

Realização



Global Entrepreneurship Monitor



Empreendedorismo no Brasil

Relatório Executivo

Patrocínio



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*



2010

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL DO GEM

Babson College

Universidad Del Desarrollo

Global Entrepreneurship Research Association (GERA)

PROJETO GEM BRASIL**INSTITUIÇÃO EXECUTORA:****Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)**

Eduardo Camargo Righi – Diretor Presidente

Maurício Fernando Cunha Smijtkink – Diretor Executivo

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS:**Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)**

Roberto Simões – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho – Diretor Presidente

Carlos Alberto dos Santos – Diretor Técnico

José Claudio dos Santos – Diretor de Administração e Finanças

Enio Duarte Pinto – Gerente da Unidade de Atendimento Individual

Maria Del Carmen Martin y Tomé Stepanenko – Coordenadora de Parcerias

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI/PR)

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

João Barreto Lopes – Diretor Regional

Serviço Social da Indústria (SESI/PR)

Rodrigo Costa da Rocha Loures – Diretor Regional SESI/PR

José Antonio Fares – Diretor Superintendente

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Zaki Akel Sobrinho – Reitor

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

EQUIPE TÉCNICA**Coordenação**

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Romeu Herbert Friedlaender Junior

Mario Tamada Neto

Pesquisadores e analistas

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Romeu Herbert Friedlaender Junior

Paulo Alberto Bastos Junior

Mario Tamada Neto

Joana Paula Machado

Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte

Cleonice Bastos Pompermayer

César Reinaldo Rissete

Ariane Marcela Côrtes

Autores de Tópicos Especiais

Gina Paladino

Júlio César Felix

Mariano de Matos Macedo

Revisão

Júlio César Felix

Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte

Vanderlei Moroz

Pesquisa de Campo com População Adulta

Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.

Entrevistadores da Pesquisa de Campo com Especialistas

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Evânio do Nascimento Felipe

Romeu Herbert Friedlaender Junior

Ariane Marcela Côrtes

Paulo Alberto Bastos Junior

Editoração

Mario Tamada Neto

Fabiane Solarewicz de Lima

Romeu Herbert Friedlaender Junior

Capa e gráfica

Fabiane Solarewicz de Lima

Isabelle Velloso Portes

Gabrielle Velloso Portes

Universidade Federal do Paraná – UFPR

Pelo 11º ano consecutivo o Brasil participa da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, GEM, maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora no mundo. Começou como uma parceria entre a London Business School e o Babson College, sendo iniciado em 1999 com 10 países, e se expandindo para 59 economias a partir de 2010. O Brasil participou pela primeira vez no ano 2000.

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

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

1- ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A atividade empreendedora é traduzida pelo número de pessoas dentro da população adulta de um determinado país envolvida na criação de novos negócios. Na pesquisa GEM esses dados são obtidos por meio de pesquisa quantitativa com uma população na faixa etária entre 18 e 64 anos.

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

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

1.1 Principais taxas em 2010: Brasil e demais países participantes

1.1.1 Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial - TEA

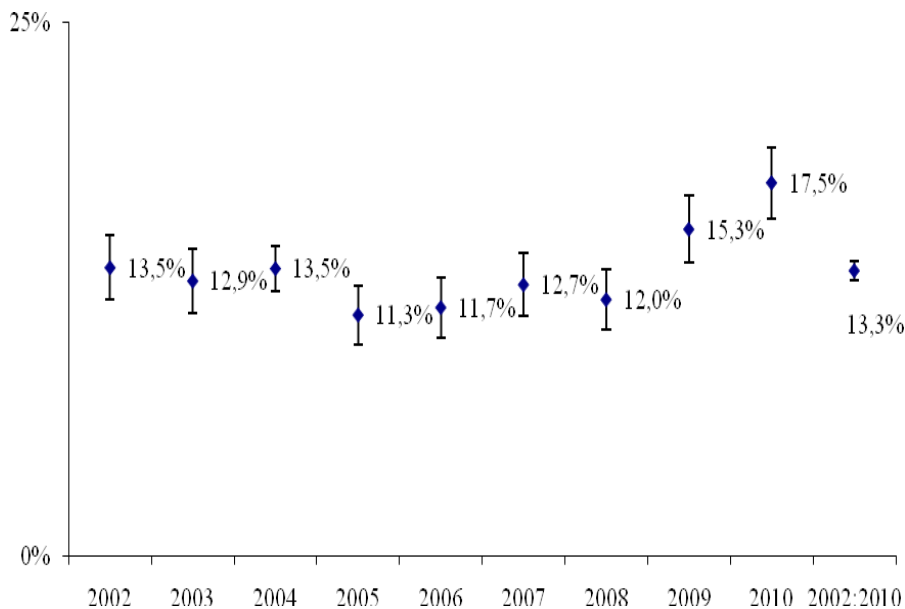
A Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial, TEA, é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, ou seja, com menos de 42 (quarenta e dois) meses de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

