que, em face de suas carências econômicas, empreendem orientadas por suas necessidades de sobrevivência.

Aprofundando as inferências, parece haver um salto qualitativo na dinâmica empreendedora brasileira, a verificar conforme os próximos ciclos do GEM sejam realizados – *caeteris paribus* (ou seja, mantidas ou mesmo melhoradas) as condições que fundamentam o aumento da ocupação, o incremento da renda e de sua distribuição e o incremento do produto nacional.

2.1.2 Empreendedores Estabelecidos

Países GEM

Entre os participantes do GEM, assim como ocorre com os empreendedores iniciais, é significativa a variação nas taxas de empreendedores estabelecidos. África do Sul (1,3%), México (1,9%), Hungria (2,0%) e França (2,3%) são os

Países onde as referidas taxas são mais baixas. Tailândia (14,1%), China (13,2%) e Nova Zelândia (10,8%), por seu turno, apresentam as maiores taxas.

Interessante perceber que, ao contrário do que sucede entre os empreendedores iniciais, a análise do *ranking* dos Países, segundo empreendedores estabelecidos, não constitui um padrão que permita distinguir claramente os Países de acordo com seu desenvolvimento econômico.

Países de maior e menor renda *per capita* são encontrados em proporções praticamente iguais em todos os quadrantes do *ranking* em questão. Uma possível explicação para este fenômeno é a de que a situação dos negócios estabelecidos é mais equilibrada, relacionada a fatores estruturais específicos de cada sociedade e menos dependente de fatores conjunturais, hipótese a ser testada conforme sejam realizados os próximos ciclos da pesquisa.

Brasil

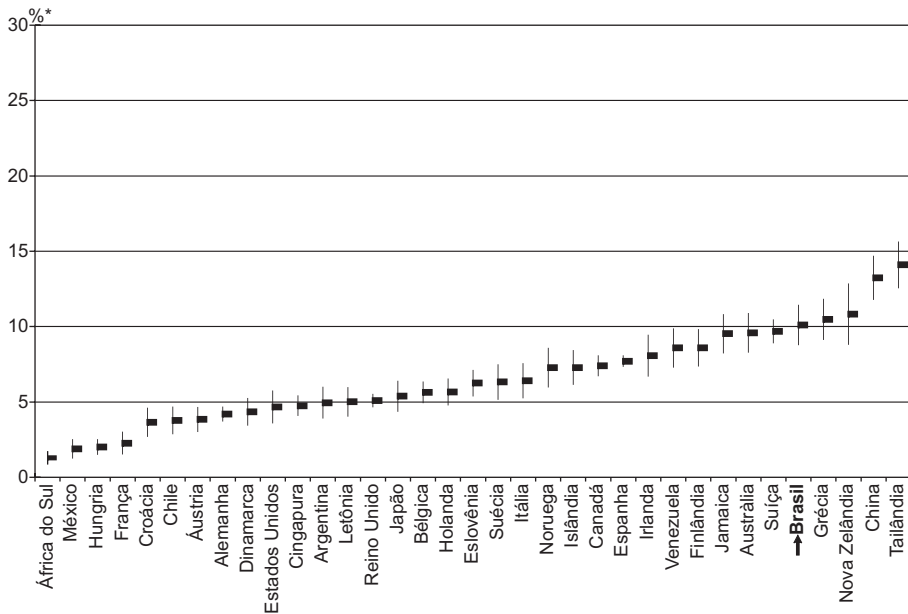
A ênfase do GEM 2005 no estágio dos negócios, com o conseqüente destaque dado aos empreendimentos estabelecidos, permite traçar um quadro mais completo e denso do fenômeno empreendedor.

O Brasil é comumente tido como País em que a sobrevivência das empresas é muito difícil, devido às mais variadas barreiras apontadas neste e em outros estudos. Entretanto, os empreendedores estabelecidos, com uma taxa de 10,1%, situam-se em uma posição melhor que os empreendedores iniciais no *ranking* dos Países participantes do GEM 2005, respectivamente 5^a (Figura 6) e 7^a posição (Figura 7).

Adicionalmente, a taxa de empreendedores estabelecidos apresenta uma aparente tendência de crescimento desde 2002 (Figura 7), ressaltando-se que a maioria dos negócios neste estágio no Brasil é razoavelmente madura – aproximadamente 60% deles possuíam entre 10 e 15 anos, em 2005.

Essa forte presença de empreendedores estabelecidos no Brasil chama a atenção. Em alguma medida, confirma a tese de que o período de três anos e meio, considerado como ponto de inflexão entre os estágios, é crucial para a sobrevivência de um empreendimento. Como resultado, os empreendedores brasileiros estabelecidos – à frente, em sua maioria absoluta, de negócios com mais de 10 anos de fundação – apresentam uma considerável solidez.

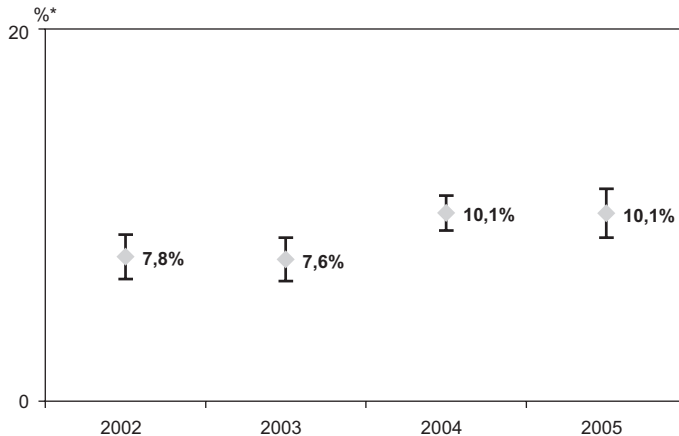
FIGURA 6 - EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS, POR PAÍSES - 2005



FONTE: GEM 2005 - Executive Report

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

FIGURA 7 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS NO BRASIL - 2002-2005



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

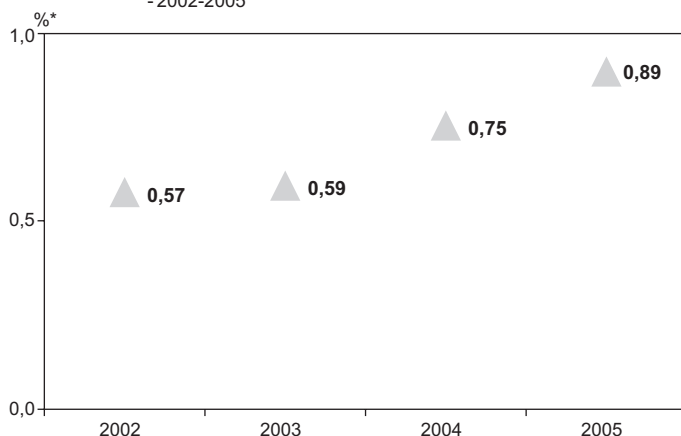
* Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%)

Na medida em que esses empreendedores no passado foram empreendedores iniciais, não podem ser negligenciadas as possibilidades de sobrevivência dos negócios que são abertos no País. Se assim não o fosse, como explicar a enorme quantidade de indivíduos que, ano após ano, decidem empreender? Fosse esta uma atividade necessariamente fadada ao fracasso, fugiria de qualquer cálculo racional realizá-la. A constatação do GEM de que o empreendedor em geral tem um *status* socioeconômico e cultural privilegiado na sociedade brasileira, como se verá nas páginas desta publicação, é uma pista para desvendar por que são criados e desenvolvidos tantos negócios neste País.

A criação e sobrevivência dos negócios no Brasil podem ainda ser pensadas a partir do cálculo da razão entre a taxa de empreendedores estabelecidos e a taxa de empreendedores iniciais.

O comportamento desse indicador vem melhorando no País ao longo dos últimos anos (Figura 8), o que pode significar que, ou está ocorrendo uma acomodação no processo de criação de novos negócios, ou uma melhoria nas condições para que maior número de negócios subsista por períodos mais longos. No entanto, o desempenho do indicador varia muito entre os participantes do GEM (Quadro 3).

FIGURA 8 - EVOLUÇÃO DA RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL - 2002-2005



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

* Percentagem da população adulta entre 18-64 anos.

QUADRO 3 - RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS, POR PAÍSES-2005

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

FONTE: GEM 2005 - Executive Report

Subdividindo-se o quadro 3 em quatro grupos de acordo com o *ranking*, verifica-se que há Países de diferentes níveis de renda em todos os grupos, o que exige uma análise mais detida. Valores mais altos no resultado do cálculo da razão indicam maior prevalência de negócios estabelecidos, criados há mais tempo e com maior nível de consolidação. À primeira vista isso poderia sugerir que, quanto maior a razão, melhores seriam as chances de sobrevivência dos negócios. Entretanto, como toda razão, esta é formada por um numerador e um denominador e, no caso, ambos são variáveis. Uma razão mais elevada, por exemplo, pode resultar ou de uma alta taxa de empreendedores estabelecidos ou de uma reduzida taxa de empreendedores iniciais. Para compreender melhor, podemos analisar alguns casos.

O Japão tem a maior razão entre todos os participantes: 2,45. Ou seja, para cada empreendedor que iniciou um negócio nos últimos 42 meses, há mais de dois à frente de negócios mais antigos. Isso reflete características estruturais e conjunturais da economia daquele País. Grandes grupos empresariais, denominados *keretsu*, dominam o cenário e atuam em diversas áreas e cadeias de produção e distribuição. O País, além disso, tem uma das menores concentrações de renda do planeta e até alguns anos viveu uma das piores retrações econômicas de sua história. Esse conjunto de fatores inibe a criação de novos negócios – o que se atesta pelas baixíssimas taxas de empreendedores iniciais naquele País.

A França e os Estados Unidos estão entre os participantes com menores razões. Nas últimas pesquisas, ambos registraram uma grande elevação nas taxas de empreendedores iniciais. Os franceses, acostumados a anotar as menores TEAs em ciclos anteriores, ganharam posições provavelmente em decorrência da implementação de mecanismos de incentivo à produtividade – hoje uma das maiores da Europa – e à abertura de negócios inovadores.

Entre os norte-americanos, os empreendedores iniciais, cujas taxas sempre foram vigorosas, obtiveram em 2005 um desempenho superior ao de Países emergentes, incluindo o Brasil. Pode-se especular que isso seja fruto do ciclo virtuoso de crescimento econômico que já dura mais de uma década naquele País.

Como França e EUA testemunham estabilidade em suas taxas de empreendedores estabelecidos, infere-se que a baixa razão entre as taxas de empreendedores estabelecidos e iniciais é fruto mais de uma ebulição recente

no mundo dos negócios do que de dificuldade de sobrevivência dos empreendimentos existentes – ainda que isso ocorra em praticamente todos os Países.

A África do Sul também registra uma diminuta razão entre os empreendedores dos dois estágios considerados. As causas, porém, seriam distintas. Nesse País, a análise das taxas dá conta das dificuldades de sobrevivência dos negócios, já que, apesar de não apresentar uma taxa de empreendedores iniciais muito expressiva, tem a menor taxa de empreendedores estabelecidos – pouco mais de um em 100 sul-africanos enquadram-se nesta classificação.

O Brasil encontra-se numa situação intermediária, na qual o comportamento do numerador e do denominador – respectivamente, taxa de empreendedores estabelecidos e taxa de empreendedores iniciais – são satisfatórios comparativamente ao conjunto de Países pesquisados. Trata-se de mais um indicador a demonstrar que crescimento da economia, malgrado sua timidez, existe e é constante ao longo dos últimos anos, sendo lícito, numa projeção para o futuro próximo, ponderar que o País logrou atingir razoável nível de estabilidade macroeconômica. De todo modo, a razão em análise enseja uma grande riqueza de detalhes, que implica a análise de cada País de modo bastante específico.

2.2 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

Países GEM

No conjunto dos Países GEM, a percepção de oportunidades sempre motiva a maioria dos negócios. Entretanto, nos Países de maior renda a proporção de empreendedores que iniciam seus negócios por este motivo é substancialmente mais alta do que nos Países de renda média.

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

Não se pode, contudo, deduzir, de maneira precipitada, que o empreendedorismo orientado por necessidade seja algo ruim em si. Distintamente, há correlação entre altas taxas de atividade empreendedora inicial, principalmente quando orientada por necessidade, e o crescimento anual do PIB dos Países (Quadro 4 e Quadro 5). Ademais, uma forte dinâmica empreendedora normalmente é apanágio de nações em que a necessidade é uma razão igualmente saliente para criar-se novos negócios.

É razoável, também, fazer outra digressão. Comumente, o empreendedorismo por necessidade é pequeno, em alguns casos, irrelevante em nações de maior desenvolvimento econômico. Entretanto, sabe-se que em pelo menos um País, o Reino Unido, áreas de concentração de imigrantes têm uma presença mais expressiva de empreendedores em geral e daqueles orientados por necessidade, em particular (Levie, 2005).

Extrapolando-se, imagina-se que, estivesse sendo realizado há mais tempo (um século, digamos) o GEM pudesse captar altas taxas de empreendedorismo por necessidade nos Países que hoje são ricos, no momento em que esses desenvolviam suas forças produtivas e não raro atraíam grandes contingentes populacionais. No limite, não seria este empreendedorismo, liderado por indivíduos que necessitam construir sua vida a partir de muito pouco, o grande responsável pela emergência de prósperas economias capitalistas?

Brasil

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

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

QUADRO 4 - CRESCIMENTO DO PIB EM 2004 E TAXAS DE EMPREENDEDORES INICIAIS, POR PAÍSES - 2005

PAÍSES	CRESCIMENTO ANUAL DO PIB (%)	EMPREENDEDORES INICIAIS (%)
Venezuela	17,9	25,0
China	10,1	13,7
Argentina	9,0	9,5
Cingapura	8,4	7,2
Letônia	8,3	6,7
Tailândia	6,2	20,7
Chile	6,1	11,2
Islândia	5,2	10,7
Brasil	4,9	11,3
Irlanda	4,9	9,8
Hungria	4,6	1,9
Eslovênia	4,6	4,4
México	4,4	5,9
Nova Zelândia	4,4	17,6
Estados Unidos	4,2	12,4
Grécia	4,2	6,5
Croácia	3,8	6,1
África do Sul	3,7	5,2
Finlândia	3,7	5,0
Suécia	3,6	4,0
Espanha	3,1	5,7
Reino Unido	3,1	6,2
Austrália	3,0	10,9
Bélgica	2,9	3,9
Noruega	2,9	9,3
Canadá	2,9	9,3
Japão	2,7	2,2
Dinamarca	2,4	4,8
França	2,3	5,4
Áustria	2,2	5,3
Suíça	2,1	6,1
Alemanha	1,6	5,4
Holanda	1,4	4,4
Itália	1,2	4,9
Jamaica	0,9	17,0
Média	4,5	8,4

FONTE: World Development Indicators database ; GEM 2005 - Executive Report

QUADRO 5 - CORRELAÇÃO ENTRE CRESCIMENTO DO PIB EM 2004 E TAXAS DE EMPREENDEDORES INICIAIS POR MOTIVAÇÃO EM 2005¹

PIB		TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS	TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS POR NECESSIDADE	TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS POR OPORTUNIDADE
Crescimento do PIB - 2004	Correlação de Pearson	0,581**	0,65**	0,473**
	Sig. (bicaudal)	0,000	0,000	0,004
	N	35	35	35

FONTE: Pesquisa GEM Brasil 2005

** Correlação é significante ao nível de 0,01 (bicaudal).

(1) O **coeficiente de correlação de Pearson** mede o grau da correlação entre duas variáveis. Mas o coeficiente de correlação, por si só, representa apenas o grau de associatividade entre as variáveis em estudo.

Este coeficiente assume apenas valores entre -1 e 1.

$r = 1$ Significa uma correlação perfeita positiva entre as duas variáveis.

$r = -1$ Significa uma correlação negativa perfeita entre as duas variáveis - isto é, se uma aumenta, a outra sempre diminui.

$r = 0$ Significa que as duas variáveis não dependem linearmente uma da outra. No entanto, pode existir uma outra dependência que seja "não linear". Assim, o resultado $r=0$ deve ser investigado por outros meios.

No entanto, em parágrafos anteriores, foi apresentada uma digressão contra a natureza supostamente nociva do empreendedorismo por necessidade, perguntando-se se este, no limite, não seria também um fator de dinamização da econômica em parte responsável pelo maior crescimento médio do PIB nos Países emergentes.

Ademais, se o Brasil é o 34º entre os 35 participantes do GEM 2005 na razão entre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, há que se considerar que o estudo acaba por abranger a porção mais rica do planeta. Fossem incluídas nações com menor desenvolvimento econômico, o Brasil poderia situar-se numa posição mais intermediária, na medida em que a pesquisa vem demonstrando que o empreendedorismo por necessidade é função da renda *per capita* dos Países.

QUADRO 6 - MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, POR PAÍSES 2005

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

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

Motivação para empreender, segundo Estágio

O empreendedorismo por oportunidade aparece de forma um pouco mais acentuada entre os empreendedores nascentes do que entre os empreendedores novos. Em 2005, 63,5% dos empreendedores nascentes empreenderam por oportunidade, percentual que se reduz para 47,8% entre os empreendedores novos (Quadro 7).

QUADRO 7 - ESTÁGIO DO EMPREENDIMENTO, SEGUNDO MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER, NO BRASIL - 2005

MOTIVAÇÃO	ESTÁGIO			
	Nascente		Nova	
	Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
Oportunidade	2,0	63,5	3,8	47,8
Necessidade	1,2	36,5	4,1	52,2

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

Busca-se a compreensão desses resultados na conjuntura econômica com que se depararam os dois grupos. Os empreendedores novos provavelmente deram os primeiros passos em seus negócios entre 2002 e 2003, período de maior instabilidade e retração econômica. Os empreendedores nascentes, por sua vez, em sua maioria, iniciaram seus empreendimentos entre o segundo semestre de 2004 e o primeiro de 2005, num momento muito mais favorável da economia brasileira. Frise-se que esses resultados reforçam a já mencionada influência maior de fatores conjunturais sobre a dinâmica inicial do empreendedorismo na comparação com os negócios estabelecidos.

Estímulos para a busca de oportunidades

Em 2005, o GEM avançou um pouco mais no sentido de entender melhor as motivações dos empreendedores para a criação de novos empreendimentos. Os empreendedores por oportunidade foram indagados tanto a respeito de quais seriam os reais estímulos que os levaram a empreender quanto sobre os fatos que fundamentaram tais estímulos. Três opções foram apresentadas aos empreendedores: obter maior independência e liberdade na vida profissional; aumentar a renda pessoal ou apenas manter a renda pessoal.

Os resultados foram os seguintes:

- 47% buscaram aumentar a renda pessoal;
- 36%, maior liberdade e independência na vida profissional;
- 17%, apenas manter a renda pessoal.

Esses mesmos empreendedores foram questionados sobre o que veio antes, a idéia do negócio ou o desejo de ser empreendedor. Entre os que responderam, os resultados foram os seguintes:

- 56% responderam que a idéia do negócio veio primeiro;
- 37% foram movidos pelo desejo de ser empreendedor;
- 7,5% afirmaram que os dois fatores acontecem simultaneamente.

O negócio na composição da renda

Um fator que auxilia a compreensão da motivação para empreender é a observação de quanto o empreendimento representa ou representará na composição da renda do empreendedor (Quadro 8).

Entre os empreendedores por necessidade, 74% afirmam que o negócio proporciona de 75% a 100% de sua renda pessoal e apenas 17% indicam que o empreendimento compõe até 75%. Por outro lado, para 54% dos empreendedores por oportunidade, o negócio representa de 75% a 100% de sua renda pessoal e 37% dos empreendedores desta categoria afirmam que o negócio é responsável por até 50% da renda.

Os números acima são da maior importância e merecem atenção especial. Aqueles empreendedores que, em princípio, teriam mais condições de ser bem-sucedidos – os orientados por oportunidades – dependem menos do sucesso de seus negócios, ou seja, o novo empreendimento inicialmente cumpre a função de complementar a renda. Os empreendedores por necessidade – que já iniciam seus negócios com menos recursos e, na maior parte dos casos, sem orientação profissional – são aqueles que, paradoxalmente, mais esperam e dependem desses mesmos negócios para sua sobrevivência, ao mesmo tempo em que suas iniciativas tenderiam mais ao insucesso.

Essas informações devem ser altamente consideradas por todos aqueles que lidam com a problemática do trabalho e da renda, principalmente dos estratos

mais excluídos do mercado de emprego formal, na medida em que o sucesso dos negócios dos empreendedores por necessidade é vital para sua sobrevivência material em face da insuficiência de políticas de saída dos programas de assistência social no Brasil.

QUADRO 8 - COMPOSIÇÃO DO NEGÓCIO NA RENDA, SEGUNDO MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO, NO BRASIL - 2005

REPRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO (% da renda pessoal)	MOTIVAÇÃO	
	Oportunidade (%)	Necessidade (%)
1% a 25% da renda pessoal	9	3
25% a 50% da renda pessoal	12	5
50% a 75% da renda pessoal	16	9
75% a 100% da renda pessoal	54	74
Não sabe / Recusou	9	9

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

2.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

Sintetizando os números relativos aos indicadores que compõem esta seção, pode-se afirmar que a grande maioria dos empreendedores brasileiros opta por abrir negócios bastante triviais, que já nascem mais ou menos prontos, em segmentos já testados e de alta concorrência. É baixo o nível de inovação – seja tecnológica ou de mercado – quando se considera a totalidade da população empreendedora. De outra parte, isso pode dar uma pista dos obstáculos enfrentados pelos empreendedores para manter seus negócios por períodos de tempo maiores. Nos itens que seguem, será aprofundada essa discussão.

2.3.1 Conhecimento dos Produtos² pelo Consumidor

Países GEM

A maior parte dos empreendedores nos Países pesquisados oferta produtos conhecidos pela maioria dos consumidores. Uma parcela muito pequena deles afirma oferecer novidades, sendo esta característica mais comum entre os empreendedores iniciais do que entre os estabelecidos.

² Produtos, aqui, englobam mercadorias e serviços.

Nos Países de renda média, há uma proporção maior de empreendedores que oferecem produtos desconhecidos pelos consumidores do que nos Países de renda alta. À primeira vista, esta constatação pode surpreender, na medida em que a maior parte da inovação tecnológica é produzida nos Países centrais do capitalismo mundial. Contudo, é necessário pontuar que aqui se trata de uma variável relativa, profundamente dependente do contexto que se está analisando.

O conhecimento do produto pelos consumidores é considerado a partir do prisma do empreendedor, que responde às entrevistas do GEM. É nos locais mais ricos que a maioria dos novos produtos é desenvolvida e mais rapidamente se disponibiliza aos consumidores. Tais produtos chegam mais tarde aos mercados de menor renda.

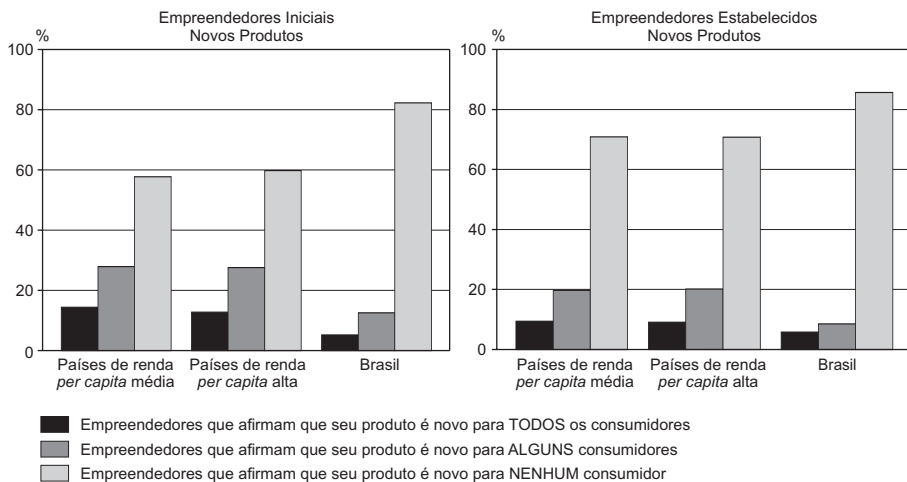
Assim, no momento em que consumidores de contextos menos desenvolvidos economicamente deparam-se com aquilo que consideram ser um produto novo, este já não o é para seus pares que habitam ambientes mais prósperos. Exemplo recente é o dos aparelhos televisores com telas de plasma ou de cristal líquido, já bastante difundidos no Japão. Eles ainda são uma novidade para a imensa maioria dos consumidores brasileiros.

