

Global Entrepreneurship Monitor

Empreendedorismo

no Brasil







Empreendedorismo no Brasil







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

A permissão para utilização de conteúdos do GEM 2010/2011 Global Report, que compõem este relatório, foi gentilmente cedida pelos detentores dos direitos autorais. O GEM é um consórcio internacional e este relatório foi produzido a partir de dados provenientes de 54 países no ciclo 2011 da pesquisa. Nosso agradecimento especial aos autores, pesquisadores, organismos financiadores e outros colaboradores que fizeram com que isso fosse possível.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Elaborado por: Marta Oliveira Mendes - CRB 09/1070

G562 Global Entrepreneurship Monitor

Empreendedorismo no Brasil : 2011 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores : Tales Andreassi... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2011.

118p.: il.

Vania Nassif

Vários autores:

Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte
Gilberto Sarfati
Joana Paula Machado
Júlio César Felix
Laura Pansarella
Marcelo Aidar
Mario Tamada Neto
Marcus Salusse
Rene Rodrigues Fernandes

Rodrigo Hermont Ozon Romeu Hebert Friedlaender Junior Simara Maria de Souza Silveira Greco Tales Andreassi Vanderlei Moroz

Inclui bibliografias. ISBN 975-85-87446-15-2

1. Empreendedorismo – Brasil. 2. Inovações Tecnológicas – Brasil. I. Global Entrepreneurship Research Association. II. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. III. Greco, Simara Maria de Souza Silveira (Coord.). IV. Duarte, Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia. V. Sarfati, Gilberto. VI. Machado, Joana Paula. VII. Felix, Júlio César. VIII. Pansarella, Laura. IX. Aidar, Marcelo. X. Tamada Neto, Mario. XI. Salusse, Marcus. XII. Fernandes, Rene Rodrigues. XIII. Ozon, Rodrigo Hermont. XIV. Friedlaender Junior, Romeu Hebert. XV. Andreassi, Tales. XVI. Moroz, Vanderlei. XVII. Nassif, Vania. XVIII. Título.

CDD (22.ed) - 658.110981

COORDENAÇÃO DO GEM

INTERNACIONAL

Global Entrepreneurship Research Association – GERA

Babson College, Estados Unidos

Universidad del Desarrollo, Chile

Universiti Tun Abdul Razak, Malásia

London Business School, Reino Unido

NACIONAL

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

INSTITUIÇÕES EXECUTORAS DO GEM NO BRASIL

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Eduardo Camargo Righi - Diretor Presidente

Alcione Belache - Diretor Executivo

Maurício Fernando Cunha Smijtink - Diretor Executivo

Fundação Getulio Vargas - FGV-EAESP

Carlos Ivan Simonsen Leal - Presidente da FGV

Maria Tereza Leme Fleury - Diretora da Escola de Administração de Empresas de São Paulo

Tales Andreassi - Coordenador do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) – Patrocinador Master

Roberto Simões - Presidente do Conselho Deliberativo Nacional (CDN)

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho - Diretor Presidente

Carlos Alberto dos Santos - Diretor Técnico

José Claudio dos Santos – Diretor de Administração e Finanças Pio Cortizo - Gerente da Unidade de Gestão Estratégica (UGE)

Serviço Social da Indústria (SESI/PR)

Edson Luiz Campagnolo - Presidente SESI/ PR

José Antonio Fares – Diretor Superintendente SESI/PR

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Zaki Akel Sobrinho - Reitor

Sergio Scheer - Pró-reitor de Pesquisa e Pósgradução

Emerson Carneiro Camargo - Diretor Executivo da Agência de Inovação UFPR

Instituto de Tecnologia do Paraná – Tecpar

Júlio César Felix

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação Geral - IBQP

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Coordenação de Análises e de Redação - FGV-EAESP

Tales Andreassi

Equipe Fixa - IBQP

Romeu Hebert Friedlaender Junior Mario Tamada Neto

Pesquisadores e analistas

Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte – UFPR Gilberto Sarfati – FGV-EAESP Joana Paula Machado - IBQP Laura Pansarella – FGV-EAESP -Marcelo Aidar – FGV-EAESP Mario Tamada Neto – IBQP

Rene Rodrigues Fernandes - FGV-EAESP

Rodrigo Hermont Ozon - IBQP

Marcus Salusse - FGV-EAESP

Romeu Hebert Friedlaender Junior - IBQP

Simara Maria de Souza Silveira Greco - IBQP

Tales Andreassi - FGV-EAESP

Vanderlei Moroz - UFPR

Vania Nassif - FGV-EAESP

Revisão

Júlio César Felix - TECPAR

Pesquisa de Campo com População Adulta

Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.

Pesquisa de Campo com Especialistas Nacionais em Empreendedorismo

Entrevistadores

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Romeu Hebert Friedlaender Junior

Ana Beatriz Tiemi Kawakami

Leonardo Henrique Nardim

Graça Maria Simões Luz

Capa

Fabiane Solarewicz de Lima

Projeto gráfico e diagramação

Juliana Montiel

Gráfica

Imprensa da UFPR

ENTREVISTADOS NA PESQUISA COM ESPECIALISTAS

Adriana Monteiro Fonseca

Pequenas Empresas Grandes Negócios

Alexsandro Vanin

Revista Empreendedor

Alice Sosnowski

Objecta Internet e Blog O Pulo do Gato

Allan Marcelo de Campos Costa

SEBRAE/PR

Ana Lúcia Vitale Torkomian

SETEC/MCT

Antonio Carlos Filgueira Galvão

Centro de Gestão e Estudos Estratégicos-**CGEE**

Ataliba C. Gonçalves

VH Consultores: Planejamento de Negócios & Gestão Financeira.

Batista Salgado Gigliotti

FRAN SYSTEMS CONSULTORIA LTDA.

Belmiro Valverde Jobim Castor

Professor universitário e consultor de empresas

Bernt Entschev

Empresário e consultor

Bruno Dantas Fontes

Loop Marketing

Carlos Eduardo Assumpção Olesko

Cymimasa transmissora de energia

Eduardo Augusto Machado

Conaje - Confederação nacional de Jovens **Empresários**

Eduardo Faria Daltro

Esfera Quatro

Erik Camarano

Movimento Brasil Competitivo-MBC

Fabiana Carvalho

IEL - BA

Fábio Roberto Fowler

Universidade Federal de Itajubá

Francilene Procópio Garcia

Anprotec

Francisco Wandercley M. da Silva

Programa Nacional do Microcrédito

Produtivo Orientado do MTE

João Marcos Varella

Consultor e Autor do livro Desafio de empreender

João Paulo Garcia Leal

IBRAC - Instituto Brasileiro de Estudos da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional

Jorge de Paula Costa Avila

Instituto Nacional da Propriedade Industrial-**INPI**

José Arnaldo Deutscher

Fundo Criatec (capital semente)

Leonardo Guimarães

Porto Digital

Lia Hasenclever

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Luiz Carlos Floriani

Associação das Organizações de Microcrédito de SC - Amcred

Marcelo Hiroshi Nakagawa

USP

Marcus Rizzo

Especialista em franquias

Mario Ponci Neto

Chilli Beans

Renata Alves

Blog Gestão Feminina

Ronaldo Duschenes

Flexiv Móveis para Escritório

Sergio Lozinsky

Consultor em Intraempreendedorismo

Silvio Meira

Universidade Federal de Pernambuco/ C.E.S.A.R - Centro de Estudos Avançados do Recife