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

Em 2010, as economias impulsionadas por fatores apresentam maiores taxas TEA, em média, seguidas pelas economias impulsionadas por eficiência. As menores taxas médias são encontradas no grupo de países impulsionados pela inovação.

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

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



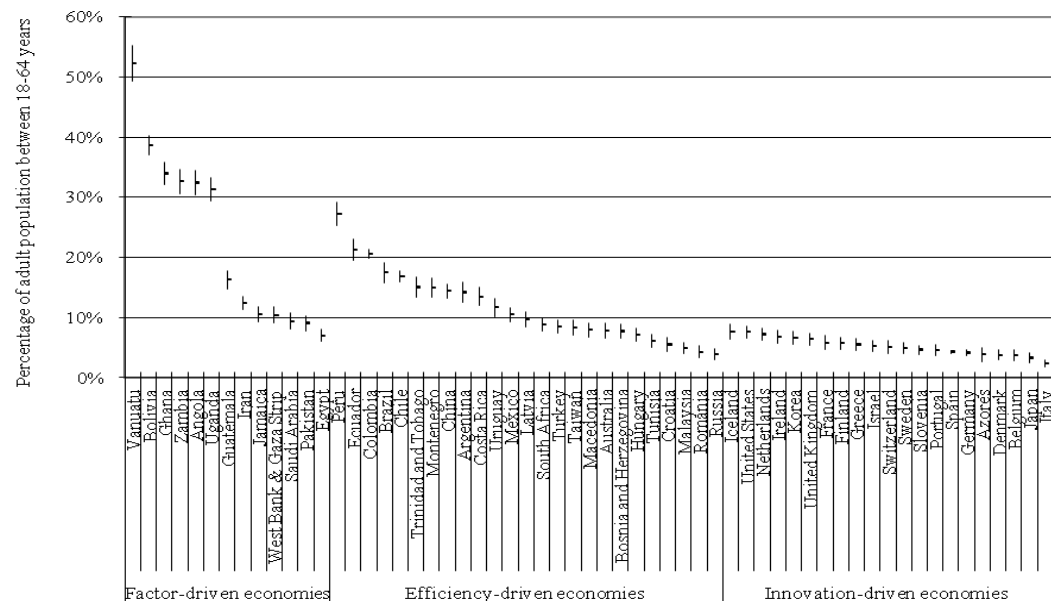
Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

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

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

O que se observa no Brasil em 2010 é que o crescimento da TEA é resultado do maior número de empreendedores de negócios novos. Os empreendedores nascentes no Brasil mantiveram-se na mesma proporção que em 2009, permanecendo acima da média do período em que a pesquisa foi realizada.

Atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) para 59 economias em 2010, segundo a fase de desenvolvimento econômico, mostrando 95% de intervalo de confiança.



