



Global Entrepreneurship Monitor

2007

Empreendedorismo no Brasil
Relatório Executivo





Global Entrepreneurship Monitor

2007

Empreendedorismo no Brasil

Relatório Executivo



Curitiba
2008

Instituições Parceiras



Ministério da
Ciência e Tecnologia



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 (IBQP)

Carlos Artur Krüger Passos - Diretor Presidente

Júlio César 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

Carlos Alberto dos Santos - 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

João Barreto Lopes - Diretor Regional do Senai/PR

Centro Universitário Positivo (Unicenp)

Oriovisto Guimarães - Reitor

José Pio Martins - Vice-Reitor e Pró-Reitor Acadêmico

Luiz Hamilton Berton - Pró-Reitor de Pós-Graduação e Pesquisa

Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT)

Sérgio Machado Rezende - Ministro

Guilherme Henrique Pereira - Sec. de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

Clemente Ivo Juliatto - Reitor

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação e Execução

Carlos Artur Krüger Passos - Diretor Presidente do IBQP

Júlio César Felix - Diretor de Operações do IBQP

Simara Maria de Souza Silveira Greco - Coordenadora Técnica

Paulo Alberto Bastos Junior - Pesquisador Sênior

Rodrigo Gomes Marques Silvestre - Pesquisador Sênior

Joana Paula Machado - Estatística

Consultoria do Projeto

Marcos Mueller Schlemm, Ph.D - Consultor Sênior

Analistas

Maria Lucia Figueiredo Gomes de Meza - Unicenp

Cesar Reinaldo Rissete - Unicenp

Sieglinde Kindl da Cunha - Unicenp

Yára Lucia Mazziotti Bulgacov - Unicenp

Denise de Camargo - Unicenp/GEIA

Pesquisa de Campo com População Adulta

Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.

Apoio Lingüístico

Francisco Teixeira Neto

Capa (Projeto Gráfico)

Juliana Scheller - Sistema Fiep/Unindus

Adriane Sandrine Ferreira - Sistema Fiep/Unindus

Luciana de Castro Finardi - Sistema Fiep/Unindus

Revisão

Tomás Eon Barreiros

Diagramação

Carolina Duarte

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

Concebido em 1999, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) é o maior estudo independente sobre a atividade empreendedora, cobrindo mais de 50 países consorciados, o que representa algo em torno de 95% do PIB e 2/3 da população mundial. O GEM é atualmente administrado por uma holding - Global Entrepreneurship Research Association (GERA) e está fortemente ligado à suas duas instituições fundadoras, a London Business School e a Babson College, Boston. A proposta é compartilhar o conhecimento disponível e evidenciar ainda mais a importância dessa atividade como propulsora de desenvolvimento social e econômico.

O GEM NO BRASIL

O Relatório de 2007 do GEM, reportando os resultados do Brasil e sua comparação com os demais países participantes, representa um marco pelo fato de a equipe brasileira ter se mantido ao longo destes anos e assegurado sua publicação sem perda de continuidade, o que, por si só, em termos de projetos deste porte e natureza, já se constitui em feito sem paralelo na área da pesquisa social aplicada. Celebra também o fato de o GEM, na sua dimensão internacional, estar completando dez anos de pesquisa ininterrupta sobre a atividade empreendedora e sua comparação com os mais de 50 países que já participaram do projeto desde sua criação em 1997. A soma da produção nacional dos países participantes do GEM representa mais de 95% da produção mundial.

O IBQP destaca a fundamental importância de todos profissionais e as organizações que contribuíram para o sucesso de mais um ciclo da Pesquisa no Brasil, como o Sebrae, que além de viabilizar desde o início a execução do projeto com aporte financeiro, tem sido o principal parceiro na realização, disseminação dos resultados e articulação com outras organizações nacionais. Em 2007, passamos a contar também com recursos do Ministério da Ciência e Tecnologia. Destacamos também o apoio da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) e do Centro Universitário Positivo (UnicenP) na realização da Pesquisa em âmbito nacional.

O relatório brasileiro do Global Entrepreneurship Monitor para 2007 traz um aprofundamento da compreensão sobre a atividade empreendedora no Brasil, com um nível de detalhamento que o mantém entre os mais altos estudos sobre o tema na literatura científica nacional. Este ano, a equipe de pesquisadores focou uma abordagem conduzida pelas explicações econômicas que servem de pano de fundo para elucidar o comportamento empreendedor dos brasileiros. A abordagem volta seu olhar por um panorama mundial da atividade empreendedora, colocando o empreendedorismo brasileiro em perspectiva comparada, desvendando os meandros da atividade empreendedora ao analisar os países por grupos.

O EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO EM PERSPECTIVA COMPARADA

O Brasil apresentou uma Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA)¹ de 12,72 no momento da pesquisa, ou seja, em cada 100 pessoas, cerca de 13 desenvolviam alguma atividade empreendedora. Essa taxa é representativa quando comparada com outros países que desempenham importante papel no cenário mundial. A Tabela 1 apresenta a evolução do indicador de atividade empreendedora para alguns grupos analíticos que permitem maior esclarecimento sobre a atividade empreendedora pelo mundo e particularmente sobre o Brasil. Uma primeira constatação reside na relativa estabilidade da TEA ao longo do tempo, com os países que apresentam altas taxas, como Brasil, China e Peru, por exemplo, com taxas sempre superiores a 10, mantendo sua posição entre os mais dinâmicos do mundo em termos de atividade empreendedora.

¹**Empreendedores iniciais:** são aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento (GEM, 2006). Esses empreendedores compõem uma taxa, denominada TEA, e subdividem-se em dois tipos: **nascentes:** aqueles à frente de negócios em implantação - busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado, etc que, se chegaram a gerar remuneração, o fizeram por menos de três meses; e **novos:** 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.

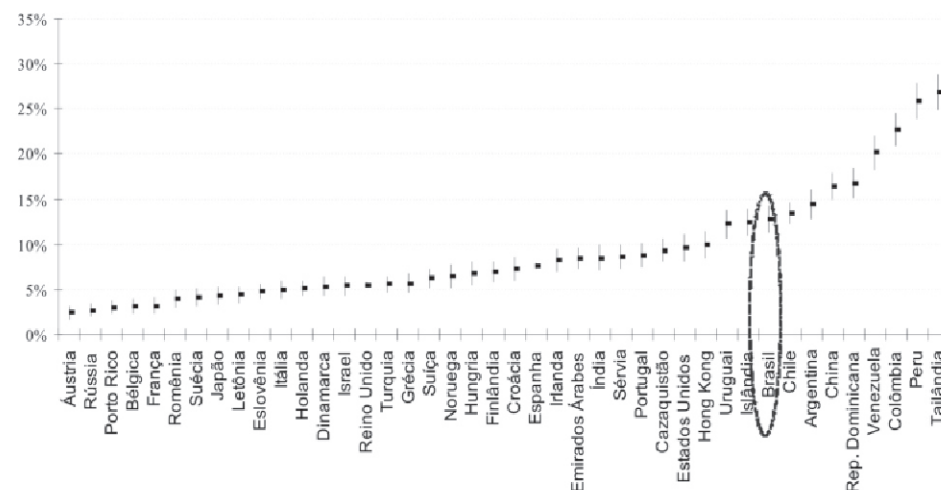
TABELA 1 PAINEL DE EVOLUÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) ENTRE 2001 E 2007 POR GRUPO DE PAÍSES

Grupo de Países/Países	Ano						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Brasil	14,20	13,53	12,90	13,55	11,32	11,65	12,72
Membros do G7							
Reino Unido	7,80	5,37	6,36	6,19	6,22	5,77	5,53
Estados Unidos	11,61	10,51	11,94	11,33	12,44	10,03	9,61
Itália	10,16	5,90	3,19	4,32	4,94	3,47	5,01
Japão	5,19	1,81	2,76	1,48	2,20	2,90	4,34
França	7,37	3,20	1,63	6,03	5,35	4,39	3,17
BRIC							
Rússia	6,93	2,52	—	—	—	4,86	2,67
China	—	12,34	11,59	—	13,72	16,19	16,43
Hong Kong	—	3,44	3,23	2,97	—	—	9,95
Índia	11,55	17,88	—	—	—	10,42	8,53
Sul-Americanos							
Uruguai	—	—	—	—	—	12,56	12,21
Venezuela	—	—	27,31	—	25,00	—	20,16
Argentina	11,11	14,15	19,73	12,84	9,49	10,24	14,43
Chile	—	15,68	16,87	—	11,15	9,19	13,43
Colômbia	—	—	—	—	—	22,48	22,72
Peru	—	—	—	40,34	—	40,15	25,89

FONTE: Pesquisa GEM 2007

O primeiro lugar em 2007, entretanto, foi obtido pela Tailândia, com uma TEA de 26,87, pouco mais que o dobro da taxa brasileira. Outro país que também superou a marca brasileira foi a República Dominicana, com TEA de 16,75. Outros países, como Áustria, Bélgica e Porto Rico, apresentaram taxas cerca de quatro vezes menores que a obtida pelo Brasil, respectivamente 2,44, 3,15 e 3,06 (Figura 1). A TEA brasileira é 39% maior que a média mundial da taxa de empreendedorismo, enquanto o crescimento da renda per capita brasileira representa apenas 69% do valor do crescimento médio mundial da renda *per capita*.