Brasil

O Brasil reflete o conjunto dos Países GEM, e a maioria de seus empreendimentos não é inovadora. Os dados agrupados do GEM entre 2002 e 2005 revelam que, no País, 82,3% dos empreendedores iniciais afirmam que nenhum de seus consumidores consideraria seu produto novo. Em contrapartida, apenas 5,2% destes empreendedores declaram que seus produtos serão considerados novos por todos os clientes (Figura 9).

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

FIGURA 9 - NOVOS PRODUTOS POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)



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

Ao se desdobrar a análise segundo o enfoque da renda dos Países, fazendo parte do conjunto de Países de renda média, o Brasil foge ao padrão deste grupo de participantes do GEM. Ocorre que a renda dos Países aqui é considerada a partir do PIB *per capita* que, de fato, não é alta no Brasil. O País, todavia, tem uma população muito grande e, conseqüentemente, uma economia robusta e complexa e uma alta concentração de renda, o que produz níveis de consumo relativamente sofisticados em vários de seus estratos socioeconômicos. Um parque industrial diversificado garante a introdução, no mercado, em prazos relativamente curtos, de novos produtos na maior parte desenvolvidos nas economias centrais. Isso não ocorre, com a mesma celeridade, em Países de economias quase que exclusivamente calcadas na produção e exportação de bens primários, embora, por terem populações menores, apresentem níveis de renda *per capita* semelhantes ao brasileiro. Daí porque, no que tange ao conhecimento do produto pelo consumidor, o Brasil apresente um padrão mais assemelhado ao dos Países GEM de alta renda.

2.3.2 Quantidade de Concorrentes

Países GEM

De maneira geral, afora não oferecerem produtos novos, a maioria dos empreendedores dos Países GEM atua em segmentos de alta concorrência, sendo semelhante o comportamento nos Países dos dois grupos de renda *per capita*. Conclui-se, portanto, que a maioria absoluta dos negócios é tradicional. Em regra, os empreendedores são conservadores no que respeita à geração de novidades para o mercado consumidor, reproduzindo fórmulas testadas, o que, em parte, pode explicar a elevada mortalidade dos negócios em qualquer País.

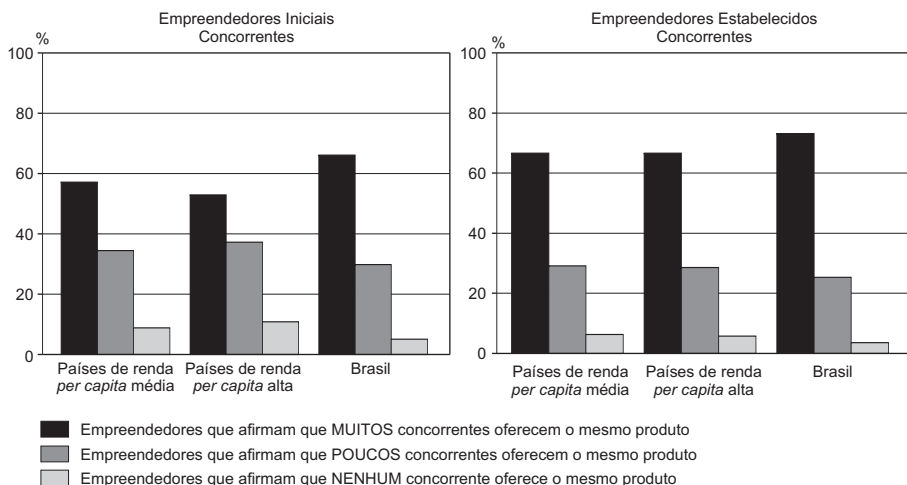
Se analisados segundo o estágio do empreendimento, os empreendedores iniciais e estabelecidos têm comportamentos ligeiramente diferentes no que se refere à concorrência. Entre os primeiros é maior a parcela dos que afirmam terem muitos concorrentes que oferecem os mesmos produtos, atingindo 65% deles. Já entre os empreendedores iniciais, a parcela dos que dão a mesma resposta é menor (cerca de 55%), embora continue representando a maioria absoluta. Apenas 10% dos empreendedores iniciais e 6% dos estabelecidos declaram não ter concorrentes.

Esses resultados oferecem mais de uma interpretação. Alguns empreendedores estabelecidos talvez, em determinado momento, não tenham tido concorrentes, porém, ao se tornarem bem-sucedidos, atraíram outros para a mesma atividade. Visto que a proporção dos empreendedores iniciais que afirmam não ter concorrentes é quase o dobro da proporção de estabelecidos que dizem o mesmo, é plausível afirmar que o empreendedor inicial seja o principal responsável pela identificação de novos nichos de mercado.

Brasil

O Brasil segue a dinâmica internacional de alta concorrência. Esta, porém, é um pouco maior entre nós, atingindo 66,0% dos empreendedores iniciais e 72,5% dos estabelecidos. As parcelas de empreendedores que dizem não ter concorrentes são significativamente menores do que no conjunto dos Países: 4,1% para os primeiros e 2,9% para os últimos empreendedores (Figura 10).

FIGURA 10 - INTENSIDADE DA EXPECTATIVA DE CONCORRÊNCIA, POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)



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

Quando se cotejam essas informações com outras descobertas da pesquisa, os resultados ganham ainda mais coerência. Como se verá a seguir, parte considerável dos empreendimentos brasileiros dedica-se ao varejo, sobretudo nos setores de alimentação e vestuário, com acentuada presença de franquias e representações.

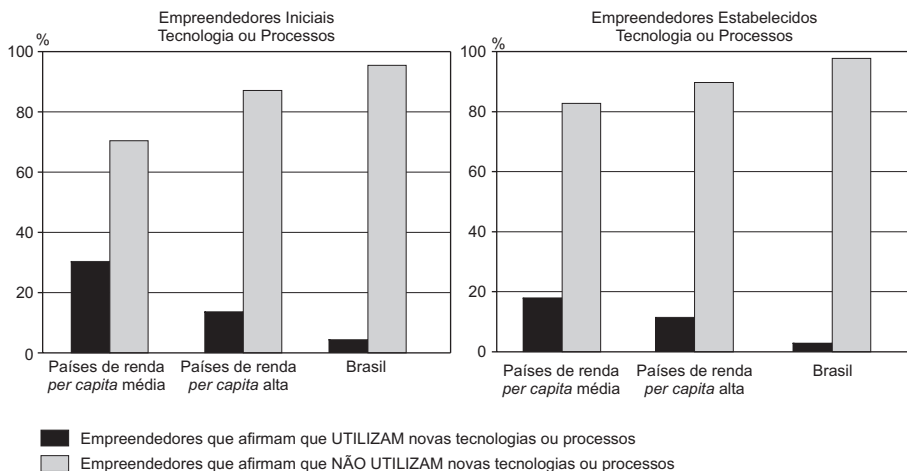
Em suma, os empreendedores no Brasil, sendo na grande maioria pouco arrojados, acabam por enfrentar forte concorrência de outros indivíduos que têm idéias e motivações muito semelhantes no momento de abrir seus negócios. Resulta que o horizonte destes é bastante limitado, fato confirmado inclusive pela baixa expectativa de geração de empregos, além dos proporcionados à própria família, que abordaremos à frente. A nota negativa, enfim, é que em momentos de saturação do mercado enfrentam-se grandes dificuldades de colocação dos produtos e, com efeito, de sobrevivência dos próprios empreendimentos.

2.3.3 Idade das Tecnologias e Processos

Países GEM

Os empreendedores iniciais e estabelecidos dos Países de renda média afirmam utilizar tecnologias ou processos novos (disponíveis há menos de um ano) com maior freqüência que seus pares dos Países de renda alta (Figura 11). Uma explicação possível para este fato seria de que isso ocorre porque nações emergentes têm um nível de atualização tecnológica comparativamente menor. Ou seja, freqüentemente tecnologias conhecidas, às vezes antigas para os empreendedores dos Países ricos, podem apresentar-se como uma grande inovação para seus colegas de Países menos desenvolvidos.

FIGURA 11 - NOVA TECNOLOGIA OU PROCESSO, POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2002-2005)



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

Brasil

Entre os empreendedores brasileiros, entretanto, o uso de tecnologias disponíveis há menos de um ano é menor do que nos outros Países de semelhante nível de renda. Aqui, 97,4% dos empreendedores iniciais e 98,6% dos estabelecidos afirmam utilizar tecnologias ou processos conhecidos há mais de um ano. No conjunto dos Países de renda média, estes grupos de empreendedores somam, respectivamente, 70% e 80%.

O comportamento desta variável no País está em consonância com o desempenho de uma variável anteriormente discutida – o conhecimento dos produtos pelos consumidores. O Brasil, de tradição agrário-exportadora, notadamente a partir dos anos 1960 assomou no cenário global como um País emergente de maior crescimento.

Parcialmente bem-sucedido em sua política industrial de substituição de importações, o País incorporou cadeias produtivas inteiras, com maior aporte de capital e tecnologia, processo em larga medida tributário de investimentos estrangeiros capitaneados por grandes grupos transnacionais.

Como conseqüência, inovações desenvolvidas no centro do capitalismo não tardam a chegar por aqui, gerando a percepção entre os empreendedores brasileiros de que a idade das tecnologias e dos processos é antiga, enquanto em outros Países de semelhante renda *per capita* há uma percepção de que as tecnologias e os processos utilizados são novos, mesmo que não o sejam em conjunturas mais inovadoras.

Esse quadro não invalida esforços no sentido de se desenvolver aqui tecnologias inovadoras, sendo este um dos grandes desafios para um salto de qualidade nas atividades empreendedoras no País, tema sobre o qual discorreremos em outras partes desta publicação.

2.3.4 Expectativa de Criação de Empregos

Países *GEM*

A maioria dos empreendedores não espera criar postos de trabalho, além daqueles destinados a si mesmos. Trata-se, portanto, de negócios familiares, cuja finalidade a princípio é a sobrevivência de seus proprietários. No entanto, nos Países de renda média é maior a proporção dos empreendedores iniciais que afirmaram ter expectativa de gerar empregos. Nesses Países é maior a disponibilidade de mão-de-obra e os custos desta são expressivamente menores. Além disso, esses Países são economias em expansão, com muitas demandas a serem supridas, o que implica a constituição de muitos empreendimentos iniciais intensivos em trabalho.

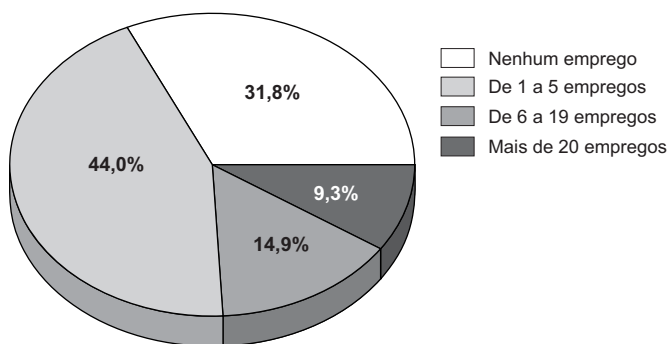
Brasil

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

Enfatizamos, contudo, que 24% desses empreendedores esperam gerar mais de cinco empregos (Figura 12). Considerando-se a estimativa do número de empreendedores iniciais no País, o potencial absoluto de criação de postos de trabalho é bastante expressivo, podendo significar a criação de pelo menos 16 milhões de vagas nos próximos cinco anos somente por esta categoria de negócios.

Ainda que à frente de iniciativas simples e pouco inovadoras, pelo que representam em termos de expectativa de geração de empregos, os empreendedores iniciais no Brasil merecem ver ampliados o número e o escopo das políticas e programas voltados a eles.

FIGURA 12 - EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE POSTOS DE TRABALHO NOS PRÓXIMOS 5 ANOS NO BRASIL - 2002-2005



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

2.3.5 Expectativa de Exportação

Segundo os dados acumulados de 2003 a 2005, os empreendedores brasileiros não têm como perspectiva exportar seus produtos ou serviços. Cerca de 87% deles afirmam que nenhum de seus clientes estarão no mercado externo, contra apenas 11% que esperam que até 25% de seus clientes sejam de outros Países.

Ao se desdobrar a análise segundo a motivação dos negócios, os empreendedores por oportunidade possuem uma ambição maior do que aqueles que empreendem por necessidade; entre os primeiros, 15,4% acreditam que terão até 25% dos seus consumidores fora do País, enquanto entre os últimos este percentual se reduz a 5,3 % (Quadro 9).

QUADRO 9 - EXPECTATIVA DE EXPORTAÇÃO, SEGUNDO MOTIVAÇÃO NO BRASIL - 2003 - 2005

EXPORTAÇÃO (consumidores externos)	TEA Total (%)	MOTIVAÇÃO	
		Oportunidade (%)	Necessidade (%)
Nenhum	87,2	83,0	92,9
De 1% a 24% dos consumidores	10,9	15,4	5,3
De 25% a 74% dos consumidores	1,4	1,0	1,8
De 75% a 100% dos consumidores	0,5	0,6	0

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

2.3.6 Atividades dos Empreendedores

Países GEM

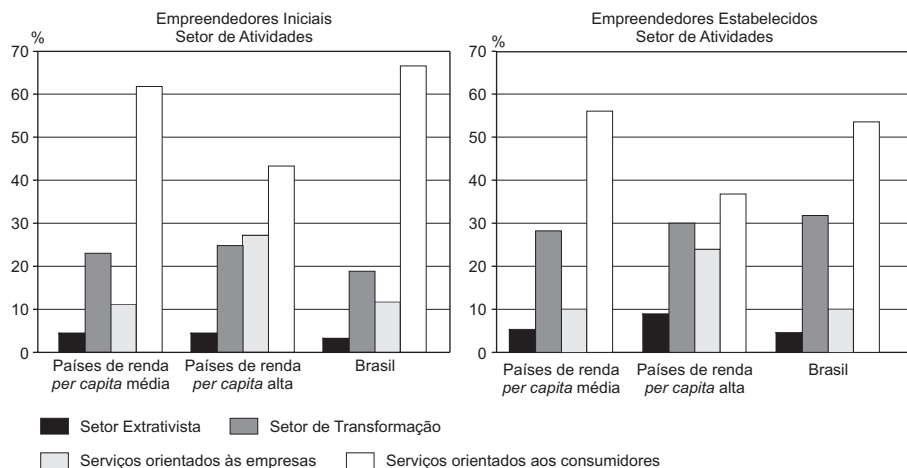
Entre os participantes do GEM, a distribuição por setores de atividade não varia dos empreendedores iniciais para os estabelecidos. No entanto, ao se considerar a renda, o grupo de Países de renda média apresenta uma proporção maior de negócios orientados ao consumidor. Por outro lado, no grupo de Países de renda alta, a proporção de empreendimentos cujos clientes são empresas é quase o dobro do que no primeiro grupo de Países (Figura 13). Isso tem implicações importantes.

Em geral, empreendimentos voltados ao consumidor final são mais simples, em que pese sua importância para a ocupação econômica de muitos indivíduos. Apresentam menor nível de inovação, atuam em

segmentos tradicionais e de alta concorrência e possuem reduzido potencial de geração de trabalho e renda quando individualmente considerados. Trata-se de negócios que normalmente mantêm-se em pequeno porte, voltados à sobrevivência do empreendedor e sua família e, presume-se, com menores possibilidades de sobrevivência no longo prazo.

Negócios cujos clientes principais são empresas, por seu turno, atuam em segmentos mais sofisticados, atendendo a demandas especializadas, com maiores exigências de *expertise* das organizações. São empreendimentos que se inserem mais presentemente na economia global e nas cadeias produtivas e, em consequência, têm maiores chances de gerar produtos e processos inovadores. Trata-se, enfim, de uma modalidade que se aproxima mais do modelo ideal proposto pelo GEM, que preconiza o desenvolvimento econômico como resultado da interação entre grandes empresas e pequenos negócios, tendo o empreendedorismo como elemento mediador e voltado à produção de ganhos sinérgicos para as partes envolvidas. Sem a intenção de depreciar os negócios tradicionais orientados ao consumidor final, o desafio dos Países emergentes é fomentar empreendimentos direcionados ao suprimento das necessidades das empresas, para que a atividade empreendedora adicione valor a suas economias.

FIGURA 13 - DISTRIBUIÇÃO POR SETORES DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL - 2005



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

Brasil

O agrupamento dos dados sobre a distribuição por setores de atividades no Brasil entre 2002 e 2005 (Figura 13) revela que os serviços orientados ao consumidor é o setor a que mais se dedicam os empreendedores, sejam eles iniciais ou estabelecidos. Entre os últimos, porém, a proporção daqueles envolvidos com este tipo de atividade é significativamente menor. Isso sugere que negócios voltados ao consumidor, principalmente os desprovidos de diferenciais ou inovações, têm mais dificuldade em prosperar. Em contrapartida, a participação de atividades no setor de transformação é cerca de duas vezes maior entre empreendedores estabelecidos.

Os empreendedores também são inquiridos a respeito de quem seriam os seus clientes principais, pessoas físicas ou empresas públicas/privadas. Para 78% dos empreendedores o seu empreendimento destina-se a atender pessoas físicas, 16% são voltados ao atendimento de empresas privadas e 1,4% voltados a empresas públicas. Como pode ser visto no quadro 10, o panorama se modifica quando se observa a motivação do empreendedor. Aproximadamente 25% dos empreendedores por oportunidade afirmam que seus principais clientes são empresas, enquanto apenas 9,5% dos empreendedores por necessidade indicam atender a esta categoria de clientes. Para estes empreendedores, quase 90% dos clientes são pessoas físicas.

QUADRO 10 - PRINCIPAIS CLIENTES, SEGUNDO A MOTIVAÇÃO, NO BRASIL - 2005

CONSUMIDORES	EMPREENDEDORES (%)	MOTIVAÇÃO	
		Oportunidade (%)	Necessidade (%)
Pessoas Físicas	77,8	68,5	87,5
Empresas do setor comercial	8,0	9,3	6,7
Empresas do setor industrial	4,2	6,5	1,9
Empresas prestadoras de serviços	3,8	5,6	1,9
Empresas públicas	1,4	2,7	0
Outros	4,8	7,4	2,0

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

No período de 2001 a 2005, o segmento de alimentação, seja na produção, distribuição ou comercialização de alimentos, é o maior foco de interesse dos empreendedores. Aproximadamente 27% dos empreendedores iniciais e 20% dos estabelecidos estão neste setor.

As atividades relacionadas com vestuário (confecção e comércio de roupas e acessórios) e estética (sobretudo comércio de produtos de beleza e perfumaria, além de prestação de serviço) correspondem a aproximadamente 22% dos empreendedores iniciais e 19% dos empreendedores estabelecidos.

Ao se aprofundar a análise dos tipos de negócios, algumas peculiaridades se destacam (Quadro 11).

QUADRO 11 - TIPO DO EMPREENDIMENTO NO BRASIL - 2005

DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE	EMPREEND. INICIAIS (%)	EMPREEND. ESTABELECIDOS (%)	ESTIMATIVA DO NÚMERO DE EMPREEND. INICIAIS	ESTIMATIVA DO NÚMERO DE EMPREEND. ESTABELECIDOS
Artesanato	5,6	4,8	735.000	563.000
Construção civil	5,2	14,8	682.000	1.735.000
Consertos e assist. técnica	4,9	5,9	643.000	692.000
Agroindústria	4,7	5,3	617.000	621.000
Venda por Catálogo	4,4	3,3	577.000	387.000
Transporte	4,2	5,0	551.000	586.000

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

Um exemplo é a importância do artesanato, que corresponde a aproximadamente 6% dos empreendedores iniciais e a 5% dos estabelecidos. Quando se considera a motivação para empreender, constata-se que aproximadamente 70% dos empreendedores iniciais ligados ao artesanato o fazem por oportunidade.

Já entre aqueles que atuam com vendas por catálogos, quase na totalidade mulheres, dois terços são motivados por necessidade. Frise-se que este segmento, também conhecido por Venda Direta, vem ganhando destaque na economia brasileira. De acordo com números da ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas), citados em reportagem do Jornal Valor Econômico (11/11/2005), o setor cresceu em torno de 20% no ano de 2005 e, nos três primeiros trimestres daquele ano, o volume de vendas superou a marca de R\$ 8,5 bilhões. Segundo a mesma Associação, entre 2004 e 2005 houve um crescimento no contingente de revendedores atuantes neste segmento no Brasil, passando de 1,2 milhão em 2003 para 1,5 milhão em 2005. São números superlativos, que reforçam a tese, já defendida aqui, de que o empreendedorismo por necessidade não é forçosamente um fato negativo.

A construção civil também é um setor importante no empreendedorismo brasileiro, principalmente para os empreendedores estabelecidos. Quase 15% destes dedicam-se a atividades relacionadas ao segmento, como, por exemplo, comércio e distribuição de material de construção, manufatura de elementos construtivos e prestação de serviço como autônomos em construções e reformas. Trata-se de um setor bastante dinâmico, que em 2004 cresceu 5,7%, taxa ligeiramente superior ao crescimento do PIB, de 5,2%. Por outro lado, o que pode explicar a predominância dos empreendedores estabelecidos em relação aos iniciais no setor da construção civil, possivelmente gerando uma maior taxa de sobrevivência destes negócios, são os montantes envolvidos na constituição de um empreendimento neste segmento. Afora aqueles que atuam como trabalhadores autônomos, trata-se de atividade intensiva tanto em capital quanto em mão-de-obra, fator que representa uma forte barreira a novos entrantes.

2.4 ORIENTAÇÕES RECEBIDAS PELO EMPREENDEDOR

No ciclo 2005 da pesquisa GEM Brasil, perguntou-se aos empreendedores se eles contaram com algum tipo de orientação ou aconselhamento para iniciar o seu negócio e a procedência da orientação, se esta é ou não profissional – instituições em geral, escolas, consultorias especializadas etc. Em torno de 30% dos empreendedores afirmam que não tiveram qualquer orientação deste tipo para iniciarem os seus negócios.

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

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

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

A conclusão é que um grande número de empreendedores, principalmente os mais recentes, entra na atividade “com a cara e com a coragem”. Ao não

buscar orientação, muitas vezes iniciam negócios intuitivamente, sem as habilidades gerenciais requeridas, tampouco o conhecimento do mercado em que pretendem atuar. Quando recebem orientação, esta na maioria dos casos advém de pessoas próximas, não necessariamente capacitadas para isso.

Os empreendedores que procuram auxílio nas instituições representam uma pequena parcela dos indivíduos à frente de negócios, o que possivelmente reflete tanto um desconhecimento dos programas existentes quanto um déficit associativo geral que faz as pessoas procurarem resolver seus problemas de forma individual ou no âmbito de suas relações mais próximas. Esses fatores, junto com outros explorados a partir dos resultados do GEM, auxiliam a compreensão das dificuldades de sobrevivência dos negócios no Brasil. Reforça esta análise a informação de que as parcelas dos que buscam orientação adequada é consideravelmente maior entre os empreendedores estabelecidos.

Quando se considera a motivação, em torno de 30% dos empreendedores por oportunidade buscam orientação profissional, coincidentemente o mesmo percentual registrado pelos empreendedores estabelecidos. Isso sugere que a orientação profissional, sobretudo quando o negócio está dirigido à busca de oportunidades, é um fator que favorece a sobrevivência dos empreendimentos.

Os empreendedores por necessidade, por seu turno, quando buscam orientação, o fazem principalmente junto a fontes informais, as quais representam mais do que o dobro daquelas de natureza profissional.