Fonte: GEM Global Report 2010

1.1.2 Oportunidade e necessidade

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

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

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

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

Fonte: Pesquisa GEM 2010

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

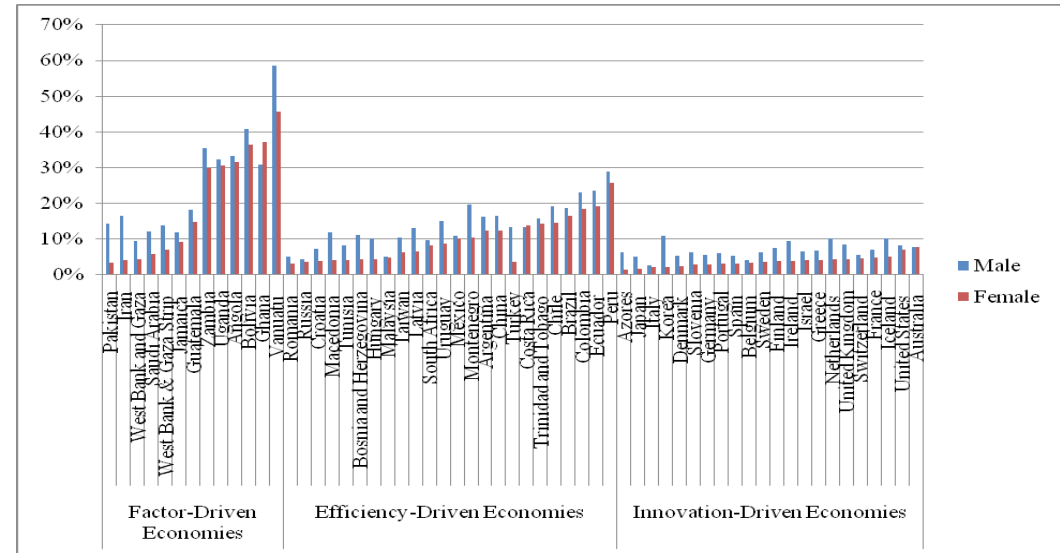
1.2 Principais taxas e evolução segundo características demográficas

1.2.1 Gênero

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

Em 2010, entre os empreendedores iniciais, 50,7% são homens e 49,3% mulheres, mantendo o equilíbrio entre gêneros no empreendedorismo nacional. Entre os 21,1 milhões de empreendedores brasileiros, 10,7 milhões pertencem ao sexo masculino e 10,4 milhões ao feminino.

Países do GEM ordenados segundo os níveis de participação da mulher na atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) por grupos econômicos – 2010 – Proporção (%)

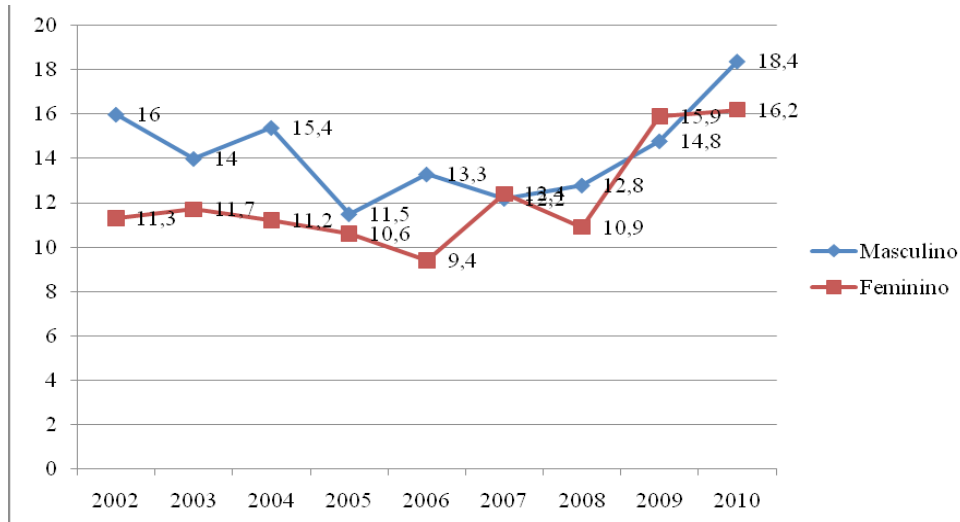


Fonte: GEM Global Report 2010

No Brasil há um constante equilíbrio entre gêneros quanto ao empreendedorismo, dado que a oscilação entre homens e mulheres é constante quando analisa-se o perfil de quem empreende.