FIGURA 1 EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) POR PAÍSES - 2007

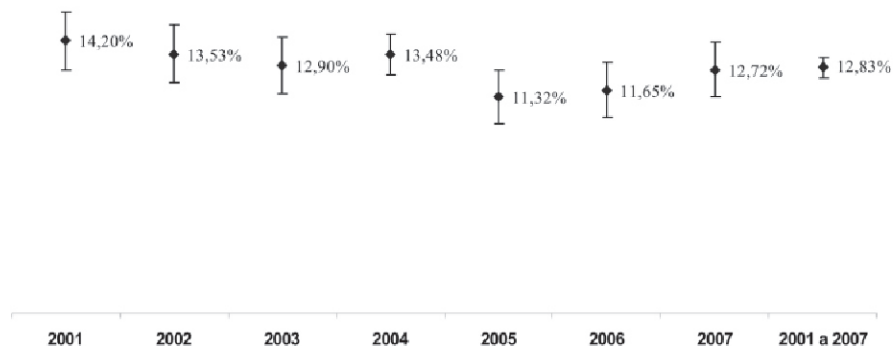


FONTE: GEM 2007 Executive Report

EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO

O Brasil, como em anos anteriores, demonstrou a grande capacidade empreendedora de sua população ao atingir uma TEA de 12,72. Esse valor o posiciona na 9ª colocação entre os 42 países que participaram da pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2007. O valor da TEA para 2007 é muito semelhante à média dos últimos sete anos de participação do Brasil, que é de 12,83 (Figura 2).

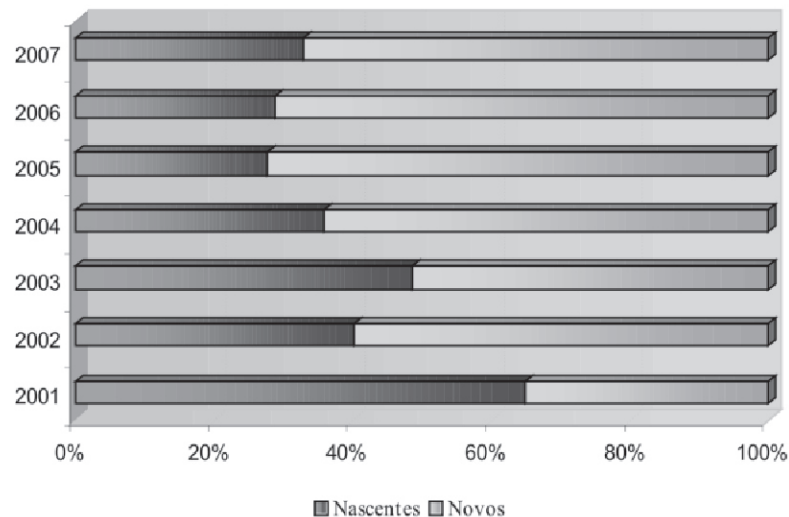
FIGURA 2 EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) BRASILEIRA - 2001 A 2007



FONTE: Pesquisa GEM 2007

A estabilidade macroeconômica verificada nas economias emergentes nos últimos anos e a conseqüente previsibilidade sobre as condições para empreender podem ser claramente observados na evolução da TEA brasileira no período de 2001 a 2007 quando analisada o estágio das atividades empreendedoras. A Figura 3 traz os números dessa evolução. A proporção de empreendedores nascentes em 2001 era de 65%, enquanto a proporção de empreendedores novos era de 35%. Essa proporção evoluiu para 28% e 72% em 2005, respectivamente. Isso indica que o período de estabilidade macroeconômica permitiu um aumento da participação dos empreendimentos mais antigos no total de atividades empreendedoras brasileiras. Os anos de 2006 e 2007, entretanto, apresentam uma ligeira reversão de tendência, o que pode sinalizar que a retomada do crescimento da TEA a partir de 2005 tem sido viabilizado pelo maior número de empreendedores nascentes, sem o desaparecimento da atividade empreendedora com maior duração.