QUADRO 12 - ORIENTAÇÃO RECEBIDA, SEGUNDO MOTIVAÇÃO E ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES, NO BRASIL - 2005

ORIENTAÇÃO	EMPREENDEDORES INICIAIS			ESTABELECIDOS (%)
	Necessidade (%)	Oportunidade (%)	Total (%)	
Profissional	20,0	31,1	28,8	29,0
Fontes Informais	43,4	29,3	32,4	19,7

FONTE: Pesquisa de campo - GEM 2005

3.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS, ECONÔMICOS E SOCIAIS E O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

3.1.1 Gênero dos Empreendedores

Países GEM

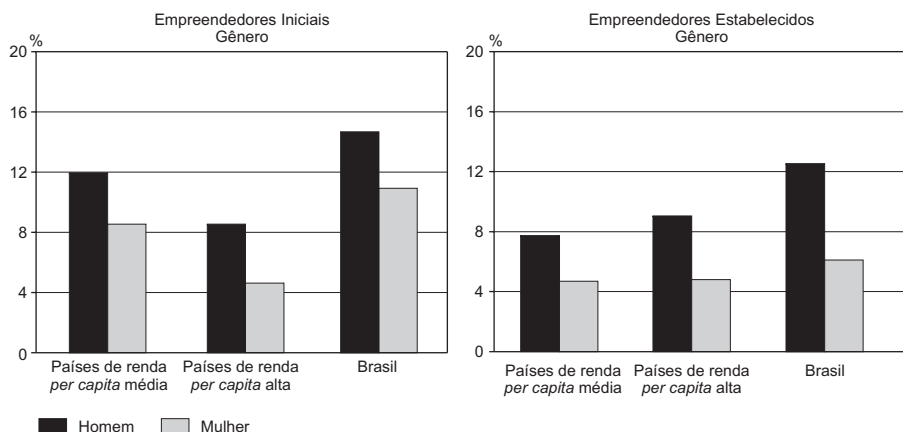
Na quase totalidade dos Países pesquisados, as mulheres são menos ativas em abrir e liderar negócios, e as diferenças de gênero existem em ambos os tipos de empreendedores – iniciais e estabelecidos – e em ambos os grupos de Países considerados – de renda média e alta. Entretanto, as diferenças nas proporções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

Brasil

O Brasil em 2005 situa-se numa boa posição no que tange à igualdade dos gêneros no conjunto dos Países pesquisados: é o sexto no empreendedorismo feminino (taxa de 10,8%) e o 13º, no empreendedorismo masculino (taxa de 11,8%). Vale ressaltar que, em números absolutos, as empreendedoras iniciais brasileiras ocupam o terceiro lugar (estima-se que sejam 6,3 milhões), atrás apenas das norte-americanas e chinesas, cujos Países têm populações muito maiores.

As mulheres, aqui, são menos atuantes em empreendimentos estabelecidos que os homens. Dados acumulados de 2001 a 2005 revelam haver dois homens para cada mulher à frente de negócios com mais de 42 meses, e, também, a taxa de empreendedores homens iniciais é de 14,6%, enquanto entre as mulheres esta taxa é de 10,9% (Figura14).

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



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

Esses dados indicam, por um lado, uma tendência à igualdade dos gêneros no que se refere ao empreendedorismo (Quadro 13) e, por outro, que elas são fundamentais para a posição de destaque do Brasil no *ranking* internacional do empreendedorismo. Em 2005, por exemplo, entre os empreendedores iniciais, há praticamente um homem para cada mulher no Brasil, o que dá ao País a segunda maior prevalência de mulheres, atrás apenas da Hungria, onde as empreendedoras são praticamente o dobro dos empreendedores.

QUADRO 13 - EVOLUÇÃO DA RAZÃO DE EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL HOMENS E MULHERES NO BRASIL - 2001-2005

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

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

3.1.2 Idade dos Empreendedores

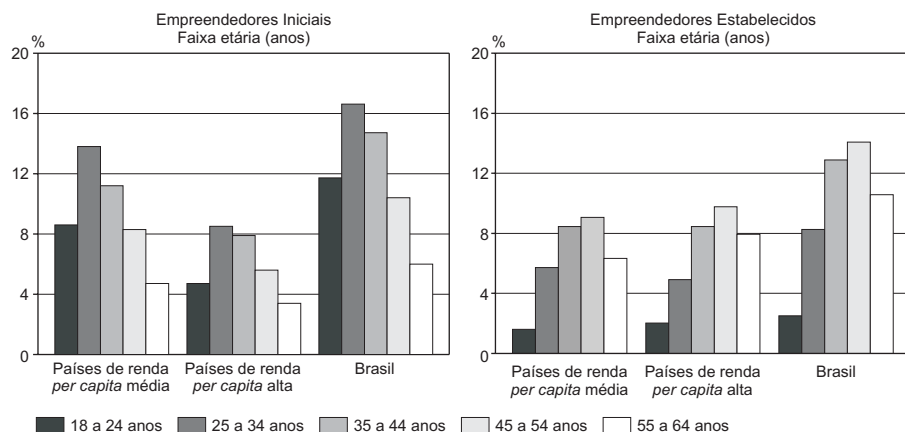
Países GEM

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

Brasil

O Brasil reproduz a dinâmica internacional. Aqui, a taxa de empreendedores entre os 25 e os 34 anos que estão em estágio inicial é de 16,6%, em seguida aparece a categoria dos 35 aos 44 anos com taxa de 14,7%. Entre os empreendedores estabelecidos, a taxa daqueles entre de 45 a 54 anos é de 14% (Figura 15).

FIGURA 15 - TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO A FAIXA ETÁRIA, POR GRUPOS DE PAÍSES (2005) E BRASIL (2001-2005)



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

3.1.3 Renda familiar dos Empreendedores

Países GEM

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

Brasil

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

3.1.4 Educação dos Empreendedores

Países GEM

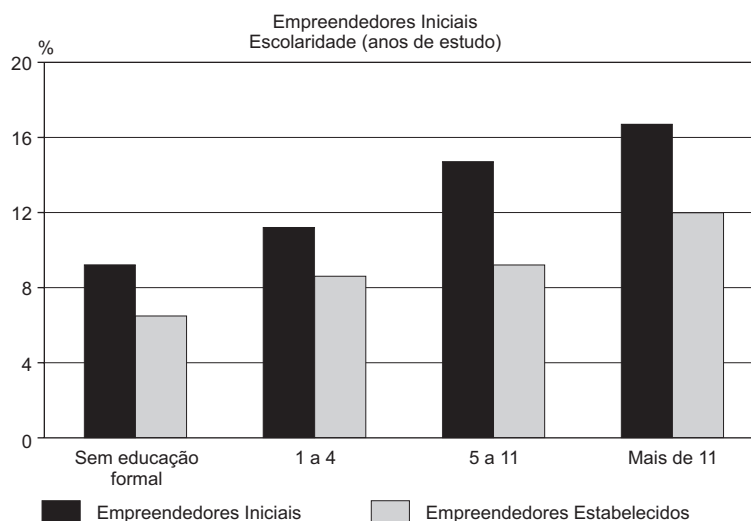
Tanto em Países de renda média quanto nos de alta, pessoas com educação superior envolvem-se mais com atividades empreendedoras de estágio inicial. Este nível de escolaridade também é mais recorrente entre empreendedores estabelecidos nos Países de renda média. Curiosamente, nos Países de renda alta,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

Brasil

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

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

FIGURA 16 - TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO ESCOLARIDADE, NO BRASIL - 2001-2005



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

3.1.5 Dedicção dos Empreendedores ao Negócio

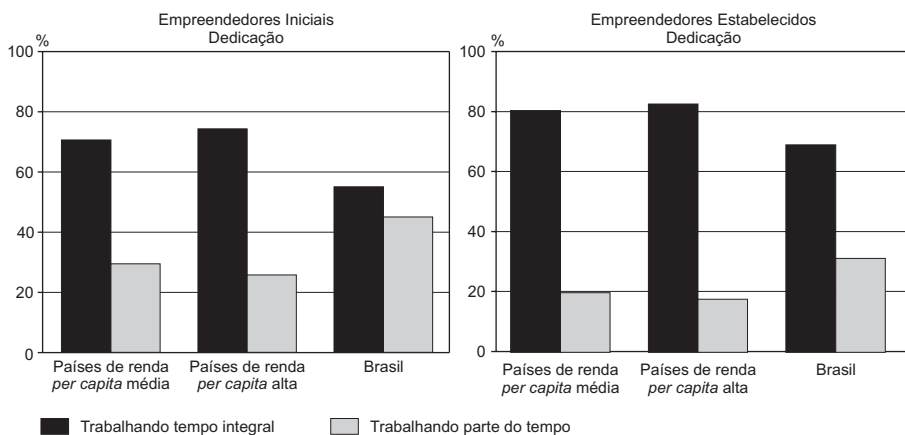
Países GEM

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

Brasil

Os empreendedores iniciais no Brasil se diferenciam bastante dos demais Países. Aqui, apenas 55% dos empreendedores iniciais se dedicam exclusivamente ao negócio. A dedicação integral ao negócio, de forma esperada, é maior entre os empreendedores estabelecidos: 69% deles afirmam dedicar-se integralmente ao seu empreendimento, ainda assim este número é inferior ao verificado no grupo de Países de renda média (Figura 17).

FIGURA 17 - DEDICAÇÃO DOS EMPREENDEDORES AOS SEUS PRÓPRIOS NEGÓCIOS, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL - 2005



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

Quanto à motivação para empreender, empreendedores por oportunidade e por necessidade têm comportamentos distintos: 45% daqueles afirmam dedicar-se integralmente ao empreendimento, enquanto entre os últimos, tal percentual eleva-se a 66% (Quadro 14).

QUADRO 14 - DEDICAÇÃO AO NEGÓCIO, SEGUNDO MOTIVAÇÃO, NO BRASIL - 2005

DEDICAÇÃO INTEGRAL (Tempo)	TOTAL (%)	MOTIVAÇÃO	
		Oportunidade (%)	Necessidade (%)
Sim	55	45	66
Não	45	55	34

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005

Esses dados reforçam a conclusão, já apresentada, de que os empreendedores por oportunidade, em maior escala, dependem menos dos rendimentos de seus negócios mais recentes. Além dos fatores já mencionados, esta menor dependência pode ser atribuída ao fato de que tais empreendedores possuem outras fontes de renda.

3.1.6 Acesso a recursos

Países GEM

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

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

Brasil

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

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

O GEM em 2005 envidou esforços para entender de forma mais clara a origem dos recursos para empreender no Brasil. Para tanto, perguntou-se aos empreendedores a quantia necessária para a abertura do novo negócio e que percentual desta quantia advém de recursos próprios.

Observa-se que 63% dos recursos utilizados para iniciar negócios no Brasil vêm dos próprios empreendedores, os quais responderam, também, a origem de tais recursos: 51,5% indicam poupança pessoal ou salário; 18,6%, acertos rescisórios e FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço; 16,5%, a disponibilização ou venda de bens móveis ou imóveis; 7,2%, empréstimos bancários pessoais; e 11,3% outras fontes.

Além dos seus próprios recursos, embora em proporção menor, os empreendedores também utilizam outras fontes: 44% deles indicam utilizar recursos provenientes de sócios no empreendimento; 31%, de familiares; e 25%, de linhas de crédito oficiais para novos negócios.

QUADRO 15 - RECURSOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO NO BRASIL - 2002-2005

RECURSOS	EMPREENDEDORES INICIAIS (proporção) (%)
Menos de R\$ 2.000,00	22
De R\$ 2.000,00a R\$ 10.000,00	42
De R\$ 10.000,00a R\$ 20.000,00	15
De R\$ 20.000,00a R\$ 30.000,00	6
Mais de R\$ 30.000,00	16

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005

Os empreendimentos no Brasil são iniciados com baixos montantes. Quando indagados sobre o capital requerido para empreender, aproximadamente dois terços dos empreendedores iniciais afirmam que seus negócios demandam valores inferiores a R\$ 10.000,00 (GEM 2002-2005). Vale destacar que 22% dos empreendedores iniciais começam seus negócios contando com somas inferiores a R\$ 2.000,00, mesmo percentual dos que estimam despendar mais de R\$ 20.000,00 (Quadro 15). Já entre os empreendedores estabelecidos, 53% utilizaram menos de R\$10.000,00 para abertura de seus empreendimentos e 27% deles, mais de R\$ 20.000,00 (iniciais 22%). Todos esses números sugerem que o valor investido inicialmente guarda relação com a sobrevivência do empreendimento.

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

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

O investidor informal ao apoiar financeiramente um novo empreendimento do qual não faça parte, privilegia, de modo natural, relacionamentos familiares próximos – pais, filhos, cônjuges, irmãos ou netos. Ou seja, 52,1% dos investidores informais apóiam empreendedores com os quais possuam este vínculo, enquanto o investimento realizado em empreendimentos de outros parentes é realizado por 19,25% dos investidores informais. Amigos e vizinhos também merecem destaque como destinatários do apoio dos investidores informais (23,3%).(Quadro 16).

QUADRO 16 - RELAÇÃO ENTRE INVESTIDORES INFORMAIS E EMPREENDEDORES NO BRASIL - 2005

RELAÇÃO INVESTIDOR E EMPREENDEDOR	2001 a 2005 (%)
Familiar próximo	52,1
Algum outro parente	19,2
Um amigo ou vizinho	23,3
Um estranho com uma boa idéia	5,5

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005

Quanto à expectativa de retorno do investimento, em torno de 35% dos investidores informais não esperam obter retorno do investimento. Por outro lado, 38% acreditam que recuperarão o investimento em um ano ou menos.

Vale ressaltar que 61% dos empreendedores nascentes esperam obter retorno do investimento no prazo de um ano ou menos, o que pode indicar uma visão distorcida, ingênua, do mundo dos negócios, associada à deficiência de planejamento.

3.2 FATORES QUE INFLUENCIAM AS PERCEPÇÕES SOBRE O AMBIENTE PARA EMPREENDER

Esta seção é dedicada à percepção que empreendedores e não empreendedores têm do empreendedorismo. São considerados dois fatores: a mentalidade empreendedora e as dificuldades para iniciar negócios, na visão tanto de informantes-chave quanto dos próprios empreendedores.

3.2.1 Mentalidade Empreendedora

A qualidade e o volume da atividade empreendedora de um País relacionam-se ao modo como seu povo vê a si e a ao mercado e se coloca diante de temas como o trabalho, a iniciativa empresarial e a própria figura do empreendedor. Noutras palavras, o potencial de abertura e desenvolvimento dos negócios não depende apenas de fatores sociais, políticos e econômicos, mas também daquilo que o GEM denomina mentalidade empreendedora.

Para compor um retrato da mentalidade empreendedora de cada País, o GEM faz perguntas sobre diversas atitudes e percepções diante do universo dos negócios. Presentes em ambos os instrumentos de pesquisa – para a

população adulta e os especialistas –, são questões sobre a percepção de oportunidades de negócios, a autoconfiança em relação a habilidades gerenciais, atitudes diante dos riscos inerentes aos negócios, a imagem social do empreendedor, entre outros aspectos.

Os respondentes que representam as populações adultas dos Países participantes são classificados em empreendedores – iniciais e estabelecidos – e não empreendedores. Além disso, os resultados específicos do grupo dos empreendedores são confrontados com as características demográficas dessas pessoas, no caso: gênero, idade, escolaridade e renda familiar.

Países GEM

Como conclusão geral, nos Países participantes do GEM, as pessoas envolvidas em atividades empreendedoras, sejam essas iniciais ou estabelecidas, tendem a ter mais confiança em suas próprias capacidades. Além disso, têm mais probabilidade de conhecer outros empreendedores e estão mais atentas a oportunidades inexploradas. Outra característica distintiva é o fato de os empreendedores afirmarem com mais frequência que o medo de fracassar não impediria o início de um novo negócio.

Brasil

Os resultados para o Brasil estão distribuídos conforme as perguntas sobre mentalidade empreendedora que compõem os formulários de entrevistas da população adulta. Podem-se dividir as perguntas em dois grupos de abordagem: as quatro primeiras (de A até D) referem-se ao modo como as pessoas se posicionam em face da ação de abrir e administrar negócios; as três últimas (E, F e G), às interpretações que os brasileiros têm sobre si mesmos e suas atitudes diante do empreendedorismo.

A. Conhece pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos?

Refletindo as altas taxas de empreendedorismo tanto para negócios em estágio inicial quanto estabelecidos, a atividade empreendedora está fortemente presente no dia-a-dia dos brasileiros. Um dos indicadores que melhor ilustra

essa realidade é a quantidade de pessoas que, com maior ou menor intimidade, convive com empreendedores: 42% dos entrevistados afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos. Nos Estados Unidos – onde a soma das taxas de empreendedores iniciais e estabelecidos é 17,1% – este percentual é menor: 32%.

Quando se abre a questão para as três categorias de entrevistados, conclui-se que quem empreende tem uma maior tendência a conhecer pessoas envolvidas com a abertura de negócios: são quase 60% dos empreendedores iniciais, porcentagem que se reduz a 50% e 35%, entre os empreendedores estabelecidos e os não empreendedores, respectivamente. Isso indica que negócios geram mais negócios e que pessoas tornam-se empreendedoras pela força do exemplo, daí a importância de um ambiente empreendedor fecundo.

O cruzamento das respostas, com dados demográficos dos empreendedores iniciais e estabelecidos, traz informações instigantes.

Praticamente 60% dos empreendedores homens conhecem pessoalmente alguém que começou um negócio nos últimos dois anos. Entre as mulheres, esta porcentagem é inferior, porém mantém-se expressiva: 46%.

A atividade empreendedora é mais vigorosa entre os mais jovens. Praticamente 62% dos empreendedores de 18 a 24 anos afirmaram conhecer pessoas que abriram negócios recentemente. Tal proporção se reduz conforme se avança nas faixas de maior idade, atingindo 43% entre os empreendedores de 44 a 64 anos.

Embora as atividades empreendedoras sejam menos comuns entre aqueles que não possuem educação formal ou detêm baixa escolaridade (de um a quatro anos de estudo) é nesses grupos que se encontram os maiores percentuais de empreendedores que afirmam conhecer empreendedores recentes: 73% e 56%, respectivamente. Frisamos, mais uma vez, que isso se deve ao pequeno percentual da população brasileira que logra atingir níveis maiores de escolaridade.

Em praticamente todos os grupos de renda familiar, mais da metade dos empreendedores conhecem alguém que iniciou algum negócio nos últimos dois anos (as exceções são os empreendedores com renda inferior a três salários mínimos). Além disso, nas faixas de renda maiores encontram-se os maiores percentuais, sendo 77%, entre os que ganham

de 15 a 18 salários mínimos. Esses números confirmam a tendência de a atividade empreendedora ser mais costumeira entre os mais ricos.

B. Percebe para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vive?

Os brasileiros estão otimistas em relação às oportunidades de negócios. Mais de 42% dos entrevistados afirmam perceber nos próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem. A título de comparação, pouco mais de 10% dos húngaros, os mais pessimistas entre os participantes do GEM têm a mesma percepção.

Os empreendedores iniciais são os mais otimistas entre os brasileiros: 55% deles vislumbram um cenário favorável. Metade dos estabelecidos, 50%, dá a mesma resposta, enquanto entre os não empreendedores se encontra a menor proporção: cerca de 43%. Desses números advêm algumas inferências.

A despeito das crises econômicas com que freqüentemente se deparam, os brasileiros são confiantes, enxergando boas oportunidades para empreender independentemente de estarem ou não envolvidos com negócios. Entre as várias razões que podem explicar este comportamento, está o fato de o Brasil ser um País novo, uma sociedade cujas fronteiras ainda estão sendo construídas e com muitas necessidades por satisfazer. Mesmo com crise, sempre há brechas para empreender.

Um ambiente que aos olhos da população se apresenta favorável a novos empreendimentos parece ser um fator de peso na decisão de iniciar um novo negócio, na medida em que o maior grau de otimismo em relação ao mercado encontra-se justamente entre os empreendedores iniciais.

O fato de a metade dos empreendedores estabelecidos e mais de 40% dos não empreendedores anteverem novos espaços para empreender indica uma visão geral favorável à situação econômica. Aparentemente, ainda que ao preço de um crescimento econômico modesto, a maior estabilidade que se foi constituindo no último decênio produz um cenário mais animador para empresários e consumidores para os próximos anos. Desde 1992 o País não entra em recessão, fato inédito em décadas recentes. Os próximos ciclos da pesquisa podem ou não confirmar esta direção.

No Brasil, a percepção de boas oportunidades para empreender no curto prazo é maior entre os empreendedores homens (55%) que entre as empreendedoras (48%), iniciais ou estabelecidas. O otimismo é maior quanto menor é a faixa etária do empreendedor. Entre os que têm de 18 a 34, 55% vislumbram boas oportunidades de negócios no horizonte de seis meses, proporção que se reduz nas faixas de maior idade e atinge os 48% entre os empreendedores de 55 a 64 anos.

Quando se considera a escolaridade dos empreendedores, o otimismo não varia muito – situa-se entre valores próximos de 50% e 55%, com uma leve vantagem, entretanto, para os empreendedores menos escolarizados. Isso talvez aponte que a maior quantidade de informações sobre negócios, supostamente detida pelos que estudaram mais – refreie um pouco uma visão mais favorável aos negócios no País.

No que se refere à renda, a variação do otimismo se deu numa amplitude ainda menor – entre valores próximos a 51% e 55% – e não segue nenhuma tendência mais clara. Assim, desde os empreendedores mais pobres até os mais ricos vêem boas oportunidades para se iniciar um novo negócio no horizonte de seis meses.

C. Possui o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio?

Como visto em capítulo anterior, o nível de escolaridade dos empreendedores brasileiros é sensivelmente inferior ao de seus pares dos Países de maior desenvolvimento. Isso, conforme já enfatizado, é reflexo de certa forma o atraso do País em universalizar o direito fundamental da educação. Os avanços muito rápidos logrados nas últimas décadas, em termos tanto quantitativos quanto qualitativos, ainda não foram suficientes para colocar o País em pé de igualdade com as nações mais ricas.

As insuficiências na formação escolar que podem levar à falta de um maior domínio de ferramentas básicas de gestão não retiram dos brasileiros sua autoconfiança: 50% afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio, 80% entre os empreendedores iniciais e estabelecidos – apenas 13% dos japoneses compartilham a mesma crença. Pode-se até especular que a ausência de uma formação mais sólida impede que alguns deles enxerguem suas insuficiências. Não se pode, contudo, negar a importância de acreditar em si mesmo e em suas capacidades como um elemento favorável ao empreendedorismo.

Quanto ao gênero, em ambos os estágios, os empreendedores brasileiros confiam em suas capacidades administrativas: 81% dos homens e 74% das mulheres julgam possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio. Tal autoconfiança também se distribui de modo mais ou menos uniforme entre os empreendedores de diferentes idades, situando-se quase sempre em torno dos 80%.

Uma redução, importante, observa-se entre os mais jovens, entre 18 e 24 anos, dado que 72% deles afirmam deter as qualidades aqui consideradas como necessárias à atividade empreendedora. Trata-se de um reflexo da insegurança do jovem no momento em que inicia sua trajetória profissional, o que acontece em qualquer campo e não poderia ser diferente no mundo dos negócios. O jovem necessita, portanto, de orientação específica em sua atividade empreendedora, tanto na aquisição das habilidades e competências necessárias quanto no aumento da autoconfiança.

A confiança nas próprias aptidões para empreender tem relação direta com a educação; tal crença atinge 84% dos empreendedores com mais de 11 anos de estudo e reduz-se a 69%, entre aqueles sem educação formal. Tem-se aqui a dimensão da importância da escola na formação da auto-estima dos indivíduos, condição necessária, se não suficiente, ao empreendedor bem-sucedido.

Ainda que não obedeça a uma linha de tendência apurada, a renda familiar do empreendedor também guarda uma certa relação com a confiança nas próprias competências gerenciais. Em todas as faixas de renda familiar acima de seis salários mínimos, mais de 80% dos empreendedores consideram possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio. Nos extremos dessas faixas – de seis a nove salários mínimos e mais de 18 salários mínimos – o percentual está mais perto dos 90%. O grupo de menor rendimento tem menos empreendedores confiantes nas próprias capacidades, ainda que significativa: 75%.

Os números resultados para a pergunta em apreço invocam uma análise um pouco mais acurada. Aparentemente, a dificuldade de extrair maior renda de um negócio gera, no empreendedor, uma maior frustração consigo próprio, quando se sabe, pela própria pesquisa GEM, que a atividade empreendedora resulta de diversas componentes boa parte delas externas ao indivíduo. Mais uma vez comprova-se a necessidade de apoio e orientação a quem se lança numa ação caracterizada por riscos, sobretudo àqueles que compõem os estratos mais frágeis, se não excluídos, da sociedade contemporânea.

D. O medo de fracassar não impediria de começar um novo negócio?

Diversas pesquisas mostram que, em qualquer País do mundo, a mortalidade dos empreendimentos é bastante alta – no Brasil, ela atinge praticamente 60% das empresas com quatro anos de constituição (SEBRAE, 2004). Entretanto, o GEM Brasil revela um povo bastante ousado, característica essencial numa atividade marcada pelos mais variados riscos, como a criação de um negócio. Entra aqui a característica de aventureiro que atribui Sérgio Buarque de Holanda¹ ao brasileiro, no sentido mais positivo do termo, do desbravador que alarga as fronteiras dos territórios. A ousadia na busca pela sobrevivência econômica é uma particularidade marcante nos povos de constituição recente e talvez tenha mais poder para explicar o comportamento empreendedor de um povo que sua matriz cultural – talvez se os empreendedores seguissem os padrões atribuídos a nossa herança ibérica, abandonariam de pronto a atividade.