Empreendedorismo no Brasil 2010

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

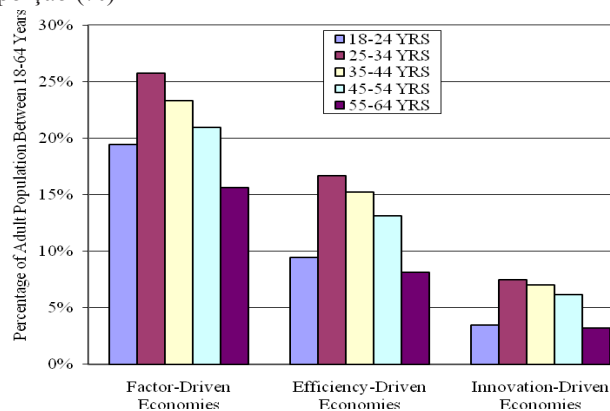


Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

1.2.2 Faixa etária

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

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



Fonte: GEM Global Report 2010

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

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

1.2.3 Escolaridade

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

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

Grupo de Países	Níveis de Educação			
	Alguma educação secundária	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
	Média	Média	Média	Média
Todos os países	9,6	11,2	12,8	12,5
Impulsionado por fatores	21,0	23,0	22,7	19,3
Impulsionado pela eficiência	8,8	11,1	13,4	13,3
América Latina (Impulsionado pela eficiência)	13,9	16,2	19,4	17,3
Impulsionado pela inovação	3,2	4,1	6,0	7,1
Brasil	15,9	18,0	19,2	22,2

Fonte: Pesquisa GEM 2010

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

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

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

Esse fato é ainda mais expressivo quando analisados sob a ótica da motivação. Quando avaliada a razão oportunidade/necessidade, nota-se a inexistência da influência da motivação no ato de empreender nas primeiras faixas de escolaridade. Contudo, essa diferença torna-se significativa para as faixas de escolaridade mais altas, chegando a ter 4,6 empreendedores por oportunidade para cada 1 (um) 1 por necessidade na faixa da população com mais de 11 (onze) anos de estudo.

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

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

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

1.2.4 Renda familiar

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

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

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

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

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

A motivação para que o empreendedor brasileiro em estágio inicial inicie um negócio pode variar conforme a faixa de renda em que se encontra. Seguindo a mesma linha de comparação com a divisão utilizada pelo GEM, os empreendedores por oportunidade também crescem na medida em que a renda familiar aumenta. Os empreendedores com rendas mais baixas são os que possuem maiores taxas de empreendedorismo motivado pela necessidade.

1.3 Principais taxas segundo setores de atividades dos empreendimentos

No Brasil, o foco dos negócios criados está no atendimento ao consumidor final em empreendimentos orientados nessa direção. É um perfil de negócio com propensão à informalidade, pela baixa necessidade de recursos financeiros para a sua abertura e pela simplificação da complexidade organizacional.

Os dados concernentes a 2010 apontam 4 (quatro) atividades ocupando 63% dos setores. O comércio varejista permanece com a maior prioridade pelos empreendedores, com 25%. Porém, alojamento e alimentação ocupam o 2º lugar no *ranking*, com 15%. As atividades imobiliárias e aluguéis com 13% e 10% na indústria de transformação.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2 ATITUDES EMPREENDEDORAS

A atitude empreendedora é avaliada pelo GEM por meio dos seguintes indicadores:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A população dos países com menor grau de desenvolvimento expressa em maior frequência **intenção de iniciar empreendimentos**.

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

3 ASPIRAÇÕES EMPREENDEDORAS

Neste item são abordados aspectos relacionados aos desejos e ambições do empreendedor sobre o seu novo negócio. Os indicadores selecionados tratam da geração de empregos, níveis de novidade do produto/serviço, concorrência e orientação internacional.