FIGURA 3 EVOLUÇÃO DAS PROPORÇÕES DE EMPREENDEDORES POR ESTÁGIO BRASIL - 2001 A 2007

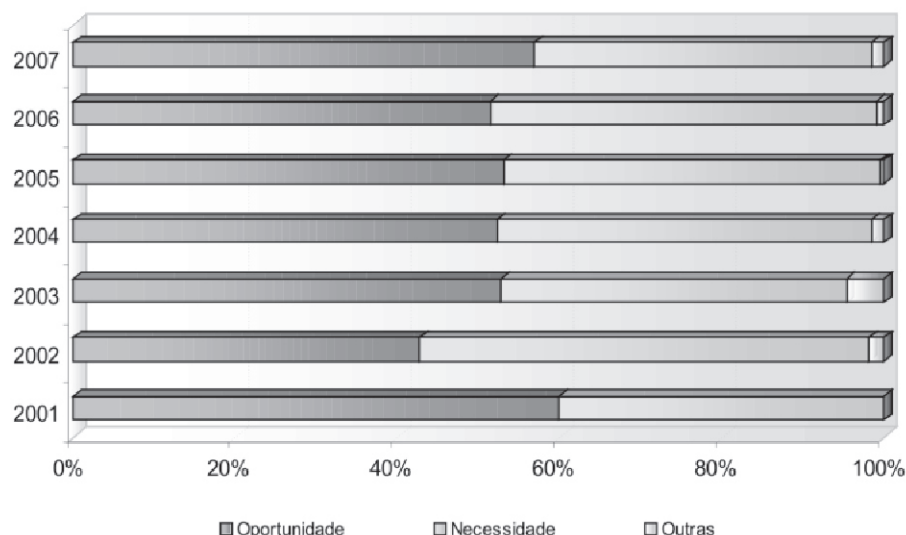


FONTE: Pesquisa GEM 2007

Outro fator de fundamental importância para compreender a evolução da realidade empreendedora do Brasil é a motivação para a ação empreendedora.

O Brasil é notório por sua desigualdade social, que, embora tenha apresentado melhora nos tempos recentes, ainda é uma das mais acentuadas do mundo. Essencialmente, a maior participação de empreendedores por oportunidade sinaliza que o ambiente econômico está favorável. A Figura 4 evidencia primeiramente que, após o choque abrupto em 2001 sobre economia mundial, inclusive a brasileira, cresceu acentuadamente a atividade empreendedora por necessidade em proporção à atividade empreendedora total. A partir de 2003, o empreendedorismo por oportunidade retoma o crescimento, até atingir em 2007 o valor de 57% da população de empreendedores iniciais no Brasil.

FIGURA 4 EVOLUÇÃO DAS PROPORÇÕES DE EMPREENDEDORES POR MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2001A 2007



FONTE: Pesquisa GEM 2007

Quando são analisadas as razões principais que levam o empreendedor a buscar uma oportunidade, pode-se admitir que o empreendedor genuinamente motivado por oportunidade é aquele que a persegue com o intuito de obter independência ou aumento de renda pessoal. A partir desse filtro analítico, seria de 39% a proporção de empreendedores por oportunidade no Brasil em 2007. A diferença em relação aos 57% de empreendedores por oportunidade mencionada antes refere-se ao contingente de empreendedores que indicam razões de busca pela oportunidade diferentes das citadas.

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS NO BRASIL

Setor de Atividades

O perfil da maioria dos empreendedores iniciais ainda se concentra nas atividades relacionadas aos serviços prestados aos consumidores (Tabela 2). A maioria dos serviços prestados nessa categoria está relacionada à comercialização de alimentos e vestuário no varejo, além de tratamentos de estética e beleza. Em seguida, aparece o setor de transformação, com especial destaque, tal qual o setor de serviços aos consumidores, para os empreendimentos focados na produção de alimentos e confecções.

É importante sublinhar o crescimento, em 2007, dos empreendimentos criados para o atendimento às empresas, o que pode significar um amadurecimento da atividade empreendedora no país, pois a relação comercial empresa-empresa tende a ser mais qualificada.

TABELA 2 EMPREENDEDORES INICIAIS POR SETOR DE ATIVIDADES NO BRASIL - 2002A 2007

Setor de Atividades	Empreendedores Iniciais					
	2007	2006	2005	2004	2003	2002
	Proporção (%)					
Setor Extravista	2,0	2,5	2,7	1,7	2,1	3,1
Setor de Transformação	29,9	47,3	18,6	33,9	33,8	31,8
Serviços orientados às empresas	13,5	9,9	11,8	6,4	6,7	9,2
Serviços orientados aos consumidores	54,5	40,4	66,8	58,0	57,5	55,9

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Expectativa de Geração de Empregos

Em 2007, aproximadamente a metade dos empreendedores iniciais não espera criar empregos para os próximos cinco anos, e no caso daqueles que esperam gerar novas oportunidades de trabalho a maioria se concentra na faixa de um a cinco empregos. Expectativa de geração de maior número de postos de trabalho (seis ou mais) está associada, sobretudo aos

empreendedores por oportunidade, já que estes parecem ser bem mais otimistas em relação ao futuro do empreendimento.

TABELA 3 EMPREENDEDORES INICIAIS POR MOTIVAÇÃO SEGUNDO EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE EMPREGO- BRASIL - 2007

Expectativa de criação de emprego (5º ano)	TEA		MOTIVAÇÃO			
	Taxa (%)	Proporção (%)	Oportunidade		Necessidade	
			Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
Nenhum Emprego	4,5	46,6	2,2	40,2	2,3	56,1
De 1 a 5 Empregos	3,7	38,2	2,0	36,4	1,6	39,0
De 6 a 19 Empregos	1,2	12,6	1,1	19,6	0,2	3,7
Mais de 20 Empregos	0,3	2,6	0,2	3,7	0,1	1,2

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Expectativa de Exportação

Em relação às expectativas de exportação, os dados não são favoráveis. A maioria dos empreendedores (84,4%) não espera atuar no mercado internacional. Para 11,6% dos empreendedores, a previsão é ter no máximo 24% de consumidores estrangeiros. Os empreendedores nacionais claramente não possuem como foco principal o mercado externo, ou seja, menos de 1% dos empreendedores em estágio inicial esperam ter 75% ou mais dos seus consumidores em outros países (Tabela 4).