Tales Andreassi

FGV-EAESP

Vanessa Caldas Chabar

Mulher Empreendedora

Vanessa Ishikawa Rasoto

Agência de Inovação da UTFPR

SUMÁRIO	2.1 Principais taxas em 2011: Brasil e demais grupos de países39
Lista de Quadros9	2.2 Evolução das taxas do Brasil de 2002 a 2013
Lista de figuras12	2.3 Comparação das taxas do Brasil com demais
Agradecimento13	países em 2011 41
Prefácio15	2.4 Principais atividades desenvolvidas pelos empreendedores brasileiros
Introdução17	2. Correctorásticos dos arrayos de dovos
1 - Postura da população em relação à atividade empreendedora e condições para em-	3 - Características dos empreendedores47
preender no Brasil e nos demais países par- ticipantes	3.1 Motivação47
1.1 Mentalidade empreendedora no Brasil com- parada aos grupos de países participantes – Re-	3.2 Empreendedores segundo o gênero50
sultado da pesquisa com população adulta bra- sileira23	3.3 Empreendedores segundo a faixa etária53
1.1.1 Conhecimento sobre a abertura de novos negócios	3.4 Empreendedores segundo a renda54
23	3.5 Empreendedores segundo a escolaridade
1.1.2 Oportunidades e Capacidades Percebidas23	
1.1.3 Medo do fracasso segundo grupo de países25	4 - Características dos Empreendimentos61
1.1.4 Percepções sobre o empreendedorismo26	4.1 Geração de empregos 61
1.2 Condições para empreender no Brasil (EFCs), comparado ao grupo de países participantes – Opiniões dos especialistas entrevistados	4.2 Impacto no mercado em termos de novidado do produto e concorrência
27	4.3 Tecnologia
1.2.1 Fatores Favoráveis	4.4 Orientação internacional
1.2.2 Fatores limitantes31	65
2 - Empreendedores do Brasil e países parti- cipantes do GEM segundo o estágio dos em-	5 - Recomendações de melhorias no ambiente para empreender no Brasil - Visão dos especia- listas entrevistados
preendimentos³ e nível de desenvolvimento econômico dos países39	5.1 Recomendações para o quesito Políticas Go vernamentais

	Capacitação71
	5.3 Recomendações para o quesito Infra Estrutu ra Comercial e Profissional
	5.4 Recomendações para o quesito Normas Culturais e Sociais
	5.5 Recomendações para o quesito Apoio Finan ceiro
mo	ópico Especial - Intraempreendedoris
••••••	6.1 Intraempreendedorismo por gênero 78
	6.2 Intraempreendedorismo por faixa etária79
	6.3 Intraempreendedorismo por faixa de renda
	6.4 Intraempreendedorismo por escolaridade80
Refer	- ências 83
proce	adice 1 – Considerações sobre metodologia adimentos
	a dice 2 - Principais dados e taxas
Apên GEM	adice 3 – Equipes e Patrocinadores do 2011113

LISTA DE QUADROS

Quadro I.1 - Classificação dos países participantes segundo as fases do desenvolvimento econômico	Quadro 2.1 - Empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Brasil - Comparativo 2010-2011			
Quadro 1.1 - Postura da população em relação ao empreendedorismo - Grupo de países - 201124	Quadro 2.2 - Empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Grupo de Países - 2011			
Quadro 1.2 - Mentalidade empreendedora Brasil – 2011	Quadro 2.3 - Principais atividades dos empreendedores iniciais – Brasil – 2011			
Quadro 1.3 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo segundo a percepção dos Especialistas - Brasil - 2011	Quadro 2.4 - Principais atividades dos empreendedores estabelecidos - Brasil - 2011			
Quadro 1.4 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Normas Culturais e Sociais - Brasil - 2011	Quadro 3.1 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a motivação - Grupo de Países - 2011			
Quadro 1.5 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Acesso ao Mercado/Abertura e Barreiras à Entrada - Brasil - 2011	Quadro 3.2 - Empreendedores iniciais segundo a motivação - Brasil - Comparativo 2010-2011			
Quadro 1.6 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Capacidade Empreendedora: Motivação – Brasil – 2011	Quadro 3.3 - Motivação para empreender segundo as principais atividades - Brasil - 2011			
Quadro 1.7 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Capacidade Empreendedora: Potencial – Brasil – 2011	Quadro 3.5 - Percentual de empreendedores segundo o gênero - Brasil - 2001 a 2011			
Quadro 1.8 - Fatores limitantes que afetam o empreendedorismo segundo percepção dos especialistas - Brasil - 2011	Quadro 3.6 - Principais atividades desenvolvidas pelos empreendedores em estágio inicial segundo gênero - Brasil - 2011			
Quadro 1.9 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Políticas Governamentais - Brasil - 2011	Quadro 3.7 - Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa etária - Grupo de Países - 2011			
Quadro 1.10 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Apoio Financeiro - Brasil - 2011	Quadro 3.8 - Taxa de empreendedores estabelecidos segundo a faixa etária - Grupo de Países - 2011			
Quadro 1.11 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas es¬truturadas sobre Educação e Capacitação – Brasil – 2011	Quadro 3.9 - Percentual de empreendedores segundo a faixa etária – Brasil – 2001 a 2011			

Quadro 3.10 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa de renda - Grupo de Países - 2011	Quadro 4.8 - Empreendimentos estabelecidos segundo o nível de tecnologia - Grupo de Países - 2011
55	65
Quadro 3.11 - Empreendedores estabelecidos segundo a faixa de renda - Grupo de Países - 2011	Quadro 4.9 - Empreendimentos segundo a idade da tecnologia - Brasil - Comparativo 2010-2011
Quadro 3.12 - Percentual de empreendedores segundo a renda em salários mínimos- Brasil - 2001 a 2011	Quadro 4.10 - Orientação internacional de empreendedores iniciais – Grupos de Países – 2011
Quadro 3.13 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade – Grupo de Países – 2011	Quadro 4.11 - Orientação internacional de empreendedores estabelecidos - Grupos de Países - 2011
Quadro 3.14 - Empreendedores estabelecidos segundo o nível de escolaridade - Grupo de Países - 2011	Quadro 4.12 - Orientação internacional de empreendedores iniciais estabelecidos - Brasil - Comparativo 2010-2011
Quadro 3.15 - Percentual de empreendedores segundo o nível de escolaridade - Brasil - 2011	Quadro 6.1 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) - Grupo de Países - 2011
Quadro 4.1 - Empreendimentos segundo a expectativa de geração de empregos - Brasil - Comparativo 2010-2011	Quadro 6.2 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo o Gênero - Brasil - 2011
Quadro 4.2 - Empreendimentos em estágio inicial segundo a expectativa de geração de empregos - Grupo de Países - 2011	Quadro 6.3 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo a Faixa Etária - Brasil - 2011
Quadro 4.3 - Empreendimentos em estágio inicial segundo a concorrência e novidade do produto - Grupo de Países - 2011	Quadro 6.4 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo a Faixa de Renda - Brasil - 2011
Quadro 4.4 - Empreendimentos estabelecidos segundo a concorrência e novidade do produto -	Quadro 6.5 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo o nível de escolaridade - Brasil - 201180
Grupo de Países - 201163	Quadro A1.1 - Terminologias e principais medidas do GEM
Quadro 4.5 - Empreendimentos segundo a novidade do produto ou serviço - Brasil - Comparativo 2010-2011	Quadro A1.2 - Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo do GEM
Quadro 4.6 - Empreendimentos segundo o número de concorrentes - Brasil - Comparativo 2010-2011	Quadro A1.3 - Países participantes do GEM de 2001 A 2010
Quadro 4.7 - Empreendimentos em estágio inicial segundo o nível de tecnologia – Grupo de Países – 2011	Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2011

Quadro A1.5 - Principais diferenças entre os dados da pesquisa com população adulta do GEM e os dados de registros formais de negócios	Quadro A2.12 - Características dos empreendedores segundo motivação - Brasil - 2011
Quadro A2.1 - Taxa de atividade empreendedora segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	Quadro A2.13 - Características dos empreendimentos segundo estágio - Brasil - 2011
99	Quadro A2.14 - Características dos empreendi-
Quadro A2.2 - Taxa dos empreendedores iniciais segundo motivação e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	mentos segundo motivação – Brasil – 2011 110
Quadro A2.3 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
Quadro A2.4 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
Quadro A2.5 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
Quadro A2.6 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
101	
Quadro A2.7 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo grau de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
Quadro A2.8 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo grau de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
Quadro A2.9 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011	
Quadro A2.10 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	
Quadro A2.11 - Características dos empreendedores segundo estágio – Brasil – 2011	

LISTA DE FIGURAS

Figura I.1 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM	Figura 3.7 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa de renda - Grupo de Países - 2011
Figura 2.1 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002:2011	Figura 3.8 - Empreendedores estabelecidos segundo a faixa de renda - Grupo de Países - 2011
Figura 2.2 - Evolução da taxa de empreendedores nascentes – Brasil – 2002:2011	Figura 3.9 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade - Grupo de Países - 2011
Figura 2.3 - Evolução da taxa de empreendedores novos - Brasil - 2002:2011	57
Figura 2.4 - Evolução da taxa de empreendedores estabelecidos - Brasil - 2002:2011	Figura 3.10 - Empreendedores estabelecidos segundo o nível de escolaridade – Grupo de Países – 2011
Figura 2.5 - Atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) segundo a fase de desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	Figura 6.1 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo a fase de desenvolvimento econômico, mostrando 95% de intervalo de confiança - Grupo de Países - 2011
Figura 2.6 - Atividade empreendedora em estágio Estabelecido segundo a fase de desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011 	Figura A1.1 - O modelo GEM
Figura 3.1 - Empreendedorismo por oportunidade como percentual da TEA segundo a fase de desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011	89
Figura 3.2 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) por oportunidade - Brasil - 2002:2011	
Figura 3.3 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) por necessidade - Brasil - 2002:201150	
Figura 3.4 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo gênero – Brasil – 2001:2011	
Figura 3.5 - Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa etária - Grupo de Países - 2011	
Figura 3.6 - Taxa de empreendedores estabelecidos segundo a faixa etária – Grupo de Países – 201154	

AGRADECIMENTOS

O Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade nasceu da convergência de esforços governamentais e lideranças empresariais para incentivar o empreendedorismo, através do aperfeiçoamento da gestão nas organizações brasileiras.

Com o intuito de concretizar esse escopo – e, com isso, promover uma cultura cada vez mais empreendedora no Brasil –, o IBQP está há mais de uma década à frente da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), para poder assim entender melhor o perfil empreendedor do cidadão brasileiro.

O SEBRAE, ao longo de todos esses anos, tem sido o principal parceiro do IBQP nesta empreitada. Por esta razão merece um agradecimento especial pelo fundamental e imprescindível apoio na realização, utilização e propagação dos dados fornecidos pela pesquisa, valorizando o papel do empreendedor na sociedade contemporânea brasileira.

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

No ano de 2011 é importante destacar a parceria feita com a Fundação Getúlio Vargas, cujo notório conhecimento técnico está contribuindo de forma ímpar para o sucesso da pesquisa, merecendo, portanto, o nosso especial agradecimento.

Destacamos também o apoio da Universidade Federal do Paraná e do Instituto de Tecnologia do Paraná, organizações que muito têm contribuído para o sucesso desta publicação.

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

Gostaríamos, outrossim, de lembrar a participação do Instituto Bonilha, responsável pela pesquisa de campo, e de todos os outros colaboradores, da equipe do IBQP e demais analistas convidados.

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

Para terminar, gostaria de salientar a importância dos empreendedores, que ao concentrarem esforços direcionados a superação dos desafios do mundo globalizado, procurando fazer melhor hoje do que ontem e melhor amanhã do que hoje, desempenham um papel fundamental na melhora da qualidade de vida de toda população brasileira.

Eduardo Righi Diretor Presidente do IBQP

PREFÁCIO

Os Novos Caminhos do Empreendedorismo

Esta é a 12ª edição do GEM em que o Brasil participa. Durante os últimos doze anos, temos acompanhado atentamente a evolução das características do empreendedorismo no país, assim como nos demais países participantes do estudo.

Este ano, foram 54 países participantes. E em todos os anos, surgem novas informações que aumentam nosso conhecimento sobre o tema, assim como fornecem as bases para pensar as políticas voltadas para o estímulo ao empreendedorismo e aos pequenos negócios.

Uma das inovações deste estudo foi sistematizar as informações para todo o conjunto de empreendedores. Até a versão passada, a análise centrou-se nos empreendedores envolvidos na criação de um negócio e até os primeiros 42 meses desse negócio, que é a taxa de Empreendedores Iniciais, ou TEA. O foco era conhecer o processo de criação de novos negócios, fenômeno que ajuda a explicar o processo de crescimento e desenvolvimento de uma economia. A partir deste ano, foram sistematizados também os dados dos empreendedores com mais de 42 meses de operação, os "Empreendedores Estabelecidos", que desempenham importante papel na manutenção da atividade econômica e na geração de emprego e renda.

Com isso, passamos a ter uma visão mais ampla do empreendedorismo. Fenômeno dominado predominantemente por micro e pequenas empresas, que, em se tratando só do setor formal já são responsáveis por 52% dos empregos e cerca de 2/3 de todos os postos de trabalho do setor privado no país.

Como resultado do estudo, verificase que há no Brasil cerca de 27 milhões de adultos, entre 18 e 64 anos, que estão envolvidos na criação ou já administram um negócio. Isso representa mais de 1 em cada 4 indivíduos da população adulta do país. Com isso, o Brasil possui, hoje, a 3ª maior população empreendedora, em números absolutos, entre os 54 países estudados. Isso, em si, evidencia a necessidade do país ter permanentemente uma política voltada para o estímulo ao empreendedorismo, e para a criação de um ambiente favorável aos pequenos negócios.

O estudo mostra ainda que o otimismo para empreender no país é maior que a média mundial e que a proporção das mulheres na TEA (49%) é a quarta maior, entre os 54 países pesquisados. Quanto à faixa etária dos empreendedores no Brasil há um elevado contingente de jovens, entre 25 e 34 anos, que está envolvido com a criação de novos negócios, em contraposição aos Empreendedores Estabelecidos, onde é mais forte a presença de pessoas entre 45 e 54 anos

No campo social, verifica-se que, ao contrário da maioria dos países, no Brasil a TEA é proporcionalmente mais alta nos grupos de renda mais baixa, o que reforça o papel do empreendedorismo no processo de inclusão social, em nosso país.

Finalmente, o estudo mostra ainda que, cada vez mais, o brasileiro considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira.

A publicação deste livro é o primeiro, entre os muitos passos que daremos, no sentido de levar aos formuladores de políticas em favor do empreendedorismo, no Brasil, as referências indispensáveis ao aperfeiçoamento dessas políticas, para que possamos maximizar os resultados do empreendedorismo para o crescimento e desenvolvimento do país.

Luiz Barretto Presidente do Sebrae

INTRODUÇÃO

Em 2011, pelo 12° ano consecutivo, o Brasil participa do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, projeto de pesquisa sem fins lucrativos que tem por objetivo a geração e divulgação de informações sobre a atividade empreendedora em âmbito mundial. O GEM iniciou-se em 1999, fruto de uma parceria entre Babson College e London Business School, duas escolas internacionalmente reconhecidas, envolvendo 10 países. Hoje o GEM é um projeto robusto, já realizado em mais de 86 países nos cinco continentes, e consolidando-se como uma referência e uma fonte única de informações sobre empreendedorismo para pesquisadores do tema.

A pesquisa do GEM segue uma rigorosa metodologia científica para garantir a validade e a confiabilidade das informações divulgadas. As atividades das equipes envolvidas na pesquisa são coordenadas pelo Global Entrepreneurship Research Association - GERA, organização proprietária da marca GEM e responsável pela gerência administrativa e técnica das operações do GEM no mundo. No Brasil o GEM é conduzido, desde seu início, em 2000, pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade -IBQP, com o apoio técnico e financeiro de diversas instituições nacionais. Em 2011, o IBPQ firmou uma parceria com o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getulio Vargas para que os resultados sejam analisados conjuntamente pelas duas instituições.

Neste ano de 2011 a pesquisa do GEM contou com a participação de 54 países que realizaram as duas principais atividades de pesquisa - o levantamento de dados junto à população com idade entre 18 e 64 anos e a obtenção de opiniões de profissionais empreendedores sobre as condições existentes nos países para o desenvolvimento de novos negócios. Especificamente com relação à pesquisa GEM no Brasil, foram entrevistados 2000 indivíduos entre 18 e 64 anos representativos da população brasileira nesta faixa etária e 36 profissionais de diversos segmentos da sociedade brasileira relacionados ao empreendedorismo que relataram sua visão sobre as condições para empreender no Brasil.

Como definição de empreendedorismo encontra diferentes vertentes, é importante deixar claro qual o conceito utilizado pela pesquisa do GEM. O principal propósito do GEM é medir o envolvimento dos indivíduos na criação de novos negócios, ou seja, o empreendedor em estágio inicial. A medida adotada pelo GEM, Total Early-Stage Entrepreneurial Activity -TEA, traduzida como Taxa de Empreende do res em Estágio Inicial, inclui os indivíduos que estão no processo de iniciar um novo negócio bem como aqueles que estão conduzindo um negócio há menos de 42 meses. Tal medida acaba sendo o grande diferencial da pesquisa do GEM quando comparada a outras bases de dados sobre o empreendedorismo, dado

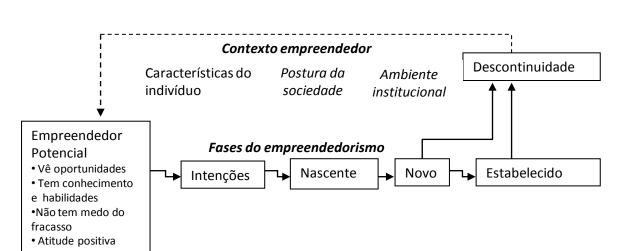


Figura I.1: O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM

que a maioria dessas bases são formadas por registros formais de empresas.

Apesar do foco principal do GEM ser a TEA, os empreendedores estabelecidos também entram na pesquisa. Conforme descrito na Figura I.1, o GEM entende o empreendedorismo como um processo que compreende as diferentes fases de desenvolvimento dos empreendimentos, desde a intenção de iniciar um negócio, passando pelo processo de efetivamente iniciálo (empreendedores de negócios nascentes com até três meses) e chegando ao estágio de administrar esse negócio seja num momento ainda inicial (empreendedores de negócios novos com até 42 meses) ou já estabelecido (empreendedores de negócios estabelecidos).

Embora no estudo global internacional o GEM já esteja se referindo há alguns anos aos empreendedores estabelecidos, além dos empreendedores considerados no cálculo da TEA, foco da pesquisa, o estudo do Brasil focava apenas os empreendedores iniciais. Este ano, no intuito de explorar mais elementos na compreensão do fenômeno, são também analisados aspectos relacionados ao empreendedor estabelecido.

Mantendo a linha de análise dos dois últimos anos, para efeitos de comparação dos resultados entre países e conforme descrito no Global Report 2010, o GEM agrupa as economias dos países participantes em três níveis¹: países impulsionados por fatores, países impulsionados pela eficiência e países impulsionados pela inovação. As economias impulsionadas por fatores são dominadas pela agricultura de subsistência e negócios extrativistas, com uma forte dependência do trabalho e dos recursos naturais. Nas economias impulsionadas pela eficiência o desenvolvimento é caracterizado pela industrialização e pelos ganhos em economias de escala, com predominância de grandes organizações intensivas em capital. À medida que o desenvolvimento avança, os negócios são mais intensivos em conhecimento e o setor de serviços se expande, caracterizando as economias impulsionadas pela inovação.

O Quadro I.1 apresenta os países participantes da pesquisa 2011 classificados segundo os três níveis anteriormente descritos. Para simplificar a leitura, no decorrer do documento estes três níveis serão tratados simplificadamente como grupo-fator, grupo-eficiência e grupo-inovação.

Quadro I.1 - Classificação dos países participantes segundo as fases do desenvolvimento econômico

Países impulsionados	Países impulsionados	Países impulsionados
por fatores	pela eficiência	pela inovação
Argélia	África do Sul	Alemanha
Bangladesh	Argentina	Austrália
Guatemala	Barbados	Bélgica
Irã	Bósnia e Herzegovina	Cingapura
Jamaica	Brasil	Coréia do Sul
Paquistão	Chile	Dinamarca
Venezuela	China	Emirados Árabes Unidos
	Colômbia	Eslovênia
	Croácia	Espanha
	Eslováquia	Estados Unidos
	Hungria	Finlândia
	Letônia	França
	Lituânia	Grécia
	Malásia	Holanda
	México	Irlanda
	Panamá	Japão
	Peru	Noruega
	Polônia	Portugal
	Romênia	Reino Unido
	Rússia	República Tcheca
	Tailândia	Suécia
	Trindade e Tobago	Suíça
	Turquia	Taiwan
	Uruguai	

Fonte: GEM 2011

¹ Essa classificação é baseada no Relatório de Competitividade Global (Global Competitiveness Report) – Publicação do Fórum Econômico Mundial que identifica três fases do desenvolvimento econômico, considerando o PIB per capita e a parcela das exportações relativa aos bens primários.

Este Relatório está estruturado em 9 partes, iniciando-se com esta introdução, seguida por seis capítulos e sendo finalizado por uma lista de referências e relação de apêndices. O Capítulo 1 apresenta o contexto em que acontece a atividade empreendedora no país, descrevendo as atitudes e opiniões dos brasileiros perante os movimentos de criação de novos negócios, bem como, as condições presentes no ambiente que condicionam as iniciativas empreendedoras no país segundo a visão dos especialistas entrevistados. O Capítulo 2 apresenta e compara os empreendedores brasileiros com os demais países participantes da pesquisa, segundo o estágio dos empreendimentos e o nível de desenvolvimento econômico dos países. O Capítulo 3 analisa as características dos empreendedores pesquisados, segundo sua motivação, gênero, idade, renda e escolaridade. Já o Capítulo 4 muda a ótica para os empreendimentos, analisando suas principais características no tocante à geração de empregos, impactos no mercado em termos de novidade do produto, concorrência e uso de tecnologia, bem como sua orientação internacional. O Capítulo 5 propõe recomendações de melhorias no ambiente para empreender no Brasil, segundo a visão dos especialistas entrevistados. O Capítulo 6 apresenta os resultados do tópico especial escolhido para ser pesquisado neste ano: intraempreendedorismo. Finalmente, as referências e apêndices encerram o estudo.



1

POSTURA DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL E NOS DEMAIS PAÍSES PARTICIPANTES

1

POSTURA DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL E NOS DEMAIS PAÍSES PARTICIPANTES

A presença de uma mentalidade favorável da população à atividade empreendedora aliada às condições oferecidas pelo País para a criação e desenvolvimento de novos negócios são elementos fundamentais para o florescimento de empreendimentos que irão contribuir de forma significativa para o crescimento econômico e social de um País.

1.1 Mentalidade empreendedora no Brasil comparada aos grupos de países participantes - Resultado da pesquisa com população adulta brasileira

Acompanhar a mentalidade de uma população com relação ao tema empreendedorismo é reconhecidamente importante, pois a mesma revela a disposição dos indivíduos de um país com relação ao tema empreendedorismo e seu potencial para empreender. Quando indivíduos são capazes de reconhecer as oportunidades de negócios no ambiente em que atuam, e perceber que possuem capacidade para explorá-las, toda a sociedade é beneficiada, seja com o aumento da criação de empregos, seja com o aumento da riqueza do país.

Para esse acompanhamento, a Pesquisa GEM utiliza como referência duas abordagens de análise: a primeira delas, mais abrangente, compara afirmativas sobre mentalidade empreendedora entre as populações dos três diferentes grupos de países: grupofator, grupo-eficiência e grupo-inovação, conforme demonstra o Quadro 1.1. Já a segunda abordagem, mais específica, compara afirmativas sobre mentalidade empreendedora entre empreendedores brasileiros de diferentes classificações: iniciais e estabelecidos, conforme relacionado no Quadro 1.2.

As considerações que se seguem apresentam a avaliação da Pesquisa do Gem Brasil 2011, de acordo com as diferentes afirmativas sobre a mentalidade empreendedora apresentadas nos quadros 1.1 e 1.2.

1.1.1 Conhecimento sobre a abertura de novos negócios

Esta seção considera as percepções dos entrevistados sobre conhecerem pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos.

O Quadro 1.1 demonstra que, em geral, os entrevistados dos países do grupo-fator são os que mais expressaram conhecer pessoas que abriram negócios nesses últimos dois anos (42,07%). Dado que os países movidos por fatores são os que apresentam menor desenvolvimento econômico, a explicação para esse fenômeno pode ter relação com a necessidade que os cidadãos desses países têm de empreender – de forma a complementar sua renda.

Nesse mesmo quadro, o Brasil aparece na 15ª posição quando comparado a todos os outros 54 países da base GEM, com proporção de 39,38%. Em relação aos países de seu grupo-eficiência, o Brasil aparece na 7ª posição. No mesmo grupo, encontra-se a China com proporção de 67,75%. A China, aliás, é entre todos os países da base do GEM o que apresenta índice mais alto nesse critério. Já o Japão é o país que apresenta a proporção mais baixa de afirmações entre todos os países (14,91%).

O Quadro 1.2 demonstra que, no Brasil, os empreendedores em estágio inicial afirmam ter mais conhecimento sobre pessoas que começaram um novo negócio nos últimos dois anos (54%) do que os empreendedores estabelecidos (50%). A interpretação desse fenômeno pode estar relacionada ao fato de que os empreendedores em estágio inicial, ao buscarem mais informações sobre o processo de empreender, tendem a entrar mais em contato com outros empreendedores que passaram recentemente ou que estão passando pela mesma experiência de criação de um novo negócio.

1.1.2 Oportunidades e Capacidades Percebidas

Esta seção examina as Percepções de Oportunidades e Capacidades para empreender pelos entrevistados dos países participantes. Para tanto, considera, respectivamente, as respostas dos entrevistados sobre: (i) perceberem, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio

Quadro 1.1 - Mentalidade empreendedora - Brasil - 2011

					Grupos	de Países			
Mentalidade Empreendedora		Todos os Países Impulsionados por fatores			Impulsionados pela eficiência		Impulsionados pela inovação		
		Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País
	Mais alta	67,75	China	50,80	Guatemala	67,75	China	45,95	Finlândia
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois	Média	34,91		42,07		36,78		30,79	
anos.	Mais baixa	14,91	Japão	32,20	Paquistão	24,57	Turquia	14,91	Japão
	Brasil	39,38	15º			39,38	7º		
	Mais alta	73,06	Colômbia	64,43	Bangladesh	73,06	Colômbia	71,49	Suécia
Afirmam perceber para os próximos seis meses	Média	39,12		49,01		40,25		34,92	
poas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem.	Mais baixa	6,35	Japão	32,01	Irã	14,22	Hungria	6,35	Japão
	Brasil	43,06	24º			43,06	11º		
	Mais alta	81,21	Trindade e Tobago	78,60	Jamaica	81,21	Trindade e Tobago	62,07	Em. Árabe Unidos
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a	Média	47,60		55,53		52,01		40,57	
experiência necessários para se começar um novo negócio.	Mais baixa	13,73	Japão	23,63	Bangladesh	31,06	Malásia	13,73	Japão
	Brasil	52,78	17º			52,78	11º		
	Mais alta	67,59	Grécia	63,05	Bangladesh	60,47	Tailândia	67,59	Grécia
Afirmam que o medo de fracassar impediria	Média	39,40		34,87		37,18		43,09	
que começassem um novo negócio.	Mais baixa	15,56	Panamá	23,48	Venezuela	15,56	Panamá	35,13	Suíça
	Brasil	35,32	38º			35,32	149		
	Mais alta	89,41	Colômbia	85,50	Guatemala	89,41	Colômbia	83,37	Holanda
Afirmam que no país, a maioria das pessoas	Média	66,02		76,82		70,14		57,25	
considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira.	Mais baixa	26,03	Japão	61,13	Irã	51,51	Malásia	26,03	Japão
	Brasil	86,33	3º			86,33	2º		
	Mais alta	100,00	Bangladesh	100,00	Bangladesh	86,33	Brasil	83,00	Finlândia
Afirmam que no país, aqueles que alcançam	Média	70,58		79,25		69,17		68,88	
sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade.	Mais baixa	46,95	Croácia	67,79	Guatemala	46,95	Croácia	48,66	Rep. Tched
	Brasil	86,33	2º			86,33	1º		
	Mais alta	85,84	Taiwan	76,18	Jamaica	83,99	Tailândia	85,84	Taiwan
Afirmam que no país, se vê frequentemente na	Média	58,74		58,34		59,96		57,54	
mídia histórias sobre novo negócios bem sucedidos.	Mais baixa	32,49	Grécia	47,73	Paquistão	32,51	Uruguai	32,49	Grécia
	Brasil	81,98	3º			81,98	2º		

Fonte: GEM 2011

na região onde vivem, e (ii) perceberem ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para empreender o novo negócio.

O processo empreendedor em um país depende, ao menos em parte, de indivíduos que sejam capazes de detectar oportunidades no ambiente em que vivem e da capacidade de transformar tais oportunidades em negócios reais. A qualidade e a quantidade das oportunidades detectadas, bem como a crença na capacidade de empreender podem ser influenciadas por diversas condições - tais como o nível de desenvolvimento econômico de seu país, cultura e educação. Sendo assim, é importante considerar que grupos demograficamente diferenciados podem ter

Quadro 1.2 - Postura da população em relação ao empreendedorismo – Grupo de países – 2011

Mentalidade Empreendedora	Empreendedores Iniciais (TEA)	Empreendedores Estabelecidos	Todos os respondentes		
		Proporção (%)			
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos.	54,00	50,00	39,38		
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem.	58,10	51,50	43,06		
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio.	83,40	81,00	52,78		
Afirmam que o medo de fracassar impediria que começassem um novo negócio.	20,50	26,80	35,32		
Afirmam que no país, a maioria das pessoas gostaria que todos tivessem um padrão de vida parecido.	81,00	85,20	84,08		
Afirmam que no país, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira.	89,90	91,90	86,33		
Afirmam que no país, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade.	90,30	92,40	86,33		
Afirmam que no país, se vê frequentemente na mídia histórias sobre novo negócios bem sucedidos.	90,60	86,30	81,98		

Fonte: GEM Brasil 2011

diferentes percepções sobre oportunidades e capacidades, dadas as peculiaridades culturais, históricas e socioeconômicas específicas de cada país.

O Quadro 1.1 demonstra que os entrevistados dos países do grupo-fator são os que mais percebem oportunidades empreendedoras na região em que vivem (49,01%). Além disso, acreditam estar mais bem preparados com relação ao conhecimento, habilidades e experiências necessárias para empreender os seus negócios. Embora essa constatação pareça contraditória - dado que os países do grupo-fator são os que apresentam menor desenvolvimento econômico, é preciso considerar que indivíduos em diferentes estágios de desenvolvimento econômico tendem a ter diferentes tipos de negócio em mente. Além disso, como já mencionado anteriormente, é importante considerar que demograficamente diferenciados podem ter percepções variadas sobre as oportunidades e capacidades necessárias para empreender.

Nesse mesmo quadro é possível notar que a proporção dos brasileiros respondentes que percebem oportunidades para empreender nos próximos seis meses é de 43,06% (24º lugar). Já a proporção dos que afirmam ter a capacidade necessária para começar um novo negócio é de 52,78% (17º lugar). Quando comparado aos países de seu grupo, o Brasil encontra-se em 11º lugar, em ambos os critérios. Já os respondentes da Colômbia, entre todos os países, são os que têm percepção mais alta sobre oportunidades

de empreender (73,06%). Nesse item destacase também a Suécia, entre os países do grupoinovação (71,49%).

Com relação às oportunidades e capacidades percebidas pelos empreendedores de diferentes estágios no Brasil, o Quadro 1.2 demonstra que empreendedores em fase inicial tendem a perceber mais as oportunidades de novos negócios na região onde vivem (58,10%) do que os empreendedores estabelecidos (51,5%). Quanto à capacidade percebida para dar início às novas oportunidades de negócios tanto empreendedores iniciais quanto estabelecidos apresentam confiança em suas competências.

1.1.3 Medo do fracasso segundo grupo de países

Esta seção examina a propensão ao risco - entre os respondentes que afirmam identificar oportunidades de negócio - para colocar esses negócios em prática. Para tanto, considera-se a resposta dos entrevistados sobre o medo de fracassar, ou seja, se esse seria um impeditivo para começarem um novo negócio.

Analisar a percepção sobre as oportunidades de novos negócios, bem como a capacidade para conduzi-los, é importante. No entanto, isto não é suficiente para mensurar a percepção sobre atitudes empreendedoras. Muitas vezes o medo de empreender e de fracassar é capaz de impedir que os indivíduos queiram transformar as oportunidades percebidas em negócios. Sendo assim, a análise da propensão aos

riscos de uma população deve ser levada em conta. Nessa análise é preciso considerar que características como idade, gênero ou etnia podem afetar diferentemente os indivíduos da população sobre a tomada de riscos.

O Quadro 1.1 demonstra que, em geral, a proporção da percepção sobre o medo de fracasso dos entrevistados nos países do grupo-inovação (43,09%), é mais alta do que a dos entrevistados dos países do grupo-eficiência (37,18%) e do grupo-fator (34,87%). Isto porque, em geral, os empreendimentos nos países do grupo-inovação envolvem somas maiores de investimentos e nesse caso seus empreendedores têm mais a perder caso o negócio não dê certo, sendo menos propensos a arriscar do que os indivíduos que têm menor estabilidade financeira.

Nesse mesmo quadro, com relação a todos os países pesquisados pela pesquisa GEM, é possível notar que a proporção dos brasileiros que afirmam que o medo de fracassar impediria o começo de um novo negócio é de 35,32%. Nessa categoria de análise, o Brasil encontra-se em 38º lugar, sendo o medo de fracassar de seus respondentes mais baixo do que o da média dos respondentes de todos os países (39,4%) e da média dos países de seu grupo (37,18%).

Com relação à percepção sobre o medo de fracassar percebido pelos empreendedores de diferentes estágios no Brasil, o Quadro 1.2 mostra que empreendedores estabelecidos têm mais receio de fracassar (26,8%) do que empreendedores iniciais (20,5%). É possível que essa diferença se explique pelo fato de que empreendedores estabelecidos já estejam mais consolidados no mercado, e, portanto, tenham mais recursos a perder, e mais medo de arriscar.

1.1.4 Percepções sobre o empreendedorismo

Esta seção examina as percepções da sociedade com relação ao empreendedorismo em cada um dos países pesquisados pelo GEM. Para tanto, considera-se a percepção dos entrevistados sobre os seguintes itens: (i) se a maioria das pessoas em seu país considera o início de um novo negócio como

opção desejável de carreira; (ii) se no país onde vivem, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status e respeito perante a sociedade; (iii) se no país onde vivem, se vê frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos.

Uma percepção favorável do empreendedorismo pela sociedade contribui com o aumento da cultura empreendedora. Quando os indivíduos enxergam que o empreendedorismo pode vir a ser uma boa opção de carreira - valorizada e reconhecida pela sociedade em que vivem - há mais chances de que membros de sua região venham a empreender. Histórias de sucesso de empreendedores contadas pela mídia de negócios e a exposição de empreendedores como "heróis" tendem a reforçar as noções positivas sobre os empreendedores.

Com base na análise do Quadro 1.1 é possível constatar que os países do grupofator são os que possuem percepção mais elevada quanto ao empreendedorismo como boa opção de carreira (76,82%), e quanto ao respeito da sociedade pelos empreendedores de sucesso (79,25%). Com relação à ênfase dada pela mídia sobre novos negócios bem sucedidos, os três grupos de países apresentam percepções similares, com proporção média de 58,74%.

Já o Brasil, entre os entrevistados do grupo dos países movidos pela eficiência, destaca-se como o país que tende a perceber mais o respeito da sociedade por seus empreendedores de sucesso (86,33%) superando inclusive a China. De forma geral, as percepções sobre o empreendedorismo entrevistados brasileiros, dos quando comparadas a todos os países, estão entre as mais altas. Nesse cenário, o Brasil ocupa posição relevante, estando em 3º lugar com relação à percepção sobre a atenção dada pela mídia aos empreendedores locais, e sobre o empreendedorismo como boa opção de carreira, e em 2º lugar em relação à percepção sobre o respeito da sociedade pelos empreendedores. Tais percepções são muito positivas, e retratam a valorização da cultura empreendedora pela sociedade brasileira.

O Quadro 1.2 apresenta as percepções sobre o empreendedorismo entre os

empreendedores brasileiros. A análise dos dados do quadro permite constatar que:

- Todos os tipos de empreendedores têm umaboapercepçãodoempreendedorismo como opção de carreira (90,90%)
- Todos os tipos de empreendedores têm boa percepção sobre o status atribuído aos empreendedores de sucesso (91,35%)
- A percepção sobre a atenção da mídia de negócios ao tema é elevada. Empreendedores iniciais (90,6%) têm essa percepção mais elevada do que empreendedores estabelecidos (86,30%).

ou favoráveis ao empreendedorismo nos países participantes.

O questionário é finalizado por uma questão aberta que solicita ao entrevistado indicar os três aspectos que considera mais limitantes ao empreendedorismo, os três mais favoráveis e três recomendações para melhorar o cenário. Neste item estruturase a síntese da opinião dos especialistas apontando inicialmente os fatores favoráveis para empreender, seguidos dos fatores desfavoráveis.

1.2.1 Fatores Favoráveis

Os quatro fatores mais apontados pelos especialistas entrevistados como positivos ou favoráveis ao empreendedorismo estão relacionados no Quadro 1.3.

Quadro 1.3 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo segundo a percepção dos Especialistas – Brasil – 2011

Fatores Favoráveis	Brasil	Média Países	
	Proporção (%)		
EFC 9: Normas Culturais e Sociais	61%	22%	
EFC 7: Acesso ao Mercado/ Abertura e Barreiras à Entrada	44%	18%	
EFC 11 - Clima econômico	39%	22%	
EFC 10 - Capacidade empreendedora	28%	16%	

Fonte: GEM Brasil 2011

1.2 Condições para empreender no Brasil (EFCs), comparado ao grupo de países participantes - Opiniões dos especialistas entrevistados

A Pesquisa GEM utiliza, além do questionário principal, um segundo instrumento que é aplicado a um grupo de 36 especialistas em cada país participante, por meio do qual são avaliadas questões relacionadas às condições de empreender² (Entrepreneurial Framework Conditions - EFC's).

A seleção desses especialistas segue uma amostragem intencional não probabilística. Utilizando uma escala Likert de um a cinco pontos, numa escala que vai do mais falso (-2) ao mais verdadeiro (+2), verifica-se até que ponto as condições atuais configuram-se como limitantes, intervenientes

a) Normas Culturais e Sociais

O fator Normas Culturais e Sociais avalia até que ponto encoraja-se, ou não, ações individuais que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas. A posição da percepção dos especialistas brasileiros insere o Brasil em um ponto muito próximo à média dos países participantes do GEM. A exceção fica por conta do último item (em meu país, a cultura nacional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio) que apresentou uma diferença maior se comparado aos outros itens, conforme mostra o Quadro 1.4.

Dentre os principais argumentos apontados pelos especialistas em relação às normas culturais e sociais, podem ser citados:

- "A cultura do brasileiro, que não tem medo, não foge da luta mesmo enfrentando diversas dificuldades."
- "O perfil geral do empreendedor mudou nos últimos tempos. Ele émais consciente

²São elas: apoio financeiro, políticas governamentais, programas governamentais, educação e capacitação, pesquisa e desenvolvimento (transferência de tecnologia), infraestrutura comercial e profissional, acesso ao mercado e barreiras a entrada, acesso a infraestrutura física, normas culturais e sociais.

Quadro 1.4 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Normas Culturais e Sociais – Brasil – 2011

Normas Culturais e Sociais	Média Países	Brasil
Em meu país, a cultura nacional apóia de modo efetivo o sucesso individual obtido através de esforços pessoais.	2,95	3,06
Em meu país, a cultura nacional enfatiza a auto-suficiência, autonomia e iniciativa pessoal.	2,81	2,72
Em meu país, a cultura nacional encoraja a criatividade e ações inovadoras.	2,73	2,58
Em meu país, a cultura nacional enfatiza a responsabilidade que o indivíduo tem (mais do que o coletivo) em administrar a própria vida.	2,77	2,56
Em meu país, a cultura nacional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio.	2,44	2,11

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

e focado no empreendedorismo como uma opção de carreira."

- "A criatividade do brasileiro e sua adaptabilidade às diversas situações fazem com que ele seja capaz de sobreviver a qualquer crise e supere os obstáculos que a atividade empreendedora oferece."
- "O brasileiro é trabalhador, devotado, não desanima. Essa determinação é vital para que bons negócios prosperem e sejam sustentáveis no longo prazo."
- "O brasileiro é pró-ativo, toma a iniciativa de realizar as ações necessárias para que seu negócio vingue e prospere, o que facilita na superação dos entraves comuns à realidade brasileira."
- "Aumento da cultura de estabelecer parcerias."
- "A falta de capacitação de parte da população que inviabiliza o acesso a empregos com carteira assinada, leva à abertura de novos negócios para seu sustento (empreendedor por necessidade)."
- "O ambiente brasileiro é bastante democrático e não discriminatório. Em qualquer lugar do país é possível empreender. O ambiente para novos negócios é bastante aberto e aceita as diferentes idéias e vertentes de qualquer empreendedor que se lance no mercado."

b) Acesso ao Mercado/Abertura e Barreiras à Entrada

Este fator 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. Embora os especialistas reconhecem a dinâmica e as oportunidades do mercado brasileiro, os mesmos posicionaram o Brasil abaixo da média quando responderam as quatro últimas perguntas dispostas no Quadro 1.5, que apontam para questões relativas à entrada de novas empresas no mercado.

Em relação a este ponto as opiniões dos especialistas são as seguintes:

- "As oportunidades existentes no país são os principais atrativos a atividades empreendedoras, graças às diferenças regionais e de classe social no país."
- "O vencimento das barreiras de mercado tradicionais ocasionada pela abertura multiplicou as expectativas/ oportunidades de novos negócios tanto no país como para a exportação."
- "Uma vez que temos pessoas que compram mais, precisamos oferecer mais, o que significa alta competitividade (mesmo produto, mesmo mercado) ou novos produtos, novas necessidades, novas opções de ofertas, de modo que este é um aspecto muito relevante para o empreendedorismo."

c) Clima econômico

Em relação ao clima econômico não foram exploradas questões específicas no questionário, mas sim aproveitadas algumas questões dos tópicos Oportunidade Empreendedora e Acesso ao Mercado. Os principais comentários dos entrevistados foram:

- "O cenário econômico favorável, com a melhoria do credito, aumento da renda, estimulando o consumo da população como um todo."
- "Enorme quantidade de oportunidades devido ao baixo grau de desenvolvimento e especialização das atividades econômicas."
- "Uma vez que temos pessoas que compram mais, precisamos oferecer mais, o que significa alta competitividade (mesmo produto, mesmo mercado) ou

Quadro 1.5 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Acesso ao Mercado/Abertura e Barreiras à Entrada – Brasil – 2011

Acesso ao Mercado/Abertura e Barreiras à Entrada	Média Países	Brasil
Em meu país, o mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro. (É dinâmico e oferece mais oportunidades)	3,04	3,60
Em meu país, o mercado de bens e serviços entre empresas (business-to-business) muda consideravelmente de um ano para o outro. (É dinâmico e oferece mais oportunidades)	2,96	3,40
Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem facilmente entrar em novos mercados.	2,63	2,39
Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem arcar com os custos de entrada no mercado.	2,41	2,11
Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas.	2,55	2,14
Em meu país, a legislação antitruste é efetiva e bem aplicada.	2,49	2,38

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

- "O ambiente atual é favorável."
- "Contexto econômico geral nas condições de crescimento e expansão. Temos uma situação pontual e especial aqui que é a Copa do Mundo, por isso há muitas oportunidades para empreender em muitos setores."
- "O ambiente no país está cada vez mais rico em oportunidades as quais ficam cada vez mais viáveis à medida que o país enriquece."
- "O ambiente no país é favorável ao desenvolvimento da atividade empreendedora."
- "As oportunidades existentes no país são os principais atrativos às atividades empreendedoras, graças às diferenças regionais e de classe social no país."
- "O vencimento das barreiras de mercado tradicionais ocasionada pela abertura multiplicou as expectativas/ oportunidades de novos negócios tanto no país como para a exportação."

- novos produtos, novas necessidades, novas opções de ofertas, de modo que este é um aspecto muito relevante para o empreendedorismo."
- "A economia brasileira encontrase aquecida favorece a criação de novos negócios e para que os mesmos se preparem para mercados mais competitivos. Há muitas oportunidades de negócio."

De certa forma, os comentários dos especialistas refletem a situação econômica aquecida vivenciada pelo país, enxergando um clima favorável ao empreendedorismo.

d) Oportunidade e Capacidade Empreendedora

A quantidade e a qualidade das oportunidades e capacidades percebidas podem ser impulsionadas pelas condições nacionais, tais como o crescimento econômico, o crescimento da população, cultura e políticas nacionais de fomento ao empreendedorismo (Bosma; Levie, 2010). Para o economista indiano e prêmio Nobel de Economia em 1998, Amartya

Sen, o desenvolvimento de um país está essencialmente ligado às oportunidades que ele oferece à população de fazer escolhas e exercer sua cidadania. E isso inclui não apenas a garantia dos direitos sociais básicos, como saúde e educação, como também segurança, liberdade, habitação e cultura. Para o autor, "vivemos um mundo de opulência sem precedentes, mas também de privação e opressão extraordinárias. O desenvolvimento consiste na eliminação de privações de liberdade que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de

• "Apesar de todos os problemas na formação dos empreendedores, existe no país cases de sucesso. Esses empreendedores que venceram, especialmente os que são sucesso ainda jovens, servem de exemplo e incentivo aos que estão iniciando na atividade empreendedora."

A pesquisa GEM separa a Capacidade Empreendedora em duas áreas, Motivação e Potencial, conforme mostram os Quadros 1.6 e 1.7.

Quadro 1.6 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Capacidade Empreendedora: Motivação – Brasil – 2011

Capacidade Empreendedora: Motivação	Média Países	Brasil
Em meu país, empresários bem sucedidos têm status e respeito elevados.	3,64	4,11
Em meu país, a maioria das pessoas acha que empreendedores são indivíduos competentes e engenhosos.	3,48	3,75
Em meu país, a mídia mostra freqüentemente histórias de empreendedores bem sucedidos.	3,36	3,69
Em meu país, a criação de novos empreendimentos é considerada uma forma apropriada para enriquecer.	3,36	3,39
Em meu país, a maioria das pessoas considera tornar-se um empreendedor uma opção de carreira desejável.	3,04	2,92

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

exercer ponderadamente sua condição de cidadão" (SEN, 2000).

A seguir encontram-se relacionados os principais comentários dos especialistas entrevistados na pesquisa GEM no que diz respeito à oportunidade empreendedora: Pelo Quadro 1.6 pode-se perceber que, comparada à média dos países participantes, a posição do Brasil é superior em praticamente todos os itens. Isso demonstra que o empreendedorismo é, em geral, bem aceito e prestigiado no país.

Quadro 1.7 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Capacidade Empreendedora: Potencial – Brasil – 2011

Capacidade Empreendedora: Potencial	Média Países	Brasil
Em meu país, muitas pessoas podem reagir rapidamente a boas oportunidades de novos negócios.	2,46	2,50
Em meu país, muitas pessoas sabem como iniciar e administrar um pequeno negócio.	2,69	2,22
Em meu país, muitas pessoas têm experiência para iniciar um novo negócio.	2,36	2,14
Em meu país, muitas pessoas têm a habilidade para organizar os recursos necessários para um novo negócio.	2,38	2,08
Em meu país, muitas pessoas sabem como iniciar e administrar um negócio de alto crescimento.	2,07	1,81

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

 "Aumento de escala na base de egressos de cursos de formação (nível técnico, nível superior e pós-graduação). Pessoas mais qualificadas para enxergar oportunidades e empreender." Algumas opiniões dos especialistas podem ser reproduzidas:

 "A possibilidade de autonomia nas decisões, de independência financeira, gerando melhor qualidade de vida." • "O Brasil é muito diversificado por isso temos muitos tipos de problemas e muitos tipos de oportunidades de forma que há muitos espaços para o empreendedorismo. O Brasil precisa de muitos tipos de soluções em várias áreas."

Já no quesito "Capacidade Empreendedora: Potencial" o Brasil classifica-se abaixo da média dos países conforme ilustra o Quadro 1.7. Tal resultado pode sugerir a necessidade de uma maior ênfase na educação empreendedora no país. A seguir encontram-se algumas opiniões dos especialistas em relação a este tópico:

- "Elite bem educada o sistema educacional, apesar dos problemas, consegue formar uma camada social de alta qualificação e com capacidade de entender o ambiente e aproveitar as oportunidades."
- "O brasileiro é criativo e sua adaptabilidade às diversas situações especialmente na dificuldade. Suas necessidades aliada a persistência fazem com que ele seja capaz de superar os obstáculos que a atividade empreendedora oferece."

1.2.2 Fatores limitantes

Os quatro fatores apontados pelos especialistas entrevistados como mais limitantes ao empreendedorismo estão relacionados no Quadro 1.8.

O quadro mostra que os especialistas apontaram como principais aspectos passíveis de melhoria a formulação de políticas públicas, apoio financeiro, normas culturais e sociais, e educação e capacitação.

a) Políticas Governamentais

A despeito dos avanços na área de políticas públicas – tais como a aprovação da lei geral da micro e pequena empresa, a implantação do simples nacional e a criação da figura do empreendedor individual –, os especialistas são bastante rigorosos na avaliação dos itens relativos às políticas governamentais conforme mostra o quadro 1.9.

Um dos itens que se destaca diz respeito à questão tributária. Nesse sentido, há de se comentar que a elevada carga tributária brasileira pode ser explicada pelo fato de que o sistema tributário brasileiro é composto por 61 tributos federais, estaduais e municipais exceto para empresas que se enquadram no simples nacional. Especialistas da área consideram essa quantidade um exagero, o que contribui para a complexidade das normas que regulamentam os tributos. Isso faz com que empresas, principalmente as de grande porte, tenham departamentos específicos para cuidar exclusivamente da administração tributária.

Países desenvolvidos estrutura tributária mais eficiente, uma menor quantidade de tributos. Isso, no entanto, não necessariamente implica em dizer que eles cobram menos impostos em termos porcentuais do PIB. No Brasil, a incidência tributária ocorre majoritariamente sobre o consumo, enquanto os países mais ricos concentram a maior parte de sua cobrança sobre o patrimônio e a renda. Ressalta-se, também, que as recentes iniciativas relacionadas ao Sistema Simples ou o MEI - Micro Empreendedor Individual contribuíram para uma melhora significativa do sistema tributário envolvendo as micro e pequenas empresas.

Quadro 1.8 - Fatores limitantes que afetam o empreendedorismo segundo percepção dos especialistas – Brasil – 2011

FATORES LIMITANTES	Brasil	Média Países
	Proporção (%)	
Políticas Governamentais	78%	47%
Apoio Financeiro	44%	49%
Normas Culturais e Sociais	42%	27%
Educação e Capacitação	28%	27%

Fonte: GEM Brasil 2011

Abaixo encontram-se reproduzidas as principais opiniões dos especialistas:

- "Ausência de políticas públicas consistentes e perenes. Há muita descontinuidade, em parte, causada pela mudança de atores a cada quatro anos."
- "Burocracia intensa e baixa velocidade na implantação de marcos regulatórios efetivos. Dificulta imensamente investimentos em vários momentos do ciclo de desenvolvimento do novo negócio."
- a empresa de contratar ou mesmo para abrir uma nova empresa para este tipo de negócio. Temos muitas restrições em nossa lei regular, parece que depois de 8 ou 9 horas (período normal de trabalho) as pessoas não podem ser criativas"
- "Falta de incentivos para empreendedores sérios e para os grandes investidores atuarem mais ativamente no desenvolvimento do empreendedorismo lei de patentes muito antiga e defasada."

Quadro 1.9 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Políticas Governamentais – Brasil – 2011

Políticas Governamentais	Média Países	Brasil
Em meu país, o apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas do governo federal.	2,71	2,39
Em meu país, o apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas dos governos estaduais e municipais.	2,59	2,14
Em meu país, as políticas governamentais (por exemplo, licitações públicas) favorecem consistentemente as novas empresas.	2,14	2,06
Em meu país, os tributos e outras regulamentações governamentais são aplicados às empresas novas e em crescimento de forma previsível e consistente.	2,73	1,92
Em meu país, a carga de tributos não é um fardo para empresas novas e em crescimento.	2,55	1,47
Em meu país, é relativamente fácil para empresas novas e em crescimento lidar com a burocracia governamental, regulamentações e permissões.	2,26	1,44
Em meu país, as novas empresas conseguem obter a maioria das permissões, licenças e concessões em cerca de uma semana.	2,06	1,20

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

- "Ambiente regulatório ruim, feito para a