A **geração de empregos** por parte dos empreendedores em estágio inicial é maior nos países impulsionados pela eficiência do que nos países dos diferentes níveis de desenvolvimento econômico.

Os empreendedores em estágio inicial no Brasil estão abaixo da média dos países do mesmo nível de desenvolvimento econômico com respeito à geração de empregos nos próximos 5 (cinco) anos. Menos de 10% pretendem contratar pelo menos 10 (dez) pessoas para trabalharem em seus negócios nos próximo 5 (cinco) anos.

Dos empreendedores, 36% não possuem expectativas de criação e geração de qualquer emprego no prazo de 5 (cinco) anos, e mais de 23% objetivam gerar 6 (seis) ou mais postos de trabalho. Isto significa dizer que, dos 21,1 milhões de empreendedores brasileiros em 2010, 4,9 milhões estimam a geração de pelo menos 6 empregos através de seus empreendimentos nos próximos 5 (cinco) anos. Em comparação com o ano anterior, houve um aumento nesta proporcionalidade, que era de 15,2%.

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

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

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

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

O empreendedor por oportunidade tem maiores expectativas de crescimento de seu empreendimento que os que o fazem por necessidade. Em 2010 a expectativa da não geração de empregos é de 34,9% e da criação de mais de 20 empregos é de 10,3%.

No que tange ao tipo de atividade, a geração de pelo menos 6 (seis) novos empregos nos próximos 5 (cinco) anos é extremamente maior na área de serviços voltados ao consumidor, ou seja, 56,9%. Nos serviços voltados ao consumidor, destacam-se os que trabalham com alimentação, confecção e produção e organização de eventos, como os de maior expectativa de geração de empregos nos próximos anos. Como é o caso da organização e produção de eventos e consultorias empresariais nos serviços voltados à empresa e funções relacionadas à construção civil e automóveis no setor da indústria de transformação.

Com relação à **novidade do produto/serviço**, os empreendedores brasileiros oferecem produtos ou serviços conhecidos dos seus consumidores, já que apenas 16,8% consideram que o produto é novo para todos ou alguns consumidores, média inferior aos mínimos atingidos pelos países impulsionados por fatores e impulsionados pela inovação. Para apenas 7,5% será novo para todos os consumidores.

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

Entre as atividades econômicas escolhidas pelos empreendedores brasileiros em estágio inicial 56,9% dos empreendimentos são referentes a serviços voltados ao consumidor.

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

Outro parâmetro utilizado pelo GEM para medir a inovação dos empreendimentos é o **grau de concorrência** a que os negócios enfrentam, ou seja, o número de empresas operando no mesmo ambiente do empreendimento, oferecendo produtos ou serviços similares.

Os empreendedores brasileiros enfrentam maior concorrência que muitos dos países analisados na pesquisa. Apenas 37,5% afirmaram que o seu produto ou serviço encontra pouca ou nenhuma concorrência. Esta média é inferior à dos países dos diversos graus de desenvolvimento econômico analisados. Mais de 93% dos empreendimentos estão envoltos e expostos a algum nível de concorrência direta.

No que tange a questão de concorrência *versus* tipo de atividade, 62,5% são atividades de serviços voltadas ao consumidor, tais como: fornecimento de alimentação congelada, confecção de roupas, lanchonete, frutaria, vendas por catálogos, *personal trainer* a domicílio, lavanderias, lava carros etc. E, somente 1,6% correspondem a atividades ligadas a indústria extrativista, ou seja, mais especificamente a criação de gado e a agricultura.

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

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

No Brasil, o empreendedor em estágio inicial utiliza tecnologia que lhes é bastante conhecida, sendo que apenas 5% afirmaram que a tecnologia empregada em seu empreendimento está disponível no mercado menos de 1 (um) ano (quadro 3.15). 89% dos empreendimentos utilizam tecnologia

com mais de 5 (cinco) anos.