TABELA 4 EMPREENDEDORES INICIAIS SEGUNDO EXPECTATIVA DE EXPORTAÇÃO - BRASIL - 2007

Exportação (Consumidores externos)	TEA	
	Taxa (%)	Proporção (%)
Nenhum	9,5	84,4
De 1 a 24% dos consumidores	1,3	11,6
De 25 a 74% dos consumidores	0,4	3,1
De 75 a 100% dos consumidores	0,1	0,9

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Financiamento do Empreendedorismo

Dos empreendedores em estágio inicial, 55% afirmam ser menor do que R\$ 2.000,00 a quantia necessária para abertura de seu negócio. É importante salientar que pouco mais de um terço destes afirmam não necessitar de recurso algum para iniciar o empreendimento, o que denota a simplicidade na concepção dos empreendimentos e a dificuldade do empreendedor em valorizar os recursos necessários à operação da atividade (Tabela 5).

TABELA 5 ACESSO A RECURSOS SEGUNDO ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES - BRASIL - 2007

RECURSOS TOTAIS necessários para iniciar um novo negócio (R\$)	ESTÁGIO			
	Nascentes	Novos	TEA	Estabelecidos
	Proporção (%)			
Nada	13	23	20	34
Menos de R\$ 2.000,00	17	44	35	29
De R\$ 2.000,00 a R\$ 10.000,00	36	21	26	18
De R\$ 10.000,00 a R\$ 20.000,00	17	6	9	7
De R\$ 20.000,00 a R\$ 30.000,00	4	2	3	4
Mais de R\$ 30.000,00	14	4	7	8

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Para a composição do montante total dos recursos necessários para empreender, a principal fonte buscada pelos empreendedores reside em algum familiar próximo, como cônjuges, pais, avós, irmãos: 62% recorrem a familiares.

Linhas de crédito bancário específica para novos empreendimentos são citadas por menos de 10% dos empreendedores como fonte para obtenção de recursos financeiros complementares para a abertura do empreendimento (dos empreendedores que mencionam a instituição bancária, 100% mencionam o Banco do Brasil). A procura limitada por recursos nas instituições bancárias e programas governamentais é uma constatação que se

coaduna com a percepção dos especialistas brasileiros que reputam o fator “apoio financeiro” como limitante ao empreendedorismo no país, seja quanto à disponibilidade de recursos, considerada insuficiente, seja em relação ao acesso ao recurso, considerado difícil, burocrático e incapaz de alcançar os empreendedores que de fato necessitam desse tipo de apoio para desenvolverem seus negócios.

Quando são consideradas as fontes de recursos provenientes do próprio empreendedor para iniciar o negócio (Tabela 6), destaca-se o item poupança pessoal: aproximadamente 57% dos empreendedores iniciais citam a utilização dessa fonte.

TABELA 6 FONTE DOS RECURSOS PRÓPRIOS SEGUNDO ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES - BRASIL - 2007

FONTE DOS RECURSOS PRÓPRIOS	ESTÁGIO			
	Nascentes	Novas	TEA	Estabelecidos
	Proporção (%)			
Móveis e Imóveis	15,5	20,2	18,4	18,0
Poupança	58,6	55,3	56,6	63,0
Empréstimo Bancário Pessoal	25,9	5,3	13,2	9,0
Recurso do Fundo de Garantia	3,4	4,3	3,9	4,0
Planos de Demissão Voluntária	0,0	4,3	2,6	3,0
Acertos Rescisórios	10,3	11,7	11,2	14,0

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Historicamente, o Brasil se constitui em um dos países que registram as menores taxas de investidores informais. Em 2007, o país figurou na 41ª posição em um ranking de 42 países, apresentando uma taxa de 0,9% (a média mundial é de 4,7%). Dito de outra forma, menos de dez brasileiros em cada 1.000 responderam afirmativamente quando indagados se nos últimos três anos financiaram algum novo negócio iniciado por outra pessoa.

Em relação aos montantes, 31% dos investidores informais investem mais de R\$10.000,00, enquanto 23% deles investem menos de R\$ 2.000,00. O valor médio investido foi de R\$ 7.650,00.

DESCONTINUIDADE DOS EMPREENDIMENTOS

Todos os entrevistados são questionados se nos 12 meses que antecedem a pesquisa venderam, encerraram, deixaram ou descontinuaram algum negócio do qual eram proprietários. Como resultado desse questionamento, tem-se que 6,5% dos entrevistados brasileiros encerraram sua participação em algum empreendimento.

É importante ressaltar que não é verdadeiro afirmar deterministicamente que o fato de um empreendimento ter sido descontinuado representa fracasso. Esse é um mito que tende a ser desfeito.

No Brasil, em 31% dos casos em que o empreendedor afirma que deixou de atuar em um empreendimento, o empreendimento continua em operação mesmo após a saída do empreendedor. Nos demais casos, o negócio é efetivamente encerrado. Esse percentual é bastante próximo do registrado na média mundial, em que aproximadamente um terço dos empreendimentos continuaram ativos, mesmo que com outra forma de atuação ou proprietário diferente.

Como complemento à análise deste tópico, buscou-se descobrir a principal razão que teria levado aqueles empreendedores a deixarem de exercer a atividade empreendedora (independentemente de o negócio ter continuado ou não) (Tabela 9). Dentre as alternativas apresentadas, dois terços dos empreendedores indicam como principais motivos situações relacionadas a problemas econômicos do empreendimento, como a baixa lucratividade do negócio e a dificuldade do empreendedor em obter recursos financeiros para desenvolvimento do negócio. Vale destacar que a oportunidade de vender o negócio é mencionada por menos de 1% dos entrevistados que descontinuaram uma atividade empreendedora (no mundo, esse percentual atinge 6,1%).

TABELA 9 MOTIVOS PARA A DESCONTINUIDADE DO NEGÓCIO

PRINCIPAL MOTIVO	DESCONTINUIDADE	
	Países	Brasil
	Proporção (%)	
Oportunidade de vender o negócio	6,1	0,9
O negócio não era lucrativo	28,7	39,4
Dificuldades na obtenção de recursos financeiros	13,6	26,0
Outro trabalho ou oportunidade de negócio	10,7	5,3
Saída planejada com antecedência	5,6	8,7
Aposentadoria	8,2	0,9
Razões Pessoais	22,4	15,7
Incidente	4,6	3,1

FONTE: Pesquisa GEM 2007

A pesquisa GEM 2007 se preocupou também em conhecer o comportamento empreendedor progresso dos entrevistados. Assim, é possível constatar que 31% da população adulta brasileira possui no seu histórico algum envolvimento em atividade empreendedora, seja no momento atual, como empreendedor em estágio inicial ou estabelecido, seja no passado.

Analisando-se os dados deste tópico, nota-se a existência de um ator social até então não reconhecido, aqui chamado de “empreendedor em série”.

Considerando os atuais empreendedores, sejam eles iniciais ou estabelecidos, são identificados 23% de “empreendedores em série”, portanto, indivíduos que já estiveram à frente de algum outro empreendimento antes da atual atividade empreendedora, o que representa uma diferença significativa (praticamente o dobro) com relação ao grupo dos indivíduos classificados como “não-empreendedores” – aqueles que no momento presente não exercem atividade de cunho empreendedor –, uma vez que 12% deles afirmaram já terem exercido no passado alguma ação empreendedora.

SITUAÇÃO LABORAL DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Um importante indicador para a avaliação da atividade empreendedora de um país é a situação laboral do empreendedor. A categoria referente à situação laboral mais representativa entre os empreendedores em estágio inicial é a de autônomos com registro (33%). A Tabela 7 mostra que 37% da TEA 2007 é constituída por indivíduos que se intitulam como desempregados, empregados sem registro em carteira e donas de casa, categorias típicas do empreendedorismo por necessidade.

É importante destacar que 16% dos empreendedores se qualificam como “apenas empreendedor”. Os outros 84% dos empreendedores não avaliam o envolvimento com o empreendimento criado como sua principal atividade laboral.

TABELA 7 EMPREENDEDORES INICIAIS POR MOTIVAÇÃO SEGUNDO SITUAÇÃO LABORAL - BRASIL - 2007

SITUAÇÃO LABORAL	TEA		MOTIVAÇÃO			
	Taxa (%)	Proporção (%)	Oportunidade		Necessidade	
			Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
Dona de Casa	3,6	5,0	1,4	4,0	2,2	8,0
Aposentado	3,8	2,0	2,5	3,0	1,3	2,0
Desempregado	5,7	8,0	3,6	9,0	2,1	7,0
Vive de rendas	10,5	1,0	5,3	1,0	5,3	1,0
Autonomo com registro	30,6	33,0	19,6	38,0	10,6	27,0
Empregado com registro	5,3	9,0	3,7	12,0	1,6	7,0
Empregado sem registro	23,0	24,0	8,4	16,0	13,8	35,0
Outro	3,8	1,0	2,5	1,0	0,0	0,0
Apenas empreendedor	52,7	16,0	32,4	17,0	0,0	14,0

FONTE: Pesquisa GEM 2007

A Tabela 7 mostra que 37% da TEA 2007 é constituída por indivíduos que se intitulam como desempregados, empregados sem registros em carteira e donas de casa, categorias típicas do empreendedorismo por necessidade.

QUESTÕES DE GÊNERO E EMPREENDEDORISMO

Em 2007, as mulheres representavam 52% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica quando considerado o período 2001-2007. Pode-se observar com mais clareza essa inversão quando se destaca o ano de 2001, quando os homens empreendedores representavam 71% contra 29% das mulheres (Tabela 8).

TABELA 8 EMPREENDEDORES INICIAIS POR GÊNERO NO BRASIL - 2001 A 2007

Gênero	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2001 - 2007
	Proporção (%)							
Homem	47,6	56,2	50,0	56,6	53,2	57,6	70,9	56,3
Mulher	52,4	43,8	50,0	43,4	46,8	42,4	29,1	43,7

FONTE: Pesquisa GEM 2007

A necessidade é o fator de motivação para a mulher iniciar o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção aumenta para 63% para as mulheres. Esses dados confirmam a tendência apresentada pelos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), que indicam que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, ou ainda porque nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família.

ORIENTAÇÕES RECEBIDAS PELO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

A maioria dos empreendedores, independentemente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios (Tabela 10). Contudo é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações (45,3%) que aqueles que empreendem por necessidade (37,5%).

TABELA 10 ORIENTAÇÃO DO EMPREENDEDOR - BRASIL - 2007

Teve ou espera receber orientação	ESTÁGIO				MOTIVAÇÃO	
	TEA	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Oportunidade	Necessidade
	Proporção (%)					
Sim	42,2	44,4	41,1	26,3	45,3	37,5
Não	57,8	55,6	58,9	73,7	54,7	62,5

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Orientações relacionadas ao processo de fabricação de produto e serviço é o tipo mais procurado pelos empreendedores, seguido das orientações referentes à aspectos comerciais e de vendas. Também é mencionado de forma destacada a busca por orientações quanto aos procedimentos para abertura de empresas (Tabela 11).

TABELA 11 TIPO DE ORIENTAÇÃO QUE O EMPREENDEDOR TEVE OU ESPERA RECEBER PARA INICIAR, ABRIR OU ADMINISTRAR O NEGÓCIO SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO - BRASIL - 2007

Tipo de Orientação	ESTÁGIO			MOTIVAÇÃO	
	Iniciais			Oportunidade	Necessidade
	TEA		Novos		
Captação de recursos	5,4	7,0	3,9	6,9	2,4
Design de produto	3,4	2,8	3,9	3,0	4,8
Processo de fabricação do produto/serviço	26,4	15,5	36,4	24,8	31,0
Embalagem	2,0	2,8	1,3	2,0	2,4
Custo e formação de preço	8,8	9,9	7,8	6,9	11,9
Técnicas de vendas	14,9	7,0	22,1	10,9	23,8
Marketing	2,7	2,8	2,6	3,08	2,4
Contabilidade	4,1	8,5	0,0	5,0	2,4
Jurídica	4,1	7,0	1,3	5,0	0,0
Procedimento de abertura de empresa	9,5	12,7	6,5	9,9	7,1
Registro de marcas	2,0	2,8	1,3	3,0	0,0
Patentes e propriedade industrial	1,4	2,8	0,0	2,0	0,0
Gestão de Recurso Humanos	3,4	4,2	2,6	4,0	2,4
Logística e distribuição	2,0	2,8	1,3	2,0	2,4
Outro	10,1	11,3	9,1	11,9	7,1

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Apesar de existirem institutos e agências, no âmbito nacional, que procuram fomentar o surgimento de novos negócios, pouco mais de um terço dos empreendedores ainda conta como auxílio de familiares e amigos para tal finalidade. Como agente institucional de singular importância e conhecimento pelos novos empreendedores, há o Sebrae. Demais alternativas para subsidiar as atividades empreendedoras são os cursos profissionalizantes e o contato com pessoas experientes na área (Tabela 12).

TABELA 12 ONDE O EMPREENDEDOR TEVE OU ESPERA RECEBER ORIENTAÇÃO PARA INICIAR, ABRIR OU ADMINISTRAR O NEGÓCIO - BRASIL - 2007

ONDE	CITAÇÕES
Familiares, amigos	35
Sebrae	14
Curso profissionalizante	11
Pessoas experientes na área	7
Senac/Senai/Sesc	6
Faculdade	4
Banco/Instituição financeira	3
Governo/Prefeitura	3
Outros	17

FONTE: Pesquisa GEM 2007

Descrição de Programas do Sebrae

A partir desta edição, a publicação anual do GEM apresenta a descrição de programas de empreendedorismo desenvolvidos por instituições nacionais. O objetivo deste capítulo é, além de oferecer ao leitor informação sistematizada sobre programas existentes, propiciar um panorama sobre as áreas com maior cobertura de atuação e aquelas que se constituem em espaços para intervenção.

Os programas descritos a seguir são desenvolvidos pelo Sebrae, e as informações foram fornecidas pela Gerência de Atendimento Individual.

PROGRAMA	PROGRAMA DE RÁDIO
Áreas de atuação	Capacitação
Abrangência	Nacional Estadual (executado pelos estados segundo as características regionais)
Descrição	Séries de programas de rádio, com conteúdo relativo a empreendedorismo e gestão de pequenos negócios. A cada dois anos uma nova série é produzida e reprisada no ano seguinte. As seguintes séries já foram veiculadas: - 2003 e 2004: uma série para cada região sobre Empreendedorismo - 2005 e 2006: três diferentes séries sobre o tema "Vendas no Varejo" - 2007 e 2008: série para empreendedores no meio rural
Público - Alvo	Empreendedores de todo o país, em especial do interior, das classes C e D, prioritariamente.
Capacidade de Atendimento	Cada série tem tido audiência média de 5 milhões de ouvintes por ano. Ficam no ar entre quatro a seis meses por ano.
Meios de acesso pelo cliente	Emissoras de rádio e Portal Sebrae
Contato	projeteradio@sebrae.com.br

PROGRAMA	PROGRAMA SEBRAE TV
Áreas de atuação	Orientação empresarial Educação empreendedora
Abrangência	Estadual
Descrição	Programas que oferecem educação empreendedora, conhecimento e soluções sobre gestão empresarial de pequenas empresas com base em experiências concretas sobre planejamento, marketing, finanças, atendimento ao cliente e orientação empresarial daqueles que movem a economia os empreendedores
Público - Alvo	Potencial candidato a empresário empresário de zero a dois anos e empresário com mais de dois anos, todos de MPE
Meios de acesso pelo cliente	Televisões abertas ou canais fechados (comunitários, legislativos, universitários e educativos)
Contato	projatotv@sebrae.com.br

PROGRAMA	DESAFIO SEBRAE
Áreas de atuação	Capacitação
Abrangência	Nacional
Descrição	O Desafio Sebrae é uma competição que simula a gestão de uma empresa. Durante mais de seis meses, universitários de todo o país, organizados em equipes de três a cinco estudantes, tomam decisões acerca da vida de um empreendimento. O jogo nasceu com o objetivo primordial de disseminar a cultura empreendedora no meio universitário, atendendo a demanda de um público muito específico, que busca caminhos para o começo de sua vida profissional.
Público - Alvo	Estudantes universitários de graduação, matriculados nas Instituições de Ensino Superior IES.
Meios de acesso pelo cliente	Portal Sebrae
Contato	Sebrae local/www.desafio.sebrae.com.br

PROGRAMA	FEIRA DO EMPREENDEDOR
Áreas de atuação	Capacitação Apoio Financeiro Pesquisa e desenvolvimento tecnológico Serviços de apoio (contabilidade, jurídico, outros) Informações de mercado
Abrangência	Nacional
Descrição	A Feira do Empreendedor é um dos eventos de maior sucesso promovidos pelo Sebrae. Desde 1995, é realizada nos diferentes estados e regiões do país, sempre oferecendo oportunidades para o surgimento de centenas de novos negócios a cada edição. Em um único local, o Sebrae coloca à disposição dos participantes, por meio de seus produtos e serviços, informações para abertura de empresas, tecnologia, cursos, treinamentos direcionados para o desenvolvimento e o estímulo à cultura empreendedora. Consolida informação, educação e geração de negócios, sensibilizando o público visitante para a abertura de negócios sustentáveis e contribuindo para a redução da mortalidade desses empreendimentos
Público - Alvo	Empresários ou candidatos a empresários de MPE
Meios de acesso pelo cliente	Sebrae estaduais conforme calendário específico
Contato	

PROGRAMA	PROGRAMA DE EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA
Áreas de atuação	Educação empreendedora
Abrangência	Nacional
Descrição	Cursos pela internet
Público - Alvo	Empreendedores e empresários de MPE
Capacidade de Atendimento	300 mil participantes/ano
Meios de acesso pelo cliente	Internet
Contato	www.ead.sebrae.com.br

INSTITUIÇÃO EXECUTORA:



INSTITUIÇÕES PARCEIRAS:



Ministério da
Ciência e Tecnologia



APOIO INSTITUCIONAL :



COORDENAÇÃO INTERNACIONAL :



Crescendo e se expandindo
A árvore busca seu **sustento**

Sem limites para **crescer**
Avança mundo afora

Conquista seu espaço
e se **fortalece**

A cada semente
Um novo **fruto**

A cada estação
Uma **mudança**

A cada tempestade
Renascimento

Do plantio a **colheita**
Cumpra a árvore **seu ciclo**
e sem medo de **arriscar**
recomeça sua história.