Tanto nas duas categorias de empreendedores quanto no restante da população, mais de 60% dos respondentes afirmaram que o medo de fracassar não impediria o início de um novo negócio, com ligeira vantagem para os empreendedores iniciais, entre os quais tal percentual aproximou-se dos 70%. Entre os gregos, os mais cautelosos – embora empreendedores iniciais e estabelecidos somem mais de 16% –, a situação é oposta: para 60% deles o medo do fracasso é um fator impeditivo para empreender.

No Brasil, no tocante ao gênero, tanto homens quanto mulheres são bastante destemidos, em semelhantes proporções – 69% deles e 65% delas afirmam que o medo de fracassar não lhes impediria de abrir um novo negócio. O GEM também confirma um conhecimento intuitivo generalizado de que o jovem costuma ser mais destemido, inclusive em face dos negócios. Quanto menor a idade, mais

¹ In: *Raízes do Brasil* (São Paulo, Cia das Letras, 1995). Nesta obra, o pensador em tela mostra os fundamentos, forjados no modelo ibérico de colonização, do patrimonialismo presente em relações sociais, políticas e econômicas da sociedade brasileira, com que a cordialidade, em seus aspectos de personalismo e o favorecimento, prevaleceria em detrimento de elementos de cunho racionalista, meritocráticos, incluindo normas impessoais, equitativas e abstratas de regulação. Como resultado, teria medrado no Brasil uma mentalidade individualista que, se por um lado, dificulta a eficácia das instituições, sobretudo as estatais, por outro faz do brasileiro um desbravador, pronto a encontrar soluções para ultrapassar obstáculos.

comum é a tendência de que o temor de um insucesso não impeça que se empreenda – resposta dada por 77% dos empreendedores de 18 a 24 anos.

Curiosamente, no grupo dos mais velhos, de 55 a 64 anos, o percentual de respostas afirmativas a esta questão atinge os 63%, maior que o registrado nas faixas imediatamente anteriores. A maior cautela encontra-se nos grupos etários intermediários, de 35 a 54 anos, período em que os trabalhadores, aí incluídos os empreendedores, costumam atingir o ápice de sua vida profissional e estão mais premidos pelos mais diversos compromissos pessoais e familiares.

A escolaridade é o indicador que apresenta a relação mais íntima com a coragem para empreender. Ainda que, como visto anteriormente, sejam os mais pessimistas, os empreendedores com mais de 11 anos de estudo – ao menos 79% deles – não consideram o medo de malograr uma barreira intransponível à abertura de um negócio. A mesma resposta foi dada por menos de 50% dos que não têm educação formal, ainda que esses mais comumente vislumbrem, no mercado, boas oportunidades no curto prazo.

Resultado semelhante se obtém quando se considera a renda familiar. Quanto mais alta ela for, maior percentual de empreendedores afirma que o medo de fracassar não os impediria de começar um novo negócio, atingindo quase 89% dos que ganham mais de 18 salários mínimos contra cerca de 63% daqueles com menos de três salários mínimos, registrando-se algumas oscilações nas faixas de renda intermediárias.

E. No Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira?

Um ponto sempre destacado pelos especialistas ouvidos pelo GEM no Brasil refere-se às normas sociais e culturais. A sociedade – as famílias, a escola, a mídia etc. – sobrevalorizariam o emprego formal, principalmente no Estado e nas grandes empresas, em detrimento da carreira empresarial. Haveria, segundo os especialistas, uma certa comodidade neste comportamento. Ainda que isso possa ser verdade, os dados da pesquisa junto à população adulta trazem resultados que alimentam um debate: o empresário é desvalorizado no Brasil? Não, a confiar no que dizem os brasileiros.

Contrariando um senso comum bastante difundido, os adultos ouvidos afirmam que no Brasil a grande maioria das pessoas, 76%, considera o início

de um novo negócio como uma opção desejável de carreira. Nos Estados Unidos, considerados a pátria do espírito do capitalismo, este percentual é significativamente menor: 59%.

Desdobrando-se por categorias, o percentual de pessoas que deu esta resposta no Brasil é próximo de 85% entre os empreendedores iniciais, 78% entre os não empreendedores e 73% entre empreendedores estabelecidos. Chama a atenção que estes, empresários há mais tempo, apresentem os resultados menos expressivos, embora positivos. Pode-se especular que a percepção da classe empresarial da visão que as pessoas têm sobre ela seja mais negativa do que a real.

Em contraste com as respostas ao grupo de perguntas anteriores, um percentual ligeiramente maior de mulheres empreendedoras, cerca de 81%, afirmam que no Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira – 78% dos homens empreendedores afirmaram o mesmo. Afora o fato positivo de, independentemente de gênero, os empreendedores valorizarem seu próprio ofício, esse resultado indica que a maioria das mulheres que optaram por empreender está satisfeita com a sua escolha. Isso dá peso às análises sobre a tendência atual à equidade de gêneros no que respeita ao empreendedorismo.

Empreendedores de todas as faixas etárias afirmam que empreender é considerada pelos brasileiros uma boa opção de carreira, em percentuais que variam de 77% a 81% – neste último caso, entre empreendedores de 35 a 44 anos. O dado é positivo, visto que nessa faixa etária, como mencionado, as pessoas costumam atingir sua maturidade profissional. No caso desses empreendedores brasileiros, os números podem indicar, inclusive, um baixo nível de arrependimento com uma opção de vida e carreira marcada por incertezas.

Semelhante dinâmica se encontra quando se analisam os resultados segundo a escolaridade. Todavia, entre aqueles com mais alto nível de educação formal, a parcela dos que vêem na atividade empreendedora uma opção de carreira considerada desejável é ligeiramente menor que nos outros estratos: cerca de 75% contra valores que oscilam entre 78% e 81%. Ainda que esses resultados não permitam afirmações definitivas, pode-se especular que a cultura do emprego formal, regularmente citada como um empecilho ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, ainda seria um pouco mais forte entre os mais escolarizados.

Em todos os grupos de renda, a maior parte dos empreendedores brasileiros afirma que a maioria das pessoas considera que iniciar um novo negócio é uma boa opção de carreira. Ressalva-se, contudo, que tal resposta teve incidência menor entre os empreendedores com rendimentos entre 15 e 18 salários mínimos (58%), enquanto, nas demais faixas, este percentual oscila em valores bastante superiores, entre 72% e 82%.

Entre os muitos fatores que podem explicar este resultado, a faixa de renda destacada (15 a 18 salários mínimos) reúne pessoas de classe média alta, normalmente bastante escolarizadas e com diversas boas opções de carreira em profissões liberais ou especializadas, além de empreender.

F. No Brasil, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status e respeito perante a sociedade?

Especialistas entrevistados pelo GEM costumam apontar, como um fator negativo, as representações que a sociedade faria do empreendedor no Brasil. Em mais de uma oportunidade, mencionam que aos olhos de muitos brasileiros o empreendedor seria visto como um malfeitor, um explorador.

Segundo o GEM, entretanto, o empreendedor brasileiro bem-sucedido é muito valorizado, na medida em que 76% dos entrevistados consideram que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm *status* e respeito perante a sociedade, resposta dada por 80% dos empreendedores iniciais. Entre os empreendedores estabelecidos e não empreendedores, os percentuais são também bastante expressivos: respectivamente, 78% e 75%.

Proporções semelhantes para ambos os gêneros – 78% dos homens e 80% das mulheres – afirmam que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm *status* e respeito perante a sociedade. A importância disso reside em que esses homens e mulheres, que decidiram empreender, enxergam uma sociedade muito favorável ao homem e à mulher envolvidos com negócios bem-sucedidos.

A visão de uma sociedade que admira seus empreendedores de sucesso está presente em todas as faixas etárias e níveis de escolaridade, em percentuais que oscilam numa pequena amplitude na faixa de 80%. Este resultado indica que a imagem francamente favorável que o Brasil tem do empreendedor exitoso se dissemina uniformemente, não obedecendo a clivagens demográficas.

A renda familiar dos empreendedores até poderia ser considerada uma exceção a esta direção, na medida em que os percentuais variam de 75% (entre 9 e 12 salários mínimos) a quase 89% (entre 15 e 18 salários mínimos). Como, no entanto, não seguem qualquer padrão, não se pode dizer que haja relação entre a renda dos empreendedores e a sua opinião de que no Brasil, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm *status* e respeito perante a sociedade.

G. No Brasil vê-se freqüentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem-sucedidos?

Quanto ao papel dos meios de comunicação na difusão de uma imagem positiva do mundo dos negócios, a pesquisa também vai de encontro às críticas freqüentemente endereçadas aos referidos meios. Entre os entrevistados, 70% afirmam ver com freqüência, na mídia, histórias sobre novos negócios bem-sucedidos – 80% entre empreendedores iniciais. Aqui, mais uma vez, ficamos à frente dos norte-americanos, entre os quais este percentual é de 63%.

Considerando-se apenas os empreendedores brasileiros, iniciais e estabelecidos, homens e mulheres, em igual proporção (76%), vêem freqüentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem-sucedidos. O equilíbrio nas respostas a esta questão se repete quando se analisam os empreendedores das diversas faixas etárias, compreendidos entre 18 e 64 anos.

Em suma, os empreendedores, independentemente de gênero ou idade, conseguem perceber que sua atividade, quando bem-sucedida, é representada de modo favorável nos mais poderosos meios de difusão da informação. Vale frisar que esse fato, conjuntamente com os demais apresentados neste capítulo, forma um *background* cultural muito favorável ao empreendedorismo e ao empreendedor, bastante distinto do que se costuma compor.

Quando se considera a renda familiar, os resultados são curiosos. É nas faixas intermediárias de renda – de 9 a 12 e de 12 a 15 salários mínimos – que aparecem com menos freqüência (67%) empreendedores que afirmam costumar ver na mídia histórias sobre novos negócios bem-sucedidos. As razões para isso podem estar tanto na já comentada menor sensibilidade desses grupos ao tratamento que a mídia dá ao tema quanto uma maior criticidade dos empreendedores em relação ao papel exercido pelos meios de comunicação no tocante ao empreendedorismo, mesmo que, em linhas gerais, a mídia se apresente de forma favorável na divulgação de uma boa imagem do empreendedor.

QUADRO 17 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL E ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES, NO BRASIL - 2003-2005

AFIRMAÇÕES	EMPREEND. INICIAIS (%)	EMPREEND. ESTABELECIDOS (%)	NÃO EMPREEND. (%)
A. Afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	57,20	50,10	35,50
B. Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde você vive	54,70	48,70	43,30
C. Consideram possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	78,60	78,70	51,00
D. O medo de fracassar não impediria que começasse um novo negócio	69,90	64,10	58,70
E. Consideram que no Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	83,30	72,80	78,10
F. Consideram que no Brasil, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem <i>status</i> e respeito perante a sociedade	80,70	77,70	74,90
G. Consideram que no Brasil, você vê freqüentemente na mídia histórias sobre novo negócios bem sucedidos.	79,30	70,40	72,40

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2003 - 2005

Síntese

Em síntese, o Brasil tem um povo cujo alto potencial empreendedor não pode ser negado, o que em parte se reflete no fato de um em cada cinco trabalhadores ser um homem ou uma mulher de negócios. A questão é se as políticas e programas, bem como a ação dos atores envolvidos, estão chegando de maneira eficaz a esse enorme público.

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

As descobertas da pesquisa, seja para o Brasil, ou seja para o conjunto dos Países GEM, mostram que esses grupos diferenciam-se entre si em relação aos negócios. Os empreendedores em geral são mais autoconfiantes em relação às suas capacidades e aos riscos, têm mais probabilidade de conhecer outros empreendedores e percebem mais as oportunidades oferecidas pelo mercado. No caso brasileiro, os resultados poderão surpreender e desafiar muitas das crenças estabelecidas, nos mais diversos meios, sobre as atitudes dos brasileiros diante dos negócios. Uma interpretação equivocada de conceitos do pensador alemão Max Weber² enxerga na matriz ibérica e católica, supostamente avessa ao espírito capitalista decorrente de valores protestantes, uma forte barreira cultural ao empreendedorismo. Nada mais equivocado³.

O Brasil é uma nação tipicamente capitalista. As características deste modo de produção estão fortemente presentes tanto na organização de seu sistema produtivo quanto na índole de seu povo. Quanto a esta, o comprovam os resultados do GEM Brasil sobre mentalidade empreendedora. Sejam ou não verdadeiras as características histórico-culturais que se atribuem como entraves ao desenvolvimento do País – desafia esta crença o fato de o Brasil ter sido o vice-campeão mundial de crescimento econômico no século XX –, engendrou-se nesta parte do mundo uma população francamente proativa no que diz respeito aos negócios, mola-mestra do capitalismo.

² Em *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, Weber busca compreender como a religião afeta a economia. Utiliza, entre outros, o exemplo dos Estados Unidos da América para defender a tese de que os princípios do protestantismo, entre os quais inclui-se um comportamento ascético, frugal e laborioso, teriam favorecido o florescimento da prosperidade econômica daquele país. Esta explicação não implica necessariamente que a ausência dos referidos princípios teológicos conduza ao fracasso econômico. Weber apenas e tão-somente buscava um modelo que auxiliasse na compreensão de um determinado fenômeno, ou seja, o desenvolvimento do capitalismo em regiões de prevalência protestante, sem, contudo, afirmar peremptoriamente que o capitalismo estaria fadado a não vingar em contextos em que tal prevalência não se verificasse.

³ A título de ilustração, a parte mais rica do País do referido autor, a Alemanha, é predominantemente católica.

3.2.2 Dificuldades para Empreender no Brasil

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

Entre os empreendedores iniciais e estabelecidos, a principal dificuldade apontada é o clima econômico do País, com, respectivamente, 14% e 15% das menções. A quase totalidade destas referem-se à falta de dinheiro. A seguir, as queixas recaem sobre as políticas governamentais, com 11% das citações nas duas categorias de empreendedores, principalmente no que concerne à burocracia envolvida na abertura de negócios (Quadro 18).

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

Cotejando-se os números acima com as entrevistas dadas ao GEM por especialistas brasileiros em empreendedorismo entre 2000 e 2004, sobressaem diferentes visões acerca das barreiras ao desenvolvimento dos negócios. A ordem dos fatores difere ligeiramente. Entre os especialistas, as principais dificuldades, praticamente empatadas em cerca de 20% das menções, referem-se à falta de apoio financeiro e às políticas governamentais. A seguir, citam problemas relacionados à educação e treinamento (Quadro 19).

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

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

QUADRO 18 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)			
	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos
	Nascente	Novo	Total	
Clima Econômico	19,0	12,1	13,9	14,9
Políticas Governamentais	15,5	9,1	10,9	10,8
Acesso a infra-estrutura física	11,2	7,8	8,7	4,4
Apoio Financeiro	6,9	5,5	5,9	4,6

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005

QUADRO 19 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS

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

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

4 RESUMO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES GEM

Este capítulo foi elaborado com a participação das equipes nacionais dos Países participantes da pesquisa GEM 2005, que produziram resumos de suas análises, refletindo o que melhor caracterizasse a dinâmica empreendedora de seus Países. O conteúdo aqui apresentado, portanto, refere-se a uma tradução do material preparado por essas equipes, sem qualquer filtro analítico ou metodológico.

ÁFRICA DO SUL

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais na África do Sul é 5,1%. Esta taxa é menor que a de 2004, de 5,4%, e contribuiu para a baixa classificação da África do Sul. Isto faz com que a África do Sul tenha o mais baixo índice de todos os Países em desenvolvimento que participaram do GEM 2005.
- O empreendedorismo por oportunidade ficou em 3% e o por necessidade em 2%. A taxa para nascentes é de 3,6% e para empresas novas é de 1,7%.
- Enquanto a economia sul-africana é caracterizada por uma atividade empreendedora masculina mais alta (5,9%) que a feminina (4,5%), a África do Sul é um dos poucos Países participantes do GEM onde esta diferença é estatisticamente insignificante.

Característica Nacional Única

- A renda *per capita* relativamente alta da África do Sul mascara a realidade de um dos Países mais desiguais do mundo. Ele é caracterizado por uma economia dupla: uma economia formal que possui uma estrutura financeira, bancária, legal e física altamente sofisticada, que é comparável a de Países com alta renda; e uma economia informal, que é caracterizada por baixo nível de habilidades, acesso precário a infraestrutura física, financeira e a mercados, entre outras.

- O País ainda experimenta os efeitos do legado de um acesso desigual à educação e da supressão de direito de empreender entre a população negra. A maioria dos negros entre 22-44 anos (grupo com idade mais empreendedora) não possui as habilidades para iniciar um negócio e, de forma significativa, não acreditam que possuam as habilidades requeridas.
- Especialistas entrevistados em 2005 são unânimes em afirmar que o empoderamento dos negros é essencial, mas a forma como a política vem sendo implementada tem conseqüências negativas para pequenos negócios.

Questões-chave

- A África do Sul continua a ter um índice relativamente baixo de sucesso em empresas nascentes. Os esforços do governo para (a) reduzir o ônus com a regulamentação de pequenos negócios; (b) usar a legislação para promover a competição das fatias de mercado das PMEs; e (c) entender os fatores que facilitam o sucesso das nascentes, são conseqüentemente encorajantes.
- Dada a natureza altamente diferenciada de pequenos negócios na África do Sul, o foco atual de recursos no setor informal (negócios de necessidade) tem sido um apoio mais setorizado para aquelas empresas-alvo que tenham maior potencial de geração de emprego.
- Especialistas entrevistados em 2005 argumentam que a implementação de políticas por agências incompetentes tem enfraquecido a efetividade do apoio que tem sido dado atualmente aos negócios. Sua implementação efetiva é uma área-chave que requer atenção especial.
- A solução de longo prazo para aumentar o índice de empreendedorismo na África do Sul está extremamente relacionada à melhoria no acesso à educação de qualidade (inclusive educação para o empreendedorismo), para todos os setores da população.

ALEMANHA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais alcançou 5,4% na Alemanha em 2005 (acima dos 5,1% no ano anterior). Isto coloca a Alemanha bem atrás de Países industrializados como os Estados Unidos, Austrália ou Noruega, mas na frente de outros Países da Europa ocidental, como Finlândia, França e Bélgica.

- A taxa de empreendedores iniciais para 2005 é a primeira a mostrar aumento na Alemanha desde a crise da nova economia (por volta de 2000). Isto se deve muito mais ao aumento no número de negócios novos do que a um aumento na taxa de empreendimentos nascentes (em verdade, a taxa de nascentes caiu em 0,3 ponto percentual).
- Similar aos anos anteriores, a participação absoluta e relativa da atividade por necessidade aumentou novamente. A taxa de empreendedorismo por necessidade é de 1,5% (1,0% em 2004) e, exceto pela França, nenhum outro País industrializado mostra um valor maior. A razão oportunidade/necessidade é de 2,4:1, novamente é a segunda pior depois da França.
- O empreendedorismo com dedicação parcial do empresário era esperado ser um fenômeno relevante na Alemanha. Entretanto, como os dados do GEM mostram, entre negócios novos, o empreendedorismo com dedicação parcial é extremamente baixo, tanto em termos absolutos quanto relativos: somente menos de 0,1% pertence a este grupo, enquanto a participação do empreendedorismo com dedicação integral em empresas novas é 19 vezes mais alto.

Característica Nacional Única

- Como em anos anteriores, a população alemã mostrou um desempenho um tanto fraco em duas importantes variáveis que indicam a atitude empreendedora. A proporção de respondentes que percebem boas oportunidades de iniciar um negócio é ainda muito baixa (17,5%), e o “medo do fracasso” é ainda um tanto comum entre os alemães. Contudo, em 2005, a Alemanha não está na última posição no que se refere a ambas as variáveis (como estava em alguns dos anos anteriores).

Questões-chave

- A importância relativa e absoluta do empreendedorismo por necessidade é ainda uma questão crucial na Alemanha. O desemprego nacional é alto e ainda crescente. O governo federal desenvolveu vários programas para reduzir o índice de desemprego, incluindo o programa chamado “Me Inc.”, que apóia a abertura de empresas de pessoas desempregadas. Enquanto esta for uma valiosa (entretanto limitada) medida de apoio para muitos desempregados, o resultado econômico e as taxas de sobrevivência de nascentes serão relativamente baixos.

ARGENTINA

Nível de Atividade Empreendedora

- Na Argentina, a taxa de empreendedores iniciais ficou em 9,5% em 2005, tendo caído de 19,7% em 2003, de 14,1% em 2002, e de 12,8% em 2004.
- A proporção de empreendedores motivados por necessidade atingiu 30% em 2005 (muito próximo dos 28,9% registrados em 2004 e uma clara redução dos mais de 50% registrados em 2002, e dos 40% em 2003). Isto significa que mais de 70% dos empreendedores na Argentina são por oportunidade. A redução do empreendedorismo por necessidade constitui forte explicação do decréscimo no total de empreendedores iniciais e ilustra uma situação mais estável, com uma melhor perspectiva para o futuro, comparada àquela que era evidente durante a crise social e econômica que abateu o País no final de 2001, e que levou a um alto nível de empreendedorismo por necessidade nos dois anos subsequentes. As pessoas pensando em abrir um negócio novo o estão fazendo por acreditarem que haverá melhores oportunidades de negócios. Não obstante, a taxa de empreendedorismo por necessidade ainda é alta, (comparada aos 11,6% nos Estados Unidos, aos 14,9% no Canadá e aos 11,9% na Austrália, Países com taxas de empreendedores iniciais similares), mas é relativamente baixa quando comparada a outros Países da América Latina (47% no Brasil e 38% na Venezuela).
- Os homens têm 1,6 vez mais probabilidade de estarem envolvidos com o empreendedorismo que as mulheres.
- A atividade de investimento informal na Argentina está se recuperando lentamente desde a crise. A participação de investidores informais, como um percentual global da população que investe e espera obter lucros, é ainda muito baixa, embora haja sinais de melhoria.

Característica Nacional Única

- Na Argentina, 65% da população consideram o empreendedorismo como uma opção de carreira desejável e 68% respeitam e valorizam empreendedores bem-sucedidos.
- Os empreendedores argentinos têm expectativas relativamente altas de crescimento no trabalho e percebem novas oportunidades de produto no

mercado, no entanto, não pensam que serão capazes de usar novas tecnologias. Em geral, eles acreditam que não têm as habilidades e os conhecimentos necessários para iniciar um negócio, e o medo do fracasso não os têm impedido de começar um negócio novo.

- Embora os especialistas, durante 2005, expressarem alguns pontos-de-vista mais positivos, os dados colhidos nos últimos seis anos ainda mostram algumas tendências preocupantes.
- Das nove áreas-chave que possuem um efeito direto na atividade empreendedora, há uma significativa tendência negativa em seis delas (Apoio Financeiro, Políticas Governamentais, Programas de Governo, Transferência de P&D, Educação e Normas Sociais e Culturais).

Questões-chave

- Tendo começado a sair da crise, parece que existem boas oportunidades futuras de começar-se negócios novos na Argentina, e quase 10% da população adulta está motivada a fazê-lo. Contudo, há ainda uma considerável dúvida entre os especialistas sobre a estabilidade do contexto econômico e social, a eficiência das políticas e dos programas governamentais para promover e apoiar a atividade empreendedora, o acesso aos mercados de capital e tecnologias adequadas, a promoção da cultura empreendedora no ensino fundamental e superior, e a remoção do fardo burocrático para empreendimentos novos.

AUSTRÁLIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais da Austrália caiu para 10,9% (de 13,4% em 2004). Este declínio coincide com o decréscimo na confiança nos negócios, embora a Austrália ainda permaneça entre os 10 primeiros lugares no *ranking* dos Países que participam do GEM, quando comparada nesta medida.
- Revertendo a tendência dos dois últimos anos, a participação feminina em negócios em estágio inicial teve uma clara redução de 11% para 7,6%. Isto significa que para 10 homens participando em negócios em estágio inicial há um pouco menos que cinco mulheres.

- A taxa de investidores informais aumentou em 0,8% este ano. Isto coincide com uma melhoria na taxa da atividade motivada por oportunidade e por necessidade o que sugere que a qualidade das nascentes em 2005 pode ser melhor que em 2004.

Característica Nacional Única

- O declínio da taxa de empreendedores iniciais ocorreu em grande parte devido à redução da participação feminina. Isto sugere que o tipo de negócio sendo iniciado por mulheres pode ser mais suscetível a mudanças em termos de confiança nos negócios.
- Na Austrália, o nível relativo de participação em tempo integral e parcial por parte dos donos do negócio reflete a média dos Países que participam do GEM este ano. O estilo de vida confortável do País é normalmente tido como um inibidor para a criação de negócios com alto crescimento. Poder-se-ia esperar que na Austrália o envolvimento dos proprietários em tempo parcial poderia ser mais forte, no entanto, não é este o caso.
- Em medidas ligadas à inovação, a Austrália novamente mostra uma alta propensão no sentido de diferenciação competitiva, com 40% dos donos de negócios ficando na média da categoria e 14% indicando uma alta pontuação. Em medidas ligadas à novidade para clientes e a adaptação de novas tecnologias, mais de 70% dos donos de negócios australianos reportaram baixas pontuações em cada área.

Questões-chave

- Muito da política governamental em empreendedorismo está centrada em gerar inovação por meio de ciência e tecnologia. Há pouca evidência de sucesso nas políticas de difusão, em que nascentes, negócios novos e estabelecidos prontamente procuram e adotam novas tecnologias ou criam novos produtos e serviços para clientes e mercados.
- A Austrália permanece abaixo da média GEM (nos relatos de especialistas-chave) em medidas relacionadas à educação em empreendedorismo e à formação e ao crescimento de empresas novas em todos os setores da educação, do ensino fundamental até o superior.

- Os sustentados altos níveis de participação em empreendedorismo poderiam ser melhores se apoiassem medidas políticas que não apenas encorajassem a inovação no setor de negócios, mas que também direcionassem as ambições e intenções além do mercado interno, ou mesmo para crescentes exportações, e no sentido da criação de um ambiente de negócios que pensasse e agisse como participante global em um mundo globalizado.

ÁUSTRIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa total de atividade empreendedora para 2005 é 5,3%, o que corresponde à média obtida em Países membros da União Européia. Isto significa que se estima que cerca de 278.000 pessoas estejam envolvidas em atividades empreendedoras em estágio inicial. A Áustria está, portanto, no mesmo nível que a Alemanha e a França, posicionando-se entre o terço mais baixo de todos os Países participantes.
- A taxa de negócios novos tem crescido nos últimos anos; contudo, está em risco pela igualmente alta taxa de fracasso de empresários de empresas novas.
- A participação de mulheres no empreendedorismo corresponde à média, cerca de 1/3 da taxa total.
- Apenas 14,3% de todos os empresários iniciam seus negócios por necessidade, o que está abaixo da média, porém superior à dos Países escandinavos. Entretanto, a atividade empreendedora por necessidade das mulheres é duas vezes mais freqüente que a dos homens.

Característica Nacional Única

- Há uma vasta gama de programas disponíveis para o apoio à atividade empreendedora; especialmente para nascentes com inovação ou base tecnológica.
- O risco financeiro ainda é um problema para empreendimentos não-técnicos por meio de financiamento semente de segundo estágio (*second-stage seed financing*) entre •200.000 e •500.000, e para mulheres empreendedoras que não possuam histórico de crédito (*credit rating*

track), apesar de os programas governamentais serem vistos como apoiadores. “Pequeno é bonito” (“*Small is beautiful*”) – esta parece ser a máxima praticada.

- A taxa de investidores informais na Áustria é uma das mais baixas nos Países do GEM. Apenas 1,79% da população adulta investiu em negócios nos últimos três anos, o que é apenas a metade da taxa média (do nível) do GEM. Esta baixa taxa combina com a percepção de especialistas-chave que consideraram o apoio financeiro, juntamente com a educação e o treinamento, como uma das condições estruturais mais relevantes para a melhoria.

Questões-chave

- Para fortalecer o empreendedorismo, uma mudança das normas sociais e culturais, assim como de todos os estágios do sistema educacional, é considerada crucial. Um alto nível de incerteza, resistência ao risco e uma permanente discriminação contra o fracasso impedem uma prontidão em envolver-se em negócios novos. Por outro lado, um crescente índice de desemprego tem encorajado o trabalho autônomo, assim como um bom nível de criatividade, conhecimento técnico e habilidades sociais por parte da população (mais jovem).

CANADÁ

Nível de Atividade Empreendedora

- Pelo segundo ano consecutivo, a taxa de empreendedores iniciais aumentou, este ano de 8,9% para 9,3%. Isto significa que 1.912.000 adultos entre 18-64 anos estiveram ativamente abrindo ou administrando um negócio por um período de até 42 meses.
- Esse crescimento do empreendedorismo no Canadá foi modesto quando comparado ao observado nos Estados Unidos, onde o empreendedorismo cresceu de 11% para 12,4%, o que representa um crescimento de 13% no ano.
- O crescimento da taxa de empreendedores iniciais é explicado principalmente pelo número de empreendedores nascentes, não pelo

número de empreendedores de empresas novas. A taxa de nascentes cresceu de 6,0% em 2004 para 6,6% em 2005, e a taxa de empreendedorismo de negócios novos ficou estável em 3,6%.

- Fato que chama atenção é que o crescimento na criação de negócios não está associado ao decréscimo de fechamento de empresas, o que pode ser um bom sinal para a vitalidade econômica implícita. Tanto em 2004 como em 2005, apenas 2% dos respondentes indicaram que eles tinham fechado sua empresa.
- As iniciativas empreendedoras estão sendo apoiadas por um relevante aumento dos recursos financeiros vindos de investidores informais: a proporção de investidores informais cresceu de 2,7% para 4,2% em 2005, um crescimento no ano de 55%.

Característica Nacional Única

- O crescimento da atividade empreendedora é explicado principalmente pela iniciativa de imigrantes. Comparando 2004 com 2005, o taxa de empreendedores iniciais cresceu de 10,1% para 13,5% para imigrantes canadenses, enquanto a tendência ficou estável para toda a população de canadenses, ou seja, de 8,7% para 8,4%.
- Diferenças quanto ao gênero foram evidentes. A atividade empreendedora de mulheres diminuiu ligeiramente de 6,4% para 5,5%, enquanto para os homens aumentou de 10,1% para 13,1%.
- É estimado que 1.400.000 canadenses estiveram ativamente criando uma empresa social.
- As cidades da região oeste do País foram duas vezes mais empreendedoras que da região leste. A taxa de empreendedorismo para cidades do oeste foi 11%, mas apenas 10% em Ontário, 9% em Quebec e 4% em províncias marítimas.

Questões-chave

- Riqueza e empreendedorismo estão distribuídos de forma desigual pelas cidades canadenses. Conseqüentemente, mais esforços e apoio são necessários em regiões que são menos empreendedoras para intensificar-se o contexto empreendedor.

CHILE

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais do Chile em 2005 colocou o País no 8º lugar dos Países GEM, com 11,2% da população adulta (com idade entre 18-64 anos) envolvidos em atividades empreendedoras. Isto representa uma queda em relação a 2002/2003, quando foi registrada uma taxa de 15,7%. (O Chile não participou do GEM em 2004.)
- A maior razão para este decréscimo foi a redução do nível de empreendedorismo por necessidade de 6,7% em 2002/2003, para 2,9%. Especialistas consideram que este fenômeno esteja relacionado com a expansão experimentada pela economia chilena nos últimos três anos. Por outro lado, a taxa de empreendedorismo por oportunidade permaneceu estável em 8%.
- A taxa de empreendedorismo feminino no Chile é 8,2%, e a masculina 14,2%. Contudo, há um aumento importante na taxa de empreendedorismo feminino nascente, a qual constituiu 66% do total da atividade empreendedora nascente.

Característica Nacional Única

- A atividade empreendedora no Chile se baseia fortemente nos esforços orientados para o consumidor (com 56%), seguidos pela indústria de transformação, com 23% das empresas nascentes.
- A característica principal do perfil empreendedor chileno corresponde ao jovem masculino (24-44 anos), com níveis de educação mais altos (pós-secundário ou universitário) que possuem experiência profissional prévia.
- Das pessoas envolvidas em atividade empreendedora, 55% dedicam-se integralmente ao negócio. As motivações são maior independência e aumento da renda.

Questões-chave

- A atitude geral da sociedade chilena quanto à atividade empreendedora parece ser a de subestimar o aspecto criativo do empreendedorismo. A reversão gradual desta atitude é atualmente o principal objetivo da

política governamental. Este esforço, chamado de “Agenda Pró-Desenvolvimento”, está focado especialmente em escolas, universidades e associações empresariais.

- O orçamento do governo para promover atividades empreendedoras foi aumentado de \$3 dólares *per capita* em 2005 para \$15 *per capita* para o ano de 2006.

CINGAPURA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais em Cingapura aumentou de baixos 4,2% em 2000 para 7,2% em 2005. A taxa de Cingapura agora está acima da média para os Países membros do OCDE (6,8%) e representa também um aumento em relação aos 5,7% em 2004.
- Embora os homens tenham maior probabilidade que as mulheres de estarem envolvidos em atividades empreendedoras, a diferença de gênero começa a estreitar-se. A taxa de envolvimento feminino aumentou em 50%, de 3,4% em 2004 para 5,1% em 2005, enquanto o envolvimento geral masculino aumentou apenas 17%, de 8,2% em 2004, para 9,6% em 2005.
- Consistente com os anos anteriores, o empreendedorismo por oportunidade representa a maioria das atividades empreendedoras em 2005 (83,8%). Entretanto, a taxa de empreendedorismo por necessidade dobrou, de 0,6% da população geral em 2004 para 1,2% em 2005.
- Cingapura atingiu uma alta classificação global em termos de empreendimentos iniciais com alto potencial de crescimento. Com cerca de 1 em 5 empreendimentos esperando criar altos níveis de emprego, Cingapura está entre os Países no topo da classificação para atividades empreendedoras com alto potencial de crescimento.

Característica Nacional Única

- A taxa de investidores informais mantém uma tendência crescente desde 2003, com uma taxa de 3,5% em 2005, enquanto em 2004 foi de 2,7%. Nos últimos dois anos, a taxa de investidores informais de negócio de

Cingapura esteve acima da média global do GEM. Devido à expectativa econômica positiva e ao crescimento nos setores de P&D do País, é provável que os investimentos informais continuem a aumentar para prover apoio financeiro para o desenvolvimento de empreendimentos novos. O desafio-chave para os responsáveis pela elaboração de políticas é aprimorar o nível de profissionalismo e especialidade da comunidade de investidores informais, de forma que eles estejam mais preparados para investir em empreendimentos de alto risco e crescimento.

Questões-chave

- Especialistas estimaram que a atitude cultural quanto ao empreendedorismo esteve levemente superior em 2005 do que em anos anteriores. Isto parece refletir o sucesso de esforços para alavancar a educação e os treinamentos realizados para fortalecer a atitude empreendedora. Os elaboradores de políticas fizeram mudanças significativas no currículo educacional nos níveis fundamental, secundário e superior para moldar a geração jovem a ser menos resistente ao risco, e mais empreendedora. Entretanto, vai levar tempo para estas mudanças políticas causarem um impacto significativo na atitude da sociedade quanto ao empreendedorismo. Como revelado na pesquisa em 2005, o prestígio do empreendedorismo em Cingapura é estimado como ligeiramente abaixo da média global GEM.
- A efetividade da transferência de P&D é a terceira mais baixa condição estrutural para o empreendedorismo em Cingapura. Esta preocupação é tratada por muitas das recentes iniciativas políticas, que enfatizam P&D como uma prioridade nacional. O governo recentemente anunciou um aumento no orçamento total para o setor público de P&D, que subiu de algo que estava apenas em torno de SGD5 bilhões para o período de 2001 a 2005, para quase SGD12 bilhões para o período de 2006 a 2010, sendo que SGD5 bilhões estão reservados para uma nova Fundação Nacional de Pesquisa. Uma pesquisa de alto nível e um Comitê Empresarial e para Inovação (RIEC) também serão criados para fortalecer a inovação e para o crescimento e a geração de empregos. Essas iniciativas fornecem oportunidades promissoras para nascentes de alta tecnologia e empreendimentos com base em conhecimento. Será importante assegurar que esses recursos sejam efetivamente direcionados para receptores adequados, para elevar as capacidades tecnológicas e de internacionalização.

ESLOVÊNIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais, que caiu para 2,6% em 2004, aumentou consideravelmente para 4,4%. A despeito disto, a Eslovênia ainda está classificada no último quintil dos Países GEM. A melhoria da taxa foi totalmente causada pelo aumento da participação de empreendedores por oportunidade, de 3,8%, e atingiu o mais alto nível desde 2002, quando a Eslovênia se juntou ao GEM.
- A maioria da atividade empreendedora na Eslovênia é motivada por oportunidade. A razão oportunidade/necessidade aumentou de 5:1 em 2004 para 7,8:1 em 2005.

Característica Nacional Única

- Os homens predominam a atividade empreendedora. A razão de homens para mulheres é de 2:1, exceto entre os empreendedores por necessidade, em que há mais mulheres que homens. Os empreendedores têm em média uma melhor educação que a população em geral. A maioria dos empreendedores atingiu o segundo grau ou educação superior.
- Os empreendedores eslovenos demonstraram autoconfiança bem elevada. Noventa e seis por cento dos empreendedores estabelecidos e 90% dos empreendedores nascentes acreditam que eles possuem as habilidades e os conhecimentos necessários para empreender. Suas ambições por crescimento também são bem altas. Em torno de 19% de novos e cerca de 15% de empreendedores estabelecidos esperam empregar 20 ou mais pessoas nos próximos cinco anos.
- Quatro quintos das empresas nascentes e novas estão usando tecnologias mais velhas. O mais alto nível de uso de tecnologias recentes encontra-se em empresas estabelecidas; 14% delas estão usando tecnologia disponibilizada em menos de 1 ano.
- Mais de dois terços de todos os empreendedores acreditam que a maioria das pessoas prefere que todos tenham padrões de vida similares. Embora mais de dois terços acreditem que empreendedores tenham um alto nível de *status* e respeito, apenas metade dos empreendedores pensa que iniciar um novo negócio é uma opção de carreira desejável.

Questões-chave

- Entre as estruturas empreendedoras, programas e políticas governamentais merecem uma atenção especial. Especialistas atribuíram as mais baixas pontuações para o fardo da burocracia governamental e para os impostos.
- A Eslovênia ainda não atingiu um consenso nacional sobre a importância do empreendedorismo e o seu papel no crescimento econômico. Há muito a ser feito na área da educação e construção da consciência. O GEM da Eslovênia contribuiu para este debate e muitas de suas recomendações estão sendo consideradas.
- As questões-chave incluem o aprimoramento da capacidade para o empreendedorismo, alterando as normas sociais e culturais e de modo a tornar o empreendedorismo como uma opção de carreira desejável. A reforma da política macroeconômica e institucional, juntamente com a extinção de fardos administrativos e a simplificação do sistema de impostos contribuiria para a ampliação das atividades empreendedoras.

ESPANHA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais da Espanha é 5,7%. Este nível mostra uma certa recuperação com relação a 2004, especialmente em regiões como Madri e Catalunha. Esta taxa está um pouco acima da média para Países membros da União Européia, e muito similar à Alemanha, a Áustria e a França.
- Dez regiões espanholas foram analisadas neste relatório (Andalusia, País Basco, Castilha León, Ilhas Canárias, Catalunha, Estremadura, Madri, Galícia, Navarra e Valência). As regiões mais empreendedoras são Estremadura, Madri e Catalunha. Estas regiões mostram uma taxa de empreendedores iniciais 2% acima da média espanhola. A menos ativa é Castilha León, 1% abaixo da média espanhola.
- Os homens ainda têm aproximadamente duas vezes mais de probabilidade que as mulheres de estarem envolvidos em empreendedorismo, mas a taxa atual do envolvimento das mulheres aumentou em 2004. Há 0,6 mulher para cada homem empreendedor, enquanto no ano passado a razão foi de 0,4.

- A atividade de investimento informal na Espanha envolve 2,5% da população adulta e permanece no mesmo nível que em 2004. Este fato indica que investidores informais continuam a esperar por melhor clima político, econômico e social em geral.

Característica Nacional Única

- A proporção da população adulta envolvida em empreendimentos iniciais é de 2,3% como empreendedores nascentes, e 3,4% como empreendedores de empresas novas.
- A atividade intraemprededorismo continua sendo baixa na Espanha, e mudar esta situação é um dos objetivos políticos para os próximos anos.
- Na Espanha, 66,6% das iniciativas empreendedoras não esperam nenhuma expansão do mercado, 30,7% esperam um pouco, 2,2% alguma e apenas 0,5% esperam grande expansão de mercado.
- As pessoas continuam iniciando negócios mais por oportunidade (4,6% da população adulta) do que por necessidade (0,8% da população adulta). O principal motivo para tornar-se um empreendedor na Espanha é a independência.
- Embora o crescimento e a diversificação continuem a ser problemáticos na Espanha, os dados de 2005 mostram mudanças positivas no número de empregados. Tanto nascentes como empresas novas têm em média mais de três empregados, e expectativas de ter 4,5 empregados em cinco anos.

Questões-chave

- Este ano, o GEM na Espanha explorou a atividade empreendedora entre imigrantes. Os resultados mostram que imigrantes têm o dobro de atividade empreendedora em estágio inicial que a população espanhola em geral.
- A motivação para fechar empresas também foi explorada. As principais razões são: competição demasiada (33% dos casos), falta de financiamento (21% dos casos), número insuficiente de consumidores (16%), aposentadoria (11,4%), mudança de emprego (7,5%), mau planejamento (7,5%) e obsolescência de produto (4%).

ESTADOS UNIDOS

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais continuou a crescer nos Estados Unidos. A taxa é de 12,4% em 2005, enquanto em 2004 foi de 11,3%. Esta é a segunda maior taxa para os Estados Unidos, desde o início do GEM em 1999. Embora o crescimento seja modesto, ele confirma a tendência de empreendedorismo em estágio inicial nos Estados Unidos, e a maior taxa de atividade entre os Países do G7.
- O número de negócios estabelecidos decresceu em 2005 para uma taxa de 4,7%. A diferença entre a taxa de 2005 e a de 2004 é de 5,4%, e não é estatisticamente significativa. O decréscimo revela que mais pessoas abandonam empreendimentos estabelecidos do que entraram. A redução do número de negócios estabelecidos pode ser atribuída a diversos fatores, tais como o baixo nível de empreendedorismo em estágio inicial em 2001/2002, o fechamento de empresas, a mudança de proprietário e fusões. A taxa de empresas estabelecidas nos Estados Unidos é a quarta mais alta dos Países do G7.
- A diferença no gênero está aumentando novamente em 2005. A taxa para homens é de 15,2% e para mulheres é de 9,7%. A taxa entre as mulheres mostra um pequeno declínio, de 10,6% para 9,7%, enquanto a taxa para homens aumentou de 12% em 2004 para 15,2% em 2005. Comparado a outros Países do G7, as taxas dos Estados Unidos são 6,5% mais altas para homens e 5,3% para mulheres, e crescendo significativamente entre homens.

Questões-chave

- O número de investidores informais nos Estados Unidos constitui 4% da população adulta em 2005 – 4,3% abaixo do ano anterior. A taxa média de investidores informais no G7 é atualmente de 2,1%. Conseqüentemente, a taxa nos Estados Unidos é ainda duas vezes mais alta do que a do G7.
- Dos empreendedores nascentes, 32,3% esperam iniciar negócios no futuro próximo. Isto é 1,3% menor que em 2004, mas não representa uma significativa redução. O lado positivo é que as expectativas de longo prazo de iniciar um negócio novo são de 16,3%. Esta taxa é significativamente mais alta que a de 13,6% em 2004.

FINLÂNDIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A atividade empreendedora na Finlândia tem se mantido razoavelmente estável desde o declínio global em 2002. Em 2005, a taxa de empreendedores iniciais é de 5%, indicando um aumento de 0,6% em relação ao ano anterior. Quando comparada a outros Países nórdicos, a Finlândia está posicionada no meio com uma taxa de empreendimentos iniciais ligeiramente superior à da Dinamarca e à da Suécia.
- A taxa de atividade empreendedora feminina aumentou na Finlândia nos últimos cinco anos, enquanto para o mesmo período houve um leve declínio na taxa empreendedora masculina, portanto, estreitando a razão feminina/masculina para 0,8. Isto coloca a Finlândia entre os primeiros seis Países GEM na razão feminino/masculino em 2005, enquanto no ano 2000, a Finlândia era o último País da lista.
- A taxa de atividade empreendedora por necessidade cresceu na Finlândia, mas ainda permanece notavelmente baixa. O empreendedorismo por necessidade é baixo, apenas 0,6% da população, e a razão da taxa entre oportunidade e necessidade é 6:1.

Característica Nacional Única

- Aproximadamente metade da atividade empreendedora finlandesa é de empreendedorismo com dedicação em tempo parcial, isto é, os indivíduos estão engajados em criar um negócio como uma fonte extra de renda (ou como uma fonte principal de renda, mas dedicando-se menos de 38 horas por semana). De forma global, a participação em negócios com dedicação parcial é somente superior na Suécia, Bélgica e México.
- A pontuação da Finlândia é muito baixa em termos de atividade empreendedora de alto potencial. Apenas 2 em cada 100 indivíduos ativos em empreendedorismo esperam empregar pelo menos 20 empregados nos próximos cinco anos. Com este número, a Finlândia fica atrás de todos os nórdicos e de todos os Países GEM da Europa, exceto a Grécia.

Questões-chave

- Apesar do baixo nível de atividade empreendedora, a Finlândia está entre as mais otimistas das nações GEM, no que se refere a ver oportunidades de negócios, e atinge uma alta pontuação quanto a conhecer pessoalmente empresários que recentemente iniciaram empreendimentos. Mais que isto, a mídia oferece vários exemplos de histórias de empreendimentos de sucesso, e o medo de fracasso não é percebido como uma importante barreira para o empreendedorismo. Além disto, novos empreendedores são respeitados na sociedade. A Finlândia é o mais positivo de todos os Países GEM neste indicador.
- O baixo nível de atividade empreendedora na Finlândia pode estar relacionado à motivação pessoal e à capacidade de iniciar um negócio. Apenas em três Países (dos 35 que participaram em 2005) os indivíduos consideram um novo negócio menos desejável como uma opção de carreira do que eles o fazem na Finlândia. A Finlândia também ficou em uma baixa posição na avaliação pessoal da capacidade empreendedora: apenas um terço percebe que possui o conhecimento, as habilidades e a experiência requeridos para iniciar um novo negócio.
- Com base nos resultados do GEM, parece que a política empreendedora finlandesa deveria colocar ênfase maior em medidas que pudessem aumentar o desejo pelo empreendedorismo e o crescimento empresarial.

GRÉCIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais aumentou significativamente em 2005: cerca de 6,5% da população entre 18-64 anos abriram um novo empreendimento. Isto representa um relevante aumento em relação ao nível do ano passado, 5,8%, mas foi levemente inferior ao máximo do País, ou seja, 6,8% em 2003.
- Todos os componentes da atividade em empreendimentos iniciais aumentaram desde 2004; entretanto, o principal direcionador deste desempenho foi a atividade empreendedora nascente. Cerca de 8% da população está atualmente envolvida com um empreendimento nascente (5,6% em 2004).

Característica Nacional Única

- O crescimento da taxa de empreendedores iniciais vem acontecendo a despeito da piora na percepção de oportunidades de negócios. Apenas 19% acreditam que existirão no País boas oportunidades nos próximos meses, contra 32% em 2004.
- A atividade empreendedora na Grécia continua expressivamente focada em esforços orientados para o consumidor. Cerca de 70% de negócios novos (57% em 2004) estão relacionados com esta área de atividade, com a vasta maioria consistindo de varejo/hotéis/restaurantes.
- O empreendedorismo feminino apresenta um significativo aumento, mais rápido que o aumento de empreendimentos iniciais: cerca de 3,4% da população feminina entre 18-64 anos estavam em processo de criação ou tinham recentemente iniciado um negócio novo (2,9% em 2004).

Questões-chave

- O estudo de 2005 do empreendedorismo na Grécia traz à tona a mesma questão estratégica revelada nos relatórios nacionais, tanto em 2004 como em 2003: o dilema se o principal objetivo da política deveria ser a expansão quantitativa da atividade empreendedora ou o aprimoramento de sua qualidade.

HUNGRIA

Nível de Atividade Empreendedora

- Quando a Hungria juntou-se ao GEM em 2001, sua taxa total de empreendedores iniciais era de 11,5%. Em 2005, esta taxa despencou drasticamente para apenas 1,9%; a mais baixa de todos os Países GEM.
- A atividade empreendedora masculina (1,4%) é menor que a atividade empreendedora feminina (2,4%). Este é o único País do mundo onde as mulheres empreendedoras superam os homens.
- Os húngaros são bem pessimistas sobre futuros empreendedores nascentes: apenas 2,3% da população pensa em abrir um negócio nos

próximos três anos, comparados à média de 14,5% do GEM. Similarmente, apenas 10,4% da população húngara percebe a existência de boas oportunidades em suas comunidades locais, novamente baixa, comparada aos 38% da média GEM.

Característica Nacional Única

- De acordo com os especialistas húngaros, as barreiras-chave para a atividade empreendedora são as restritivas políticas governamentais, os altos níveis de burocracia, a constante mudança de regulamentações e uma estrutura física inadequada.
- A cultura húngara não apóia o caminho da carreira empreendedora: menos de um terço da população acredita que abrir um negócio é uma boa opção de carreira ou fornecerá um *status* elevado, comparado aos 60% da média mundial GEM.

Questões-chave

- Os especialistas, proprietários de negócios estabelecidos e empreendedores gostariam de ver mudanças nas políticas do governo quanto a pequenos negócios e empreendedorismo, particularmente em termos da diminuição dos custos para iniciar, estabelecimento de regulamentações e decréscimo na contribuição de impostos e contribuições.
- Desde 2000, uma das mais positivas mudanças foi a melhoria no acesso a empréstimos bancários para pequenos negócios. Durante os últimos anos, o governo adotou uma série de novos programas, os quais têm favorecido o empréstimo para pequenos negócios. Contudo, a falta de capital adequado ainda prevalece, inclusive de investimentos informais.
- Empreendedores necessitam habilidades gerenciais e de negócios para abrir e fazer crescer empresas de sucesso. Neste aspecto, a Hungria ainda é o último País entre os participantes: apenas 14% da população húngara acredita que possui as habilidades e os conhecimentos para iniciar um negócio. Enquanto a educação para gestão e empreendedorismo no nível superior parece atingir a média mundial, há uma falta de atenção para as habilidades empreendedoras na educação fundamental e secundária.

IRLANDA

Nível de Atividade Empreendedora

- Na Irlanda, a taxa de empreendedores iniciais é 9,8%. Isto significa que quase um em dez, da população adulta, estava planejando ativamente abrir um novo negócio (5,7%), ou o tinha feito de fato nos 42 meses antes da pesquisa (4,2%). Isto coloca a Irlanda na frente dos Países da União Européia que participaram da pesquisa GEM em 2005.
- Esse resultado indica um aumento no nível de atividade empreendedora na Irlanda durante 2005, comparada à taxa de 7,7% em 2004, e é consequência de um aumento tanto no número de empreendedores iniciais como empreendedores novos. Este é o primeiro aumento desta natureza que o GEM detectou na atividade de empreendimentos iniciais na Irlanda desde 2001.
- Há um aumento no número que indica a intenção de abrir um novo negócio nos próximos três anos (12,6% comparados aos 11% em 2004);
- Uma em cada duas pessoas adultas percebeu que havia boas oportunidades de iniciar-se um novo negócio nos próximos seis meses (50% comparados aos 43% em 2004 e 33% em 2003).
- O número de pessoas planejando ativamente iniciar um novo negócio também cresceu (5,7% comparados aos 4,4% em 2004).
- Em 2004, o GEM na Irlanda detectou o primeiro aumento significativo no número de mulheres empreendedoras iniciais (5,0% comparados aos 3,7% em 2003). Esta melhoria foi sustentada em 2005 (5,5%). Apesar disso, a diferença entre gêneros entre os empreendedores iniciais foi ampliada mais uma vez, já que a porcentagem de homens envolvidos em empreendimentos iniciais aumentou consideravelmente em relação ao ano anterior (14,2% comparados aos 10,4%). Na Irlanda, homens têm duas vezes e meio mais probabilidades do que as mulheres de estarem envolvidos em atividade empreendedora.

Característica Nacional Única

- Há um forte apoio ao contexto cultural na Irlanda. Praticamente todos os especialistas e empreendedores consultados destacaram que as normas culturais e sociais vigentes contribuem para um ambiente favorável ao

empreendedorismo. Além disso, mais de dois terços dos adultos (69%) consideram que começar um negócio representa uma boa opção de carreira, enquanto 79% dos adultos consideram que há um alto grau de *status* associado a esforços empreendedores bem sucedidos.

- Oitenta e três por cento dos adultos acreditam que há uma mídia positiva cobrindo o empreendedorismo na Irlanda. Isto é confirmado pelos especialistas e empreendedores consultados dentro da Irlanda, que mais uma vez destacaram a mídia como sendo a mais positiva em seu apoio ao empreendedorismo do que observado em qualquer outro País.
- O tamanho pequeno do mercado doméstico significa que empresas que desejem crescer são forçadas a exportar em um estágio mais inicial de seu desenvolvimento do que aconteceria em um País com um mercado doméstico maior.
- Há uma diferença de gênero quanto às aspirações dos empreendedores, sendo que os homens empreendedores são mais voltados ao crescimento e à exportação.

Questões-chave

- Especialistas continuam a destacar questões acerca do acesso e da disponibilidade de financiamento como sendo uma deficiência, o que restringe o desenvolvimento de uma economia empreendedora totalmente desenvolvida. Por exemplo, a atividade de investimento informal na Irlanda continua sendo muito baixa (2,5%) em relação ao nível de atividade empreendedora no País.
- Dada a melhoria no nível de atividade de empreendimentos iniciais, a questão-chave deve ser a de maximizar o número de negócios novos que são capazes de atingir um crescimento significativo. Muitos destes terão de exportar desde um estágio inicial de seu desenvolvimento dado o pequeno tamanho do mercado doméstico.

ISLÂNDIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A atividade empreendedora na Islândia esteve entre as mais altas da Europa nos últimos quatro anos. Atualmente, a taxa de empreendedores iniciais está em 10,7%, a qual é significativamente menor que em 2004, quando a participação atingiu seu pico de 13,6%.

- A taxa de investidores informais na Islândia está entre as mais altas do mundo. Seis vírgula cinco por cento da população investiu em negócios novos nos três últimos anos. A quantia investida por investidor, a despeito disso, é a mais baixa no mundo.

Característica Nacional Única

- O alto nível de atividade empreendedora, tanto em termos de criação de empresas novas e investimentos informais é único, comparado a outros Países nórdicos e à Europa. O contraste entre a Islândia e os demais Países nórdicos é interessante, considerando o fato que a Islândia é um País de alta renda, e que compartilha muitos dos valores culturais com os demais Países nórdicos e que opera um extensivo sistema de bem-estar social.
- Na Islândia, há uma atitude positiva em relação ao empreendedorismo. Ele é considerado uma opção de carreira desejável por mais da metade da população. O empreendedorismo bem-sucedido é visível na mídia e valorizado, mesmo considerando-se que a maioria dos islandeses prefere que todos tenham um padrão de vida similar.
- Embora existam organizações e iniciativas apoiadas pelo governo para os empreendedores, há uma falta de políticas governamentais explícitas no que se refere ao empreendedorismo.
- Empreendedores islandeses tendem a ser otimistas sobre o crescimento de oportunidades disponíveis para suas empresas. Em 2005, cerca de 15% dos empreendedores esperavam alto crescimento nos cinco anos seguintes. Cerca de 13% esperavam mais de 75% das receitas virem das exportações.

Questões-chave

- O acesso a financiamento para a inovação é seriamente escasso na Islândia. Capital semente (Seed) e capital de risco no estágio inicial são quase inexistentes no momento e a indústria de capital de risco é recente. Entretanto, esta questão pode estar gradativamente melhorando, já que especialistas estão menos negativos sobre acesso a financiamento em 2004.
- A educação empreendedora é escassa, especialmente para o nível primário e secundário. Algumas iniciativas estão sendo iniciadas, mas são experimentais e fragmentadas.

- Embora os islandeses pareçam ser bem ativos e ambiciosos no que se refere a estabelecer novos negócios, eles provavelmente carecem de experiência e de suporte financeiro para explorar suas oportunidades.

ITÁLIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais na Itália tem aumentado gradualmente nos últimos três anos, atingindo um nível de 4,9% em 2005 (acima de 3,2% em 2003). Em outras palavras, 1 entre 20 adultos começou um novo negócio em 2005 ou estava envolvido na gestão de um negócio novo. Este nível é inferior à média dos Países membros da União Européia (só a Dinamarca, Holanda, Bélgica e Hungria tiveram níveis mais baixos de empreendedores iniciais), embora a diferença tenha diminuído.

Característica Nacional Única

- Como em anos anteriores, os homens tiveram maior probabilidade que as mulheres de estarem envolvidos em empreendimentos iniciais. Os homens constituíram 65% de todos os empreendedores. Entretanto, tem havido um crescimento no número de mulheres empreendedoras, que constituíram 35% em 2005 (acima dos 26% em 2004).
- A maioria dos empreendimentos iniciais era de pessoas entre 25-34 anos de idade. Esta categoria totalizou 55% do número total de empreendedores. A segunda maior categoria foi entre 35-44 anos de idade.
- A maioria dos empreendimentos iniciais na Itália foi mais motivada por oportunidade do que por necessidade, como é o caso em outros Países da União Européia. A principal motivação para iniciar um novo negócio é o aumento da renda, seguido por um desejo de independência.

Questões-chave

- Entrevistas com especialistas sugerem que há uma predisposição empreendedora razoavelmente forte, e isso parece ser confirmado pelo fato de que apenas 24% dos respondentes disseram que o medo do fracasso os impediria de iniciar um novo negócio. Isto é mais baixo que quase todos os

Países da União Européia, inclusive aqueles que têm níveis mais altos de empreendimentos iniciais, tais como o Reino Unido (onde 35,8% disseram que o medo do fracasso os impediria) e Irlanda (37,9%).

- Entretanto, a Itália se classifica abaixo de outros Países da União Européia em outras medidas. Somente cerca de um terço dos respondentes conhecem um empreendedor (29,6%) e acreditam possuir as habilidades e experiência para iniciar um novo negócio (32,2%). Mais que isto, poucas pessoas acreditam que haverá boas oportunidades de iniciar um novo negócio em curto prazo (13,9%).
- A despeito de um constante crescimento nos últimos três anos, os níveis de empreendimentos iniciais na Itália estão ainda mais baixos que em outros Países da União Européia e OECD, e precisa haver um foco maior na criação da cultura empreendedora e investimento nas habilidades profissionais de empreendedores novos, para ajudá-los a estabelecer e fazer crescer seus empreendimentos. As políticas deveriam focar em investimento em P&D, no acesso a recursos financeiros e na criação de condições básicas mais favoráveis para novos negócios nascentes, começando com menores impostos e um mercado de trabalho mais flexível.

JAMAICA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais na Jamaica em 2005 é 17,1%. Isto se compara de forma favorável com outros Países como a Nova Zelândia, considerada um dos mais empreendedores Países do mundo desenvolvido.
- Os empreendedores nascentes totalizam 61,4%, comparados aos empreendedores de empresas novas, de 38,6%.
- Jamaicanos são tipicamente criativos, como revelado em sua motivação para a atividade empreendedora. A oportunidade domina as respostas para os motivos (56,2%), seguidos por motivos de necessidade (36,5%) e outros motivos (7,3%).

Característica Nacional Única

- Os jamaicanos acreditam fortemente que possuem o conhecimento e as habilidades para ter e operar seus novos negócios. A motivação para perseguir o trabalho “autônomo” poderia ser prejudicada pela falta de

renda fixa e benefícios (tais como seguro de saúde e aposentadoria) a que eles teriam direito caso fossem empregados.

- A atividade empreendedora masculina supera a feminina (55,1%: 44,9%), embora a razão de homens para mulheres na educação superior seja revertida (70% mulheres: 30% homens). Isso representa uma oportunidade para as instituições de ensino superior aumentarem suas ofertas de educação para o empreendedorismo, para atrair mais mulheres para se tornarem empreendedoras.
- Tradicionais estudantes em idade universitária (até 24 anos) não estão tão envolvidos em atividades empreendedoras, embora muitos (52%) da população pensassem que abrir um novo negócio poderia ser uma boa opção de carreira.

Questões-chave

- A taxa média de negócios nascentes da Jamaica é baixa quando comparada à dos Países desenvolvidos. Embora 32,4% afirmaram o medo de fracasso como uma possível razão, outras questões como regulamentação de impostos pelo governo, inflação, aumento nos preços do petróleo e efeitos de flutuação podem ser razões que minimizam esta situação.
- Com base nos níveis de empresas usando novas tecnologias (24,6%), o desenvolvimento de alianças é necessário para permitir a transferência de tecnologias de setores de treinamento para o setor industrial.
- Nossos especialistas acreditam que o recente aumento na Taxa Geral de Consumo (TGC) torna menos viável a operação de pequenas empresas.
- O governo e outras agências de investimento talvez precisem fornecer incentivos para encorajar a atividade empreendedora e reduzir o desemprego no País.

LETÔNIA

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa total da atividade empreendedora na Letônia é 6,7%, próximos à média de todos os Países GEM (6,2%), mas muito menor que a de Países com uma economia de mercado desenvolvida, como os Estados Unidos

(12,4%) ou Irlanda (9,8%). Por outro lado, quando comparada à outra economia pós-comunista na amostra, o nível de empreendedorismo é mais alto. A Hungria tem 1,9% e a Eslovênia tem 4,3%.

- A taxa de empreendedores nascentes é de 4,2%. Esta proporção é um tanto maior que na maioria dos Países desenvolvidos.
- Oitenta por cento dos empreendimentos iniciais são motivados pela oportunidade, o que é um tanto acima da média (a média é cerca de 76%). Contudo, a incidência de empreendedorismo por oportunidade é menor para empreendedores nascentes (70%).

Característica Nacional Única

- De forma interessante, a Letônia é caracterizada por altos níveis de cultura que apoia o empreendedorismo, um achado surpreendente para uma economia pós-comunista.
- A Letônia tem duas vezes o número de empreendedores em setores extrativistas (quase 10%, se comparada aos 5%, média para todos).

MÉXICO

Nível de Atividade Empreendedora

- Em 5,9%, a taxa de empreendedores iniciais do México diminuiu consideravelmente de seu 2,4% mostrado quando o México participou do GEM pela última vez em 2002. Algumas das razões poderiam ser os distúrbios econômicos e sociais dos últimos anos, tais como a recessão da economia dos Estados Unidos e as mudanças no ambiente político no México.

Característica Nacional Única

- Embora os indicadores macroeconômicos mostrem que o México está em uma boa trilha econômica, as empresas ainda enfrentam um forte problema financeiro no nível microeconômico. Os declínios na atividade econômica e nas exportações estão refletidos no nível de empresas que fecharam nos anos anteriores à pesquisa, o que constitui quase três vezes a média.

- Uma certa atitude cultural para dirigir o negócio sozinho e não confiar em sócios pode ser vista em típicos donos de empreendimentos, o que está abaixo da média de outros Países.
- Os homens predominam as empresas motivadas por oportunidade, enquanto as mulheres o fazem em empresas motivadas por necessidade. Isto é consistente com o alto número de pequenas empresas familiares dirigidas por mulheres, tanto em áreas rurais quanto urbanas do México.
- As dinâmicas da economia mexicana são refletidas na participação dos setores, sendo principalmente representada pelo setor de serviços. A maioria do apoio e da assistência governamental e de ONGs é para o apoio a negócios urbanos de serviços ao consumidor.
- Os níveis educacionais médios para empreendedores novos estão no nível secundário, com um baixo conhecimento sobre as demandas de mercado e sobre específicos produtos ou serviços.
- A taxa de empreendedores envolvidos parcialmente com o negócio é mais alta que em outros Países. Os empreendedores novos mexicanos dividem seus tempos com outras atividades até o momento em que sentem e sabem que vale a pena dedicar-se integralmente ao empreendimento.

NORUEGA

Atividade Empreendedora Total

- A Noruega teve uma alta taxa de empreendedores iniciais sob o governo Bondevik (2001-2005). O último número é 9,3%, um significativo aumento de 7,0% em 2004. Isto torna a Noruega o mais empreendedor dos Países na Europa.

Característica Nacional Única

- Quase não há empreendedorismo por necessidade na Noruega. Os noruegueses começam negócios para explorar oportunidades e não pela falta de melhores opções de emprego.
- A taxa de empreendimentos iniciais entre as mulheres permanece baixa, comparada a outros Países que participam do GEM.

- O acesso ao capital financeiro é um problema para os negócios nascentes noruegueses.

Questões-chave

- Recomendações políticas para a Noruega incluem: melhorar o acesso ao capital em negócios nascentes; estabelecer o microcrédito em bancos estatais; introduzir incentivos fiscais facilitando o processo de abertura de empresas – a agência responsável por tais esforços deveria estar localizada próximo aos empreendedores.
- Desenvolver um “pacote” para empreendedores, contendo conselheiros aprovados oficialmente (legislação, marketing, desenvolvimento da idéia do negócio, plano de negócio, patentes etc.) que pudessem suprir o empreendedor com conhecimentos sobre o processo de abertura, e o que é necessário para o sucesso.
- Oferecer cursos sobre abertura de negócios e gestão de pequenas empresas em todos os níveis de educação e em todas as áreas que lidem com tecnologia. Reconhecimento de oportunidade e criatividade deveriam estar na pauta. Desenvolver um laço mais forte entre a pesquisa e educação e o setor privado.
- Estabelecer escritórios de transferência de tecnologia em todas as universidades. Desenvolver conhecimento no setor privado sobre como receber e implementar pesquisa. Maior foco em empresas com alto potencial de crescimento.
- Fortalecer o departamento que controla a concorrência. Iniciar um fundo estatal, ou providências relacionadas a um seguro, que possam apoiar as empresas médias e pequenas quando suas patentes e direitos autorais forem ameaçados por empresas maiores.
- Melhorar a infra-estrutura, com a construção de novas estradas, ferrovias e acesso melhorado à telecomunicação. Desenvolver um melhor clima para o empreendedorismo entre o público e entre as instituições estatais. Organizar uma rede de segurança para empreendedores. Oferecer benefícios que dêem aos empreendedores melhores possibilidades de tomar conta de suas famílias enquanto estiverem abrindo seus negócios.

NOVA ZELÂNDIA

O relatório da Nova Zelândia de 2005 foi inteiramente patrocinado pelo Ministério de Desenvolvimento Maori. Os Maoris são habitantes polinésios indígenas de Aotearoa ("Terra da Longa Nuvem Branca"). O GEM da Aotearoa Nova Zelândia é o maior estudo já feito sobre a atividade empreendedora entre as comunidades indígenas no mundo.

Níveis da atividade empreendedora

- Em termos da taxa de empreendedores iniciais, Aotearoa com 17,7% e Nova Zelândia com 17,6% foram ultrapassados apenas pela Tailândia e Venezuela, mas eles excederam significativamente os Estados Unidos e o Reino Unido. Cerca de 25,0% dos Maoris versus 13,1% dos Pākehā (não-Maori na Nova Zelândia) dizem que eles esperam abrir uma nascente nos próximos três anos.
- Os empreendedores Maoris vivenciam algumas dificuldades, por exemplo, 6,5% dos Maoris possuem e operam negócios estabelecidos, comparados aos 10,8% na população geral. Mais que isto, apenas 37% dos empreendedores Maoris sobrevivem 42 meses, comparados aos 62% na população geral.
- Os empreendedores Maoris entre 35-44 anos de idade têm algumas das mais altas taxas TEA jamais registradas pela pesquisa GEM. Cerca de um em três, entre 35-44 anos de idade, é um empreendedor.

Característica Nacional Única

- Cerca de 83% dos empreendedores Maoris são empreendedores por oportunidade, um valor comparável ao Canadá, à Áustria e aos Estados Unidos. Os Maoris têm uma maior taxa de empreendedorismo por necessidade que a população geral, entretanto, não é correto dizer que a maioria dos Maoris é de empreendedores por necessidade.
- Para neozelandeses, tanto Maori como não-Maori, a criação de riqueza não é tão importante quanto a independência. Os Maoris têm o dobro de empreendedores motivados por independência que por riqueza. O típico empreendedor é um empreendedor por oportunidade como estilo de vida, optando muito mais por uma vida profissional balanceada do que pela criação de riqueza.

- Os empreendedores da Nova Zelândia, tanto Maori como não-Maori, têm o dobro da taxa global de “nos não enfrentamos concorrência direta” e estão no topo da classificação em otimismo para o negócio.
- Os Maoris definitivamente são abertos à tecnologia. Em termos de inovação tecnológica, 18% dos empreendedores Maoris afirmam estarem usando a tecnologia mais recente, comparados aos 10% da população geral de empreendedores da Nova Zelândia.
- Os Maoris também têm muito mais altas expectativas de crescimento. Dos empreendedores Maoris, 12,3% acreditam que eles irão criar 20 empregos em cinco anos, comparados aos 8,1% da população geral.
- As mulheres Maoris têm a terceira maior taxa mundial de empreendedorismo por oportunidade e apenas uma taxa moderada de empreendedorismo por necessidade. Os homens Maoris têm taxas muito mais altas de empreendedorismo por necessidade, cerca de cinco vezes a taxa da população masculina geral.
- Os Maoris têm a mais alta taxa de investimento informal do OCDE e o dobro da taxa de investimento informal de outros Países GEM.
- Mais Maori (71,3%) que outros neozelandeses (60,5%) dizem que começar um negócio é uma boa opção de carreira.

Questões-chave

- A Nova Zelândia em geral se diferenciou desde 2001 como um dos Países mais empreendedores do mundo. Surpreendentemente para alguns, a população indígena polinésia, os Maori-neozelandeses, são tão empreendedores quanto os europeus neozelandeses. A despeito disto, o governo da Nova Zelândia tem ignorado imensamente a política para o empreendedorismo, enquanto se concentra na política para a inovação. O empreendedorismo como um conceito não se encaixa na ideologia governamental de coalizão direcionada para o trabalho. Grandes empresas e as câmaras de comércio estão bem desinteressadas no empreendedorismo e preferem focar na política para o pequeno negócio e fundos para a inovação. Enquanto as idéias com potencial para serem comercializadas aumentaram, a oferta de empreendimentos com alto crescimento não. A Nova Zelândia é amplamente um País com empreendedores por estilo de vida com baixos horizontes e ambições. Eles

preferem explorar as oportunidades existentes em equilíbrio, e otimizar oferta e procura, a explorar as oportunidades de empreendimento inovador e criar novos mercados domésticos e no exterior.

REINO UNIDO

Nível de Atividade Empreendedora

- A taxa de empreendedores iniciais permaneceu aproximadamente a mesma no Reino Unido, em 6,2%. Esta é a terceira maior taxa dos Países do G7, atrás dos Estados Unidos (12,4%) e Canadá (9,3). A diferença entre o Reino Unido e os Estados Unidos aumentou em 2005.
- Os empreendimentos iniciais masculinos diminuíram levemente de 8,5% para 8,1%, na população do Reino Unido. A taxa feminina permaneceu a mesma, em 3,9%.
- O empreendedorismo por necessidade no Reino Unido caiu de 1,4% para apenas 0,7% entre 2001 e 2005. O empreendedorismo por oportunidade aumentou pouquíssimo no mesmo período, de 5,1% para 5,2%.
- O Reino Unido é o único País do G7 a ver uma queda de 50% no empreendedorismo por necessidade, combinado com um leve aumento no empreendedorismo por oportunidade. Em outros Países, embora o empreendedorismo por necessidade tenha caído, o mesmo ocorreu com o empreendedorismo por oportunidade.
- O Empreendedorismo em todas as regiões do Reino Unido aumentou de uma maneira geral desde 2002. Entretanto, no ano passado houve uma notável redução na atividade empreendedora na parte leste da região central (Midlands) e Nordeste. A atividade empreendedora permaneceu a mesma ou decresceu levemente no norte da Irlanda, no sudeste, no sudoeste e em Gales. Ela aumentou no Leste da Inglaterra, Londres, Noroeste, Escócia e Yorkshire, e em Humberside.
- As atitudes em relação ao empreendedorismo são geralmente positivas, com um grande aumento no número de pessoas vendo boas oportunidades de negócios. Entretanto, o medo de fracasso aumentou ligeiramente de 32% para 34% na população como um todo.
- Grupos de minorias étnicas são, como em anos anteriores, substancialmente mais empreendedoras em comparação aos brancos. A taxa entre os indianos

e paquistaneses são duas vezes mais altas que em comunidades brancas. A comunidade africana negra tem o triplo da taxa. As mulheres africanas negras são mais empreendedoras que os homens africanos negros, e aproximadamente seis vezes mais que mulheres brancas.

- As taxas para aqueles que esperam iniciar um negócio nos próximos três anos dobrou, independente do gênero ou nível educacional. A atividade empreendedora entre as pessoas com uma graduação ou pós-graduação é significativamente superior que para aqueles sem uma educação universitária.

SUIÇA

Nível de Atividade Empreendedora

- A Suíça tem uma taxa de empreendedores iniciais de 6,1%, a qual corresponde à média de todos os Países GEM, e entre os três melhores níveis de atividade empreendedora na Europa.
- A maioria das pessoas na Suíça começa seus negócios porque vê uma boa oportunidade em abrir um negócio. Apenas 14% dos empreendedores iniciais começaram um negócio porque eles não tinham uma opção melhor de trabalho.
- Comparada à última pesquisa GEM em 2003, a taxa de empreendimentos iniciais é mais de 1% menor. Pouco menos de 3% são empreendedores nascentes. Esta taxa situa a Suíça em uma posição mediana entre os Países europeus.
- Há diferenças substantivas nas taxas de empreendedorismo entre as regiões suíças.

Característica Nacional Única

- Da população adulta, 4,1% são investidores informais, uma alta proporção, mesmo comparada aos Estados Unidos.
- A pesquisa com especialistas mostra que a oferta de empréstimos poderia ser melhorada. O nível de impostos e a infra-estrutura física foram destacados positivamente.

Questões-chave

- A Suíça é uma nação rica. Contudo, o baixo crescimento do PIB e o baixo nível de competição assegurarão que o empreendedorismo esteja na agenda política nos próximos anos.

- O desemprego é, em uma comparação internacional, muito baixo. Os custos de oportunidade para iniciar e manter um negócio são, portanto, bem altos.

VENEZUELA

Nível de Atividade Empreendedora

- A Venezuela tem uma das mais altas taxas de empreendedores iniciais. De 27,3% em 2003, ela atualmente fica em 25%, dos quais 15,6% são por oportunidade (62,2% de todos os empreendedores) e 9,4% por necessidade (38,8% de todos os empreendedores).
- Apesar de a atividade empreendedora ter diminuído levemente, a proporção de empresários motivados por oportunidade aumentou comparada aos por necessidade, colocando a Venezuela no topo da classificação GEM.
- Os empreendimentos iniciais são um pouco maiores para homens, com um indicador de 26,1%, enquanto para mulheres representa 23,9% da população adulta.

Característica Nacional Única

- Em termos de distribuição regional, os centros de iniciativa empreendedora são a zona centro-ocidental, com 35,8%; a zona central, com 32,8%, e Zuliana, com 28,5%, enquanto a região de Los Llanos apresenta o mais baixo nível, 8,9%. A região da capital tem 16,1%.
- Com relação ao tipo de negócio preferido pelo empreendedor venezuelano, os setores favoritos são o varejo de alimentos, restaurantes, têxteis, eletrodo-mésticos, telecomunicações e acesso a Internet. Essas atividades concentram 51,5% dos negócios novos.

Questões-chave

- O custo do acesso à comunicação, o conhecimento e as habilidades para iniciar um novo negócio e infra-estrutura foram os aspectos mais positivamente avaliados pelos especialistas. Os mais negativamente avaliados foram a concessão de autorizações e licenças, e a disponibilidade de financiamento por meio da oferta pública inicial (IPOs).

5 SINALIZAÇÕES

O GEM, ao proporcionar uma descrição abrangente da atividade empreendedora no País, fornece também um conjunto de informações que tem possibilitado, ao longo dos anos, apresentar à sociedade algumas sinalizações com o objetivo de estimular o debate para desenvolver a dinâmica empreendedora no País. Enfatizam-se aqui aspectos qualitativos do empreendedorismo, pois, em termos quantitativos, pode-se dizer que o Brasil é um País fortemente empreendedor. O desafio deve estar voltado para o aprimoramento dos empreendimentos, agregando a estes inovações, sejam elas tecnológicas ou gerenciais, que se traduzam em diferenciais competitivos e sustentabilidade.

Neste documento, são resgatadas as principais sinalizações elaboradas a partir da opinião dos especialistas entrevistados desde o primeiro ano da pesquisa no Brasil.

As sinalizações estão dirigidas a públicos específicos, cujos interesses nos resultados da pesquisa GEM se materializam de formas distintas. São eles: Educadores, Formuladores de Políticas Públicas em todas as esferas governamentais, Planejadores e Gestores de Programas voltados ao empreendedorismo e Pesquisadores vinculados ao tema.

Naturalmente, não se esgotam aqui as possibilidades de intervenções. Cada tipo de público, a partir da leitura e reflexão sobre as análises e proposições, terá seus próprios *insights* relativos a ações pertinentes ao seu campo de atuação.

Sinalizações voltadas aos Educadores

Conforme visto anteriormente, a sociedade brasileira hoje aceita e valoriza de forma muito mais intensa a atividade empreendedora. O empreendedor é visto como possuidor de um *status* social mais elevado do que seguramente o era em outras épocas. Com base no exposto, percebe-se que a “escola” já encontra solo fértil para desenvolver projetos educacionais mais arrojados no que tange ao estímulo e fortalecimento da mentalidade empreendedora.

Assim sendo, algumas sinalizações destinadas ao universo educacional brasileiro podem ser apresentadas:

- Muitas evidências indicam que uma das principais causas das dificuldades enfrentadas pelo Brasil em todas as áreas de atividade encontra-se na deficiência educacional do povo. Nos últimos anos é visível a melhoria neste quadro sob o ponto de vista quantitativo, ou seja, mais crianças estão na escola e reduziram-se as taxas de analfabetismo. Entretanto, é hora de centrar esforços na melhoria qualitativa do ensino no País que, segundo inúmeros indicadores, encontra-se ainda abaixo de padrões necessários para uma vida cidadã em uma sociedade democrática moderna.
- A melhoria nas condições do empreendedorismo brasileiro passa naturalmente pela escola. Os projetos pedagógicos, em todos os níveis, devem incluir o desenvolvimento da cultura empreendedora, sobretudo nas crianças e jovens. Para tanto, o Ministério, Secretarias Estaduais e Municipais da Educação devem criar programas de capacitação voltados aos educadores de uma forma geral, qualificando-os para a elaboração de tais projetos. Fechando o ciclo, faz-se necessário que os órgãos que realizam as avaliações educacionais contemplem, em seus instrumentos, indicadores que permitam verificar a evolução e os resultados alcançados no tocante ao desenvolvimento da cultura empreendedora.
- O desenvolvimento da mentalidade empreendedora por meio da escola não se limita a conteúdos programáticos das disciplinas. Faz-se necessário propiciar a aproximação do estudante com o mundo empresarial, pelo conhecimento de casos de sucesso empreendedor, bem como das dificuldades e dos desafios que cercam essa atividade. Dessa forma, quando se depararem na vida adulta com esta alternativa de atividade profissional, o cenário não será totalmente desconhecido, possibilitando, assim, que um novo empreendedor surja com melhores condições de fazer que seu empreendimento se desenvolva.
- As instituições de ensino também precisam ser criativas em seu propósito de fomentar a cultura empreendedora nos alunos. Ofertar disciplinas de empreendedorismo não é suficiente, é necessário que seus projetos pedagógicos combinem conteúdos formais com o desenvolvimento do conhecimento, habilidades e atitudes empreendedoras, utilizando, por exemplo, métodos voltados à solução de problemas, tornando o Empreendedorismo um tema transversal, que perpassa todas as disciplinas.

- No nível superior, as instituições de ensino, por meio de seus projetos político-pedagógicos, precisam valorizar a capacidade criativa dos estudantes, desenvolvendo mecanismos que permitam a transposição de soluções inovadoras (produtos, processos, metodologias e ferramentas) geradas no mundo acadêmico, para o mundo da economia real, de modo a identificar e promover oportunidades concretas de desenvolvimento profissional. Por outro lado, as Instituições de Ensino Superior devem estar atentas às múltiplas expressões de criatividade e empreendimentos surgidos no seio da sociedade, refletindo, sistematizando, amplificando e difundindo-as a favor da população mediante o uso de seus conhecimentos e métodos científicos.
- Incubadoras de empresas, programas de pré-incubação (onde idéias de alunos de graduação podem ser transformadas em projetos e estes em empresas), escritórios de intermediação entre empresas e Instituições de Ensino Superior (IES), são estruturas que deveriam ser mais estimuladas e apoiadas, principalmente entre as IES de menor porte e longe dos grandes centros, que poderiam atuar cooperativamente, criando condições objetivas para a transformação de boas idéias em negócios promissores e rentáveis.

Sinalizações voltadas para Formuladores de Políticas Públicas.

Quando as “Condições Nacionais para Empreender” são avaliadas, um dos fatores que sempre aparece com uma percepção negativa aos olhos dos especialistas em empreendedorismo no Brasil, diz respeito a “Políticas Governamentais”.

Para todas as esferas de governo é possível realizar indicações referentes a Políticas Públicas que fortaleçam o ambiente de negócios no País, embora algumas delas já sejam fortemente difundidas na sociedade em geral e objeto de atenção dos diferentes Poderes do Estado:

- Redução dos requerimentos formais exigidos, bem como e também dos custos para se formalizar um empreendimento;
- Substituir progressivamente inspeções e fiscalizações prévias por formas autodeclaratória de responsabilidade civil perante os órgãos públicos;
- Maior integração entre diferentes órgãos e esferas governamentais envolvidos na formalização de empresas, propiciando maior agilidade na

obtenção de documentos, tais como certidões, licenças e outros. Existem práticas testadas em outros países e regiões, e mesmo em território nacional, que levaram a reduções substanciais de tempo e procedimentos para o registro formal das empresas. Caberia aos formuladores de políticas fazer o necessário para conhecer, analisar e filtrar essas práticas, com vistas à sua adaptação à realidade brasileira;

- No âmbito tributário destaca-se a necessidade de se ampliar os benefícios fiscais e trabalhistas para as pequenas empresas, sobretudo as novas e nascentes. Dentre os estímulos mais expressivos esperados está uma adequação nos prazos de recolhimento dos tributos, condizente com a dinâmica dos fluxos de caixa das novas empresas. Dessa forma, as micro e pequenas empresas poderiam pagar seus tributos em prazos e condições acordes com o seu processo de consolidação;
- Como política de indução ao empreendedorismo, os governos devem fazer uso inteligente de seu poder de compra para incentivar o nascimento e, principalmente, o fortalecimento de novas empresas. Critérios relativos ao porte das empresas, diferenciais de agregação de valor e conteúdo inovador de processos e produtos, deveriam fazer parte dos procedimentos usados pelos governos para realizar suas compras;
- A utilização da *internet* para a realização dos processos governamentais de compra deveria ser difundida e estendida para todas as esferas de governo, em especial para as pequenas prefeituras, as quais teriam importante papel a desempenhar no incentivo do empreendedorismo local de maior qualidade;
- O governo deveria apoiar a realização – por terceiras partes – de um trabalho de criação e aplicação de indicadores para avaliação da efetividade de políticas, programas e projetos voltados ao empreendedorismo. A razão central desta proposta situa-se no fato de que existe uma pluralidade muito grande desses programas e projetos que contam com recursos públicos e que, para ser otimizados, precisam ser melhor avaliados quanto a sua efetividade.

A avaliação de programas e projetos deve ser entendida tanto como um instrumento pedagógico para a melhoria das ações do setor público quanto como um mecanismo gerador de conhecimento para a adequação e formulação de políticas.

Sinalizações voltadas para Planejadores e Gestores de Programas de Apoio ao Empreendedorismo.

De acordo com os resultados da pesquisa, o País se destaca pelas suas elevadas taxas de empreendedorismo por necessidade, ou seja, por empreendedores que não encontram melhor alternativa de ocupação e renda no mercado de trabalho. Este fato, aliado àquele no qual se identificou que expressiva parcela de empreendedores não busca informações para realizar o seu negócio, embasa as seguintes proposições:

- Desenvolvimento de um programa de ação incluindo métodos e instrumentos que permitam a identificação dos indivíduos que, por qualquer razão, saem do mercado formal de trabalho e prestar-lhes assessoria sobre oportunidades efetivas de negócios e sobre como abrir e conduzir empresas de maneira profissional.

Este programa deve se dar em parceria com os sindicatos (local onde normalmente os empregados assinam sua rescisão contratual) e agências do SINE – Sistema Nacional de Emprego (ponto de referência para nova colocação no mercado de trabalho), entidades mediante as quais se disponibilizariam informações básicas acerca de como empreender, fornecendo também as coordenadas para obtenção de informações mais detalhadas junto a outras instituições, como, por exemplo, o SEBRAE. A idéia é levar um conjunto mínimo de informações para os indivíduos que são potenciais empreendedores por necessidade, fazendo com que aumentem as possibilidades de sucesso num futuro empreendimento.

Um aspecto fundamental que deve estar contido nos programas de apoio ao empreendedorismo é o acesso a recursos financeiros para aqueles que começam seus próprios negócios. Voltadas a esta questão são pontuadas algumas sinalizações a seguir:

- Entidades da sociedade civil, contando com apoio de governos, deveriam constituir fundos que permitam a capitalização de empreendimentos nascentes, sobretudo os inovadores;
- Os agentes financeiros públicos e privados precisam criar mecanismos que facilitem o acesso ao apoio financeiro de primeira hora aos novos empreendimentos. Além disso, não é demais sinalizar a necessidade de

reduzir os juros envolvidos nas operações de fomento ao empreendedor, assim como a redução substancial nas exigências de garantias;

- Os mecanismos de crédito devem ser adequados às diferentes características e peculiaridades dos empreendedores, aos diversos tipos de empreendimentos e às realidades regionais presentes no País. Para tanto, seriam necessários capacitações voltadas aos operadores de crédito dos bancos, de modo que estes possam conhecer melhor a realidade do pequeno empresário e atuem não como simples agentes da burocracia bancária e sim como consultores financeiros e partícipes do negócio. O objetivo deve ser, verdadeiramente, o de auxiliar os novos empreendedores a conseguir os recursos fundamentais para o crescimento do empreendimento, a partir de projetos melhor elaborados, mais consistentes e adaptados aos parâmetros impostos pelas instituições concedentes de crédito e apoio financeiro, que, por vezes, queixam-se da escassez de propostas em condições de receberem os recursos disponíveis.

Como foi identificado na pesquisa, o empreendedor brasileiro, de maneira geral, além de não buscar informações e aconselhamento antes de iniciar seu negócio, possui baixa escolaridade. Acresce-se a essa questão o baixo nível de conhecimento pela população dos programas existentes.

Desse modo, as entidades que atuam no apoio e estímulo ao empreendedorismo devem desenvolver programas pró-ativos e flexíveis de atendimento a carências de informação dos empreendedores, superando o traço cultural que faz com que muitas vezes os empreendedores abram negócios sem fundamento técnico, mas fiando-se apenas em suas próprias crenças e na opinião de parentes e conhecidos. Alguns temas do cotidiano dos negócios, mesmo que recorrentes, merecem ser mencionados a título de recomendação para desenvolvimento de programas de apoio, tais como:

- Orientação financeira e técnico-gerencial diferenciada para empreendedores por necessidade ou por oportunidade; ou seja, a formatação dos treinamentos deve respeitar as características socioculturais dos potenciais interessados, aumentando a possibilidade de êxito dos programas;
- Qualificação ou assessoria especializada na elaboração de projetos e planos de negócios, com vistas a aumentar as possibilidades de acesso a programas específicos, especialmente aqueles voltados à concessão de crédito;

- O governo, em suas diferentes instâncias, deveria patrocinar programas para disseminação intensiva de informações relativas aos programas existentes, a serem veiculados na mídia, visando despertar o interesse e orientar ações empreendedoras;
- As instituições ligadas ao tema do empreendedorismo devem desenvolver programas de assessoramento aos formuladores de políticas públicas, especialmente em âmbito municipal e microrregional, direcionados ao fortalecimento da atividade empreendedora local;
- Dada a extensão territorial do Brasil, deve ser amplamente aumentada a utilização dos recursos da Educação a Distância, como um veículo de qualificação de alcance mais efetivo, mais barato e de qualidade para os empreendedores.
- É particularmente importante o acompanhamento – nestes e outros aspectos – dos novos empreendedores, sejam aqueles que, recém-graduados, saem das incubadoras de empresas para tentar ingressar no mercado, sejam aqueles que, sem passar pelas incubadoras de empresas, procuram a orientação de instituições de apoio técnico ou financeiro. Programas de apoio pós-incubação e de acompanhamento pós-orientação podem contribuir de maneira significativa para que essas empresas não somente sobrevivam, mas cresçam e se desenvolvam.

A pesquisa identificou um interesse praticamente inexistente por parte do empreendedor em exportar o seu produto, o que justificaria:

- Programas de orientação relativa ao potencial do comércio exterior para novos empreendimentos, seus desafios e oportunidades.

Um importante contingente de empreendedores (na sua maioria mulheres) foi identificado na pesquisa com atuação voltada especificamente para o comércio no modelo de venda-direta ao consumidor, o que inspira uma proposta específica nesse sentido:

- As empresas e associações de empresas que adotam esse modelo de comercialização deveriam desenvolver programas de educação continuada junto a esses empreendedores, parceiros no negócio, de modo a desenvolvê-los profissional e pessoalmente.

Além de capacitação pessoal, os empreendedores brasileiros, via de regra, têm dificuldade de acesso a serviços relacionados à gestão empresarial, tais

como: assessoria contábil, jurídica e mercadológica, entre outros. Para suprir esta carência é preciso:

- criar programas que visem à massificação da disponibilidade de assessoria gerencial ao empreendedor. Ou seja, é preciso que, a custos simbólicos, o empreendedor possa contar com todo o cabedal de suporte necessário para iniciar e conduzir seu empreendimento. A disponibilidade dessa assessoria pode dar-se de diversas formas, tendo envolvimento de diferentes instituições, como, por exemplo, associações profissionais, entidades de classe, institutos de pesquisa, empresas juniores estudantis e centros acadêmicos que, coordenados em uma grande mobilização pela pequena e micro empresa, poderiam induzir um salto qualitativo no panorama do empreendedorismo no Brasil;

O empreendedor quando indagado acerca de suas dificuldades para iniciar o negócio, não raro cita o “ponto”, o local onde estabelecer o seu empreendimento. Neste sentido é viável:

- pensar na criação de um “banco de imóveis para empreendimentos”, composto por proprietários interessados em tornar-se “sócios/investidores” de novos negócios, cujo capital será seu imóvel. Esta nova modalidade de capital de risco obteria seu retorno, não por meio da especulação imobiliária ou de aluguel, e sim com a participação nos resultados da empresa beneficiada. Esta proposta seria operacionalizada por instituições que credenciariam empreendedores e empreendimentos a buscar junto a imobiliárias parceiras o seu imóvel, além de acompanhar este empreendedor na negociação com seu investidor.

A pesquisa constatou que o investidor informal, em âmbito mundial, é fator essencial para a criação de empreendimentos nascentes. O Brasil, a despeito de suas altas taxas de empreendedorismo, possui as mais baixas taxas de investidores informais.

Esse grupo de pessoas, em geral ligadas por laços afetivos com os empreendedores, precisa ser foco de programas concretos, tais como:

- Execução de pesquisas específicas para identificação e conhecimento desses potenciais investidores;
- Orientação acerca do que é empreender e quais as responsabilidades e riscos envolvidos na criação de novos empreendimentos. Desse modo, ao entregarem recursos aos seus familiares ou amigos, o farão de forma consciente, atuando também como um canal de informação a esses empreendedores; uma

atitude simples, porém muito benéfica, seria que essas pessoas condicionassem a concessão do recurso pleiteado à participação em programas de capacitação empreendedora;

- Criação de estruturas organizacionais que permitam gerar grupos cooperados de investidores informais com vistas a realizar investimentos em iniciativas de maior viabilidade técnica e econômica, potencial de crescimento e capacidade de geração de postos de trabalho. Esta iniciativa requer a participação de órgãos públicos e privados de apoio ao empreendedorismo, bem como é fundamental o envolvimento de ONGs com experiência em arranjos organizacionais comunitários;

Os empresários não são mais, se é que um dia o foram, vistos de maneira restritiva pela sociedade brasileira. Portanto, esses atores sociais têm muito a contribuir com a difusão em larga escala da cultura empreendedora no País:

- Entidades da sociedade civil, em consórcio com Secretarias (Municipais e Estaduais) de Trabalho, Indústria e Comércio, Ciência e Tecnologia e Educação, devem organizar fóruns de discussão e trocas de experiências entre empreendedores de diferentes segmentos e portes, para que haja o compartilhamento de conhecimento e experiências. Tais iniciativas deveriam alcançar o público em geral (eventos abertos ou publicações), de modo a inspirar e disseminar a cultura empreendedora. Este tipo de iniciativa, que já é muito valorizado e prestigiado pela elite empresarial, visto os diversos *fóruns*, *meetings* entre outros eventos que acontecem todos os anos, geraria certamente bons resultados também entre os novos e pequenos empreendedores;
- Relacionado ainda a este propósito, é importante agregar e manter nas equipes de programas de apoio ao empreendedor outros empreendedores que já tenham vivido todo o ciclo de criação de um novo negócio, o que levaria experiência e conhecimento aos novos empreendedores, além de valorizar a vivência daqueles que já enfrentaram o desafio de empreender.

Sinalizações voltadas para Pesquisadores

Instituições de pesquisa e desenvolvimento e pesquisadores acadêmicos têm uma contribuição muito grande a dar para a melhoria da "qualidade" do empreendedorismo no Brasil. A criatividade e a perspicácia no campo da

pesquisa não podem ter limites, sendo assim, toda proposta que leve a um maior conhecimento sobre a realidade de empreendedores e empreendimentos é válida e deve ser incentivada. Pode-se recomendar:

- A realização de pesquisas de acompanhamento de empreendedores identificados no GEM, ou em outras pesquisas, nas quais sejam explorados aspectos relacionados à evolução do seu empreendimento e o impacto deste na vida do próprio empreendedor, de sua família e da comunidade;
- De modo especial, é importante estimular a produção de conhecimento sobre a relação entre as políticas macro-econômicas e a atividade empreendedora, em termos locais, regionais e nacionais. De que forma, a criação de novos empreendimentos, principalmente aqueles gerados por oportunidade, é influenciada pelas condições impostas pelas políticas monetária e fiscal e pelas políticas de estímulo ao desenvolvimento industrial e tecnológico. Do mesmo modo, é importante avançar na compreensão da forma como a atividade empreendedora se traduz em impactos e resultados na configuração das economias locais e regionais onde ela é apoiada e desenvolvida.
- A pesquisa GEM, no formato em que tem sido conduzida, retrata o ambiente geral do empreendedorismo no Brasil. Contudo, a reprodução do GEM, com enfoque restrito a Estados, Regiões Metropolitanas ou municípios traria visões particulares dos contextos estudados, permitindo, assim, a geração de projetos e programas muito mais afeitos às realidades locais e, por conseguinte, com melhores condições de alcançarem êxito em suas propostas.

Sabe-se que a execução de todo o conjunto de propostas aqui apresentado não é simples nem tampouco imediata. Entretanto, o que se deseja, principalmente, é motivar o debate, e a partir deste, a ação. Este debate não pode tomar corpo apenas entre aquelas entidades, organizações e pessoas tradicionalmente, voltadas ao tema do empreendedorismo. É preciso criar um movimento em prol da cultura empreendedora. É preciso que empreendedorismo ganhe *status* de tema de grande relevância social, como o são a segurança pública e a educação, entre outros. Para que este movimento tenha volume e cause impacto na sociedade brasileira, esforços têm de ser realizados em várias frentes que atuem coordenadamente. Os educadores, de todos os níveis, precisam levar o tema para as salas de aula e delas sair com reflexões e resultados, em termos de iniciativas concretas.

A classe empresarial tem muito a contribuir, compartilhando conhecimentos, experiências e, sobretudo, a sua capacidade organizativa, diversas vezes demonstrada. Os governos, em todas as esferas, devem elevar o empreendedorismo ao nível de ação estratégica pública de desenvolvimento. A academia precisa focar a atividade empreendedora como um fenômeno social digno de ser estudado e conhecido, subsidiando assim com informações confiáveis aqueles que têm a responsabilidade de formular políticas e planejar programas de desenvolvimento econômico e social. Esse movimento em prol do empreendedorismo deve ser capaz de repercutir na sociedade, potencializando aspectos positivos de um fenômeno que, a despeito das inúmeras barreiras existentes, tem-se comprovado fecundo no Brasil e com grande potencial de ganhos qualitativos, capazes de impactar positivamente no desenvolvimento econômico e social do País.

REFERÊNCIAS

BYGRAVE, W. D.; HOFER, C. W. (1991) "Theorizing about entrepreneurship." *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16 (2): 13-22.

CAGED 2005 – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Disponível em: <http://www2.caged.com.br>

D'AMBROSIO, Daniela. Comércio porta-a-porta cresce e fatura, até setembro, R\$ 8,6 bilhões. **Valor Econômico**, São Paulo, 11 nov. 2005. Disponível em: www.valor.com.br . Acesso em 20 fev. 2006.

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

Empreendedorismo no Brasil: 2005. Relatório Executivo. BASTOS JR, Paulo Alberto; GRECO, Simara Maria S. S.; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; MACHADO, Joana Paula; SCHLEMM, Marcos Mueller. Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2006.

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

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

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

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

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

LEVIE, J (2005). **Immigration, in-migration, ethnicity and entrepreneurship: insights from the GEM UK database.** In: GEM RESEARCH CONFERENCE, II, 2005, Budapest (Hungary) 2nd GEM Research Conference.

REYNOLDS, P. D. (1991) "Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions." *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(2): 47-70.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. (2004) **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil.** Brasília: SEBRAE.

APÊNDICE 1 - CONDIÇÕES NACIONAIS PARA O EMPREENDEDORISMO (*ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS - EFCS*)

Apoio Financeiro

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

Políticas Governamentais

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

Programas Governamentais

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

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

Educação e Treinamento

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

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

Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)

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

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

Infra-estrutura Comercial e Profissional

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

Abertura de Mercado/ Barreiras à Entrada

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

Essa dimensão também examina a falta de transparência do mercado (informação assimétrica; a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores

e vendedores); políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, quotas etc.); a estrutura do mercado (facilidade de entrada; dominação por parte de algumas empresas; vantagens para propaganda; competição de preços etc.); e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.

Acesso à Infra-estrutura Física

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

Normas Culturais e Sociais

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

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

APÊNDICE 2 - PRINCIPAIS TAXAS E ESTIMATIVAS

QUADRO 20 - POPULAÇÃO ADULTA (18 A 64 ANOS) DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2005

PAÍSES	POPULAÇÃO 18-64 ANOS (2005)		
	Homens	Mulheres	Total
África do Sul	12.323.000	13.232.000	25.555.000
Alemanha	26.525.000	25.599.000	52.124.000
Argentina	11.595.000	11.627.000	23.222.000
Austrália	6.388.000	6.288.000	12.676.000
Áustria	2.643.000	2.617.000	5.260.000
Bélgica	3.246.000	3.194.000	6.440.000
Brasil	57.357.000	58.581.000	115.938.000
Canadá	10.696.000	10.613.000	21.309.000
Chile	4.892.000	4.931.000	9.823.000
China	408.543.200	386.825.000	795.368.200
Cingapura	1.558.000	1.642.000	3.200.000
Croácia	1.411.000	1.433.000	2.844.000
Dinamarca	1.716.000	1.690.000	3.406.000
Eslovênia	677.000	668.000	1.345.000
Espanha	13.120.000	13.056.000	26.176.000
Estados Unidos	92.391.000	93.137.000	185.528.000
Finlândia	1.667.000	1.630.000	3.297.000
França	18.611.000	18.630.000	37.241.000
Grécia	3.388.000	3.399.000	6.787.000
Holanda	5.320.000	5.199.000	10.519.000
Hungria	3.214.000	3.328.000	6.542.000
Irlanda	1.269.000	1.269.000	2.538.000
Islândia	93.000	90.000	183.000
Itália	18.692.000	18.359.000	37.051.000
Jamaica	707.000	1.600.000	2.307.000
Japão	40.450.000	40.027.000	80.477.000
Letônia	714.000	764.000	1.478.000
México	29.305.000	31.557.000	60.862.000
Noruega	1.441.000	1.399.000	2.840.000
Nova Zelândia	1.269.000	1.259.000	2.528.000
Reino Unido	19.112.000	18.698.000	37.810.000
Suécia	2.804.000	2.728.000	5.532.000
Suíça	2.429.000	2.391.000	4.820.000
Tailândia	20.627.000	21.232.000	41.859.000
Venezuela	7.524.000	7.492.000	15.016.000
Todos Países	833.717.200	816.184.000	1.649.901.200

FONTE: Pesquisa GEM 2005

QUADRO 21 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO ESTÁGIO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2005

PAÍSES	EMPREENDEDORISMO INICIAL								
	Oportunidade			Necessidade			Total (TEA)		
	Posição	Taxa	Estimativa de Empreend.	Posição	Taxa	Estimativa de Empreend.	Posição	Taxa	Estimativa de Empreend.
África do Sul	31	3,0	753.000	10	2,0	516.000	26	5,2	1.316.000
Alemanha	28	3,8	1.959.000	12	1,6	807.000	23	5,4	2.809.000
Argentina	13	6,3	1.453.000	8	2,9	661.000	12	9,5	2.203.000
Austrália	7	9,3	1.175.000	14	1,3	164.000	9	10,9	1.377.000
Áustria	21	4,4	232.000	25	0,8	39.000	25	5,3	277.000
Bélgica	29	3,4	218.000	33	0,4	25.000	33	3,9	253.000
Brasil	15	6,0	6.944.000	4	5,3	6.179.000	7	11,3	13.124.000
Canadá	11	7,5	1.589.000	16	1,3	266.000	13	9,3	1.988.000
Chile	8	8,2	801.000	7	2,9	284.000	8	11,2	1.095.000
China	12	7,3	58.061.000	2	6,2	49.471.000	5	13,7	109.124.000
Cingapura	14	6,1	194.000	17	1,2	36.000	15	7,2	231.000
Croácia	32	2,9	83.000	6	3,1	87.000	19	6,1	173.000
Dinamarca	23	4,2	141.000	35	0,2	5.000	29	4,8	161.000
Eslovênia	27	3,8	51.000	31	0,5	6.000	30	4,4	58.000
Espanha	19	4,7	1.232.000	22	0,8	209.000	22	5,7	1.478.000
Estados Unidos	4	10,5	19.387.000	13	1,5	2.690.000	6	12,4	23.079.000
Finlândia	26	3,8	126.000	28	0,6	20.000	27	5,0	163.000
França	33	2,6	983.000	9	2,1	785.000	24	5,4	1.992.000
Grécia	17	5,3	356.000	19	0,9	62.000	17	6,5	441.000
Holanda	25	3,9	409.000	34	0,3	35.000	30	4,4	458.000
Hungria	35	1,1	72.000	26	0,7	48.000	35	1,9	124.000
Irlanda	9	7,9	199.000	11	1,9	47.000	11	9,8	249.000
Islândia	6	9,5	17.000	30	0,5	-	10	10,7	19.000
Itália	24	4,0	1.467.000	24	0,8	292.000	28	4,9	1.830.000
Jamaica	5	10,0	230.000	3	6,0	138.000	4	17,0	392.000
Japão	34	1,8	1.424.000	32	0,4	346.000	34	2,2	1.770.000
Letônia	16	5,4	79.000	18	1,1	16.000	16	6,7	98.000
México	22	4,3	2.629.000	19	0,9	559.000	21	5,9	3.596.000
Noruega	10	7,8	221.000	22	0,8	22.000	14	9,3	262.000
Nova Zelândia	1	16,2	408.000	15	1,3	32.000	3	17,6	444.000
Reino Unido	20	4,7	1.765.000	27	0,7	264.000	18	6,2	2.351.000
Suécia	30	3,2	179.000	29	0,6	32.000	32	4,0	223.000
Suíça	18	5,1	246.000	21	0,8	40.000	20	6,1	292.000
Tailândia	3	13,9	5.822.000	5	5,0	2.084.000	2	20,7	8.681.000
Venezuela	2	15,6	2.336.000	1	9,4	1.416.000	1	25,0	3.754.000
Todos Países		6,2	102.317.000		1,9	31.593.000		8,4	139.218.000

FONTE: Pesquisa GEM 2005

QUADRO 22 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2001 A 2005

CATEGORIAS		EMPREENDEDORES INICIAIS (%)						EMPREEND. ESTABELEC. ⁽¹⁾ (%)	
		Nascentes		Novos		Total (TEA)		Taxa	Prop.
		Taxa	Prop.	Taxa	Prop.	Taxa	Prop.		
GÊNERO	Homem	6,6	59	8,5	57	14,6	58	12,4	66
	Mulher	4,6	41	6,5	43	10,9	42	6,0	34
FAIXA ETÁRIA (anos)	18 a 24 anos	5,4	21	6,5	19	11,7	20	2,5	6
	25 a 34 anos	6,6	32	10,4	38	16,6	35	8,2	25
	35 a 44 anos	7,1	28	8,1	24	14,7	26	12,8	30
	45 a 54 anos	4,3	12	6,4	13	10,4	13	14,0	25
	55 a 64 anos	3,0	7	3,4	6	6,0	6	10,5	13
FAIXA DE RENDA (Salários mínimos)	Menos de 3 SM	4,5	47	5,9	46	10,2	47	6,7	45
	De 3 a 6 SM	6,7	26	9,6	28	15,9	27	11,3	26
	Mais de 6 a 9 SM	8,1	11	9,7	10	17,3	10	13,1	11
	Mais de 9 a 12 SM	7,7	4	9,5	4	16,4	4	16,5	6
	Mais de 12 a 15 SM	6,6	2	16,0	4	21,4	3	12,6	3
	Mais de 15 a 18 SM	8,7	2	11,0	2	19,1	2	9,8	1
	Mais de 18 SM	9,6	3	10,5	3	18,4	3	25,3	5
	Não Sabe	6,1	1	4,9	1	11,0	1	10,7	1
Recusou-se a responder	9,0	2	7,8	1	16,3	2	16,5	2	
ESCOLARIDADE (anos de estudos)	Sem educação Formal	5,2	9	4,1	5	9,2	7	6,5	4
	1 a 4	5,1	42	6,4	39	11,2	40	8,6	41
	5 a 11	5,8	35	9,4	43	14,7	40	9,2	41
	Mais de 11	8,0	14	9,3	13	16,7	13	12,0	15
DEDICAÇÃO AO NEGÓCIO ⁽²⁾	Trabalhando Tempo integral	13,4	59	30,4	54	43,8	55	51,1	69
	Trabalhando parte do tempo	16,3	41	45,6	46	61,9	45	40,0	31

FONTE: Pesquisa GEM 2001 a 2005

⁽¹⁾ Dados acumulados de 2002 a 2005.

⁽²⁾ Dados de 2005

QUADRO 23 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2001 A 2005

CATEGORIAS		MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS (%)					
		Oportunidade		Necessidade		Total (TEA)	
		Taxa	Prop.	Taxa	Prop.	Taxa	Prop.
GÊNERO:	Homem	8,0	60	6,5	55	14,6	58
	Mulher	5,3	40	5,4	45	10,9	42
FAIXA ETÁRIA (anos)	18 a 24 anos	6,6	22	5,0	19	11,7	20
	25 a 34 anos	9,1	37	7,2	33	16,6	35
	35 a 44 anos	7,7	25	6,9	26	14,7	26
	45 a 54 anos	4,4	10	5,9	16	10,4	13
	55 a 64 anos	2,6	5	3,2	7	6,0	6
FAIXA DE RENDA (Salários mínimos)	Menos de 3 SM	3,8	33	6,3	62	10,2	47
	De 3 a 6 SM	9,5	31	6,2	23	15,9	27
	Mais de 6 a 9 SM	11,2	13	5,5	7	17,3	10
	Mais de 9 a 12 SM	11,5	6	5,1	3	16,4	4
	Mais de 12 a 15 SM	16,0	5	4,1	1	21,4	3
	Mais de 15 a 18 SM	16,2	4	2,3	1	19,1	2
	Mais de 18 SM	15,9	5	2,1	1	18,4	3
	Não Sabe	6,7	1	4,3	1	11,0	1
	Recusou-se a responder	10,8	2	5,4	1	16,3	2
ESCOLARIDADE (anos de estudos)	Sem educação Formal	4,7	7	4,2	7	9,2	7
	1 a 4	4,6	32	6,6	51	11,2	40
	5 a 11	8,4	43	6,2	36	14,7	40
	Mais de 11	11,9	18	4,1	7	16,7	13
DEDICAÇÃO AO NEGÓCIO ⁽¹⁾	Trabalhando Tempo integral	18,8	45	25,0	66	43,8	55
	Trabalhando parte do tempo	39,4	55	22,5	34	61,9	45

FONTE: Pesquisa GEM 2001 a 2005

⁽¹⁾ Dados de 2005

QUADRO 24 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDIMENTOS, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2002 A 2005

CATEGORIAS		EMPREENDEDORES INICIAIS (%)						EMPREEND. ESTABELEC. (%)	
		Nascentes		Novos		Total (TEA)		Taxa	Prop.
		Taxa	Prop.	Taxa	Prop.	Taxa	Prop.		
NOVOS PRODUTOS	Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para TODOS os consumidores	0,3	5	0,4	5	0,7	5	0,5	6
	Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para ALGUNS consumidores	0,7	13	1,0	12	1,6	13	0,8	8
	Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para NENHUM consumidor	4,1	81	6,7	83	10,5	82	7,8	86
CONCORRENTES	Empreendedores que afirmam que MUITOS concorrentes oferecem o mesmo produto	3,2	64	5,5	68	8,4	66	6,6	73
	Empreendedores que afirmam que POUCOS concorrentes oferecem o mesmo produto	1,6	31	2,3	29	3,8	30	2,2	25
	Empreendedores que afirmam que NENHUM concorrente oferece o mesmo produto	0,3	5	0,3	3	0,5	4	0,3	3
TECNOLOGIA OU PROCESSOS	Empreendedores que afirmam que UTILIZAM nova tecnologia ou processo	0,2	5	0,1	1	0,3	3	0,1	1
	Empreendedores que afirmam que NÃO UTILIZAM nova tecnologia ou processo	4,7	95	7,8	99	12,2	97	8,6	99
POSTOS DE TRABALHO ⁽¹⁾ (expectativa para os próximos 5 anos)	Nenhum Emprego	7,3	28	2,6	34	3,9	32
	De 1 a 5 empregos	12,3	47	3,2	42	5,4	44
	De 6 a 19 empregos	4,3	16	1,1	14	1,8	15
	Mais de 20 empregos	2,3	9	0,7	10	1,2	9
SETOR DE ATIVIDADES	Setor extrativista	0,7	3	0,8	2	1,4	3	2,0	4
	Setor de transformação	4,1	19	6,8	20	10,7	20	17,1	39
	Serviços orientados às empresas	2,0	9	3,2	9	5,0	9	4,4	10
	Serviços orientados aos consumidores	15,3	69	23,0	68	36,9	68	20,9	47

FONTE: Pesquisa GEM 2002 a 2005

⁽¹⁾ Dados de 2005

APÊNDICE 3 - EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL	LOCAL	MEMBROS
GEM Interim Executive Director	London Business School	Mick Hancock
GEM Research Director	Babson College	Maria Minniti
GEM Operations Director	London Business School	Stephen Hunt
GEM Coordination Team	Babson College London Business School	William D. Bygrave Stephen Spinelli Marcia Cole Michael Hay Tatiana Scho.eld Karla Hoffman Ingvild Ritter

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
África do Sul	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, The Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Eric Wood Marlese von Broembsen	Liberty Life South African Breweries The Shuttleworth Foundation	AC Nielsen ZA
Alemanha	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover	Rolf Sternberg Udo Brixy Jan-Florian Schlapfner	KfW Bankengruppe Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB)	infas - Institute for Applied Social Sciences
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florenca Paolini Natalia Weisz	IAE Management and Business School Banco Rio Siemens Banco Galicia	MORI Argentina
Austrália	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology	Kevin Hindle Allan O'Connor	Westpac Banking Corporation	Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Áustria	FH JOANNEUM - University of Applied Sciences Graz Institute of International Management, University Graz Institute of Technology and Innovation Management, University Graz	Martin Sammer Christina Schweiger Ursula Schneider Soren Salomo	Government of the Province of Styria Federal Ministry of Economics and Labour of the Republic of Austria The Austrian Federal Economic Chamber	OGM Vienna

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Bélgica	Ghent University and Vlerick Leuven Gent Management School Université de Liège	Bart Clarysse Hans Crijns Mirjam Knockaert Sophie Manigart Tom Vanacker Bernard Surlemont	Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie) Walloon Ministry of Economic Affairs	SNT Belgium
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP (Brazilian Institute of Quality and Productivity)	Carlos Artur Krüger Passos Júlio C. Felix Marcos Mueller Schlemm Simara Maria de S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Rodrigo Rossi Horochovski Joana Paula Machado	SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL) Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP	Instituto Bonilha
Canadá	HEC-Montréal The Sauder School of Business at UBC	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Ilan Vertinsky Victor Cui Qianqian Du Aviad Pe'er	HEC Montréal Chaire d'entrepreneuriat Rogers- J.A. Bombardier Développement économique Canada pour les régions du Québec W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Research Center The Sauder School of Business, The University of British Columbia	SOM
Chile	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander, Universidad Adolfo Ibáñez Centro para el Emprendimiento y la Innovación, Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós German Echecopar Marina Schorr Patricio Cortés Tomas Flores	Grupo Santander Chile Universidad del Desarrollo	Benchmark
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Yanfu Jiang Jian Gao Yuan Cheng Wei Zhang Zhenjun Yan	Beijing Municipal Science and Technology Commission	Synovate China
Cingapura	National University of Singapore (NUS) Entrepreneurship Centre	Poh Kam Wong Lena Lee Yuen Ping Ho	Standards, Productivity and Innovation Board (SPRING) Singapore and National University of Singapore (NUS) Enterprise	Joshua Research Consultants

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Croácia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Djula Borozan Natasa Sariija Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb Open Society Institute - Croatia, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Dinamarca	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Lone Toftild Kim Klyver	Danish Entrepreneurship Academy Erhvervs- og Byggestyrelsen Industriens Realkreditfond	
Eslovênia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pusnik	Slovenian Research Agency Ministry of the Economy Smart Com Chamber of Craft Finance - Slovenian Business Daily	RM PLUS
Espanha	Co-ordination Team Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Rachida Justo Cristina Cruz Maria Pia Nogueira	Instituto de Empresa Fundación Cultural Banesto Fundación INCIDE Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa	Opinòmetre
Espanha	Andalucía's Team Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro Daniel Lorenzo J. Aurelio Medina Álvaro Rojas Salustiano Martínez Antonio R. Ramos	Junta de Andalucía Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces Unicaja Endesa Colaboración Grupo Joly	Opinòmetre
Espanha	Canarias Team Universidad de las Palmas de Gran Canaria Universidad de la Laguna	Rosa M. Batista Alicia M. Bolívar Alicia Correa	La Caja de Canarias	Opinòmetre
Espanha	Castilla y León Team Universidad de León	Mariano Nieto Constantino García Roberto Fernández Sergio del Cano Nuria González	Junta de Castilla y León Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León	Opinòmetre
Espanha	Catalonia's Team Universitat Autònoma de Barcelona IEMB Generalitat de Catalunya	Carlos Guallarte David Urbano Yancy Vaillant Nuria Aguilar J. Miquel Piqué	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Generalitat de Catalunya Conselleria de Treball i Indústria	Opinòmetre

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Espanha	C. Valenciana Team Universidad Miguel Hernández Elche	J.M. Giméz Gras Ignacio Mira Jesús Martínez	Air Nostrum	Opinòmetre
Espanha	Extremadura Team Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández J. Carlos Díaz	Junta de Extremadura ês se de Comercio de Badajoz SODIEX SOFIEIX JOCA Arram Consultores Infostock Pinilla Grupo Alfonso Gallardo Caja Rural de Extremadura Urvicasa, Servex, CCOO, Palicrisa Fundación Academia Europea de Yuste El Periódico, CONYSER Caja Badajoz, UGT, Diario Hoy de Extremadura, Almaraz, UNEX	Opinòmetre
Espanha	Madrid Team Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Lidia Villar Carlos Merino	Confederación Empresarial de Madrid Caja Madrid FUAM, IADE, CIC	Opinòmetre
Espanha	Basque Country Team Universidad de Deusto Universidad del País Vasco	J. Iñaki Peña Juan J. Gibaja F.J. Olarte M ^º José Aranguren Mikel Navarro Naría Saiz Arturo Rodríguez Saioa Arando	SPRI Diputación Foral de Bizkaia FESIDE Diputación Foral de ês se a	Opinòmetre
Estados Unidos	Babson ês se George Mason University	Elaine I. Allen Erlend Bullvaag Zoltan J. Acs William D. Bygrave Marcia Cole Stephen Spinelli, Jr.	Babson College	Opinion Research Corp.
Finlândia	Turku School of Economics and Business Administration University of Lausanne Helsinki University of Technology	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Markku Maula Erkko Autio	Ministry of Trade and Industry Turku School of Economics and Business Administration	TNS Gallup Oy
França	EM Lyon	Oliver Torres Aurélien Eminent Danielle Rousson	ês se ês Depots et Consignations Observatoire ês PME	CSA
Grécia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas	Bank of Attica and Chipita SA	Datapower SA

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Holanda	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle Andre van Stel Niels Bosma Roy Thurik Lorraine Uhlaner Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Survey@
Hungria	University of Pécs George Mason University (US) Queensland University of Technology/ Max Planck	László Szerb Judit Károly Zoltán Acs Siri Terjesen	Ministry of Economy and Transport	Szocio-Gráf Piac-és Közvéleménykutató Intézet
Irlanda	UCD Business School, University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O’Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland InterTradeIreland Forfás	Lansdowne Market Research Ltd.
Islândia	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Elín Dóra Halldórsdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister’s Of.ce	Gallup - Iceland
Itália	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Bocconi University Ministry of Education, University and Research	Nomesis
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Sandra Glasgow Garth Kiddoe Adelani Ogunrinade Dr. Claudette Williams-Myers Vanetta Skeete	University of Technology, Jamaica National Commercial Bank Jamaica Limited Jamaica Producers Group Limited Jamaica National Foundation GraceKennedy Limited Digicel Planning Institute of Jamaica National Export-Import Bank of Jamaica Limited City of Kingston Cooperative Credit Union Koci Research Mining	Koci Market Research & Data Mining Services
Japão	Research Institute for Economics & Business Administration, Kobe University Musashi University Keio University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center	SSRI
Jordânia	Young Entrepreneurs Association Ministry of Planning and International Cooperation	Usama Jacir Khaled al Kurdi Gabi Afram Amjad Attar	Ministry of Planning and International Cooperation	Al Jidara Pro Group Consulting

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Letônia	Stockholm School of Economics in Riga	Vyacheslav Dombrovsky Mark Chandler Karlis Kreslins	TeliaSonera NDB	Latvijas Fakti
México	Tec de Monterrey, Business Development Centre Tec de Monterrey, EGAP, Strategic Studies Centre	Arturo Torres Marcia Campos Elvira Naranjo	EGAP (Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública/School of Public Administration and Public Policy)	Alduncin y Asociados
Noruega	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Gry Agnete Alsos	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Bodø Graduate School of Business Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship	TNS
Nova Zelândia	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship UNITEC New Zealand Te Wananga o Raukawa	Howard Frederick Graeden Chittock Dean Prebble Alex Maritz Franceen Reihana Mihipeka Sisley Helmut Modlik	Te Puni Kokiri (Ministry of Maori Development) and Te Wananga o Raukawa	Digipoll
Porto Rico	University of Puerto Rico	Marines Aponte Edgardo Rodriguez		
Reino Unido	Co-ordination Team	Rebecca Harding Johanna Walker Michael Naumann	Small Business Service Barclays Bank plc East Midlands Development Agency Yorkshire Forward South East England Development Agency Blackburn with Darwen Borough Council Institute for Family Business (UK)	iff
Reino Unido	Scottish Team Hunter Centre for Entrepreneurship University of Strathclyde	Jonathan Levie Sharon Eaton	Hunter Centre for Entrepreneurship	iff
Reino Unido	Welsh Team National Entrepreneurship Observatory University of Glamorgan Cardiff University University of Strathclyde	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Welsh Development Agency	iff
Reino Unido	Northern Ireland Team Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly	Invest Northern Ireland	iff

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Suécia	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson	Confederation of Swedish Enterprise ITPS (Swedish Institute for Growth Policy Studies) NUTEK (Swedish Agency for Economic and Regional Growth) VINNOVA (Swedish Governmental Agency for Innovation Systems)	SKOP
Suíça	University of St Gallen and IMD	Thierry Volery Georges Haour Heiko Bergmann Benoit Leleux	KTI / CTI KMU – HSG IMD	GFS Bern
Tailândia	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa Brian Hunt Randall Shannon Tang Zhi Min	Of.ce of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
Turquia	Yeditepe University	Esra Karadeniz	Yeditepe University	
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) – Centro de Emprendedores	Federico Fernández Rebeca Vidal Aramis Rodríguez	Mercantil Servicios Financieros Fundación IESA	Datanálisis