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

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

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

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

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

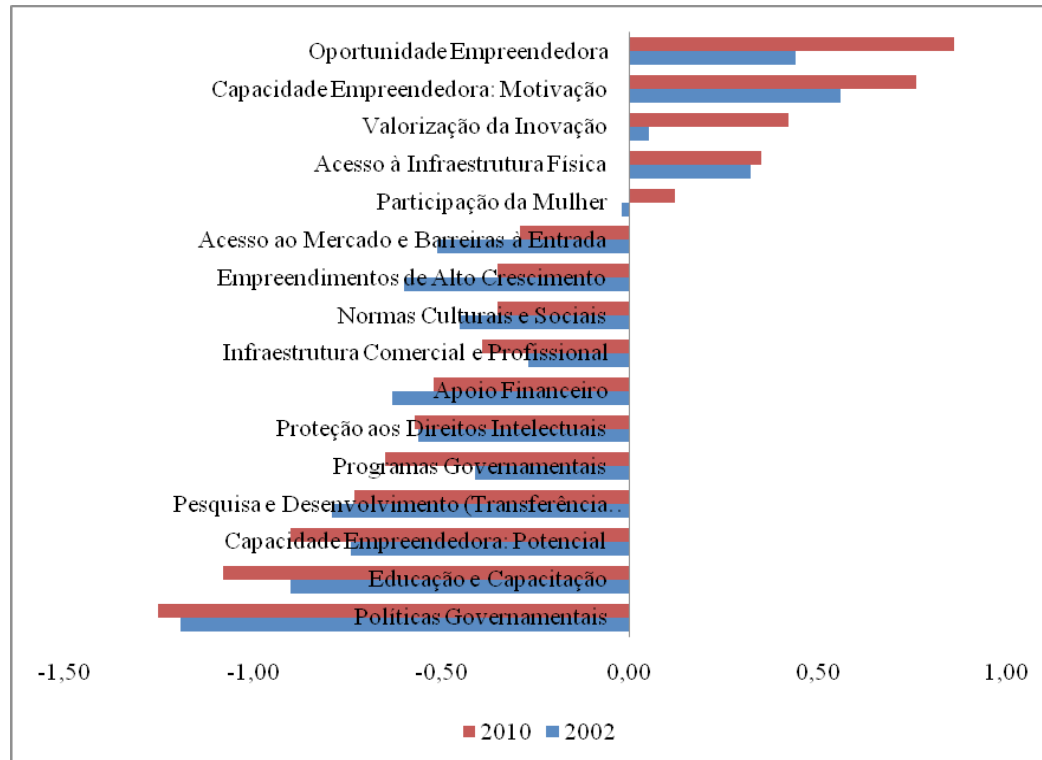
4 CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL

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

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

Além destes fatores, destaca-se também com a Valorização da Inovação como positivo bem como Infraestrutura Física¹ e Participação da Mulher como empreendedora, neste último caso, inclusive, já percebido em edições anteriores da pesquisa.

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



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

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

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

A pesquisa identifica que os aspectos mais desfavoráveis ao empreendedorismo estão ligados a políticas e programas de governo, bem como serviços educacionais, financeiros, de ciência e tecnologia e de regulação da competição no País.

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

No caso dos Programas Governamentais tem-se como ponto de destaque a inexistência de uma única agência para o empreendedor obter informações sobre os programas. Dito de outra forma, nada mais é que a percepção da dificuldade que o empreendedor tem em obter as informações necessárias para acessar os mecanismos de apoio criados por programas de governo. Novamente quando se analisa as Políticas Governamentais aparece a demora em conseguir licenças para empreender no Brasil, algo já debatido há tempos e que corroboram os dados da pesquisa “*Doing Business 2011*” feita pelo Banco Mundial e que classifica o país na 128ª posição dentre 183 economias do mundo.²

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

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

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

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

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

4.2 Fatores limitantes

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

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

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

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

4.3. Fatores favoráveis

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

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

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

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

4.4 Recomendações

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

Recomendações mais citadas pelos especialistas – Brasil – 2002 a 2010

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

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2010

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

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

5 AMBIENTE ECONÔMICO E EMPREENDEDORISMO

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

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

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

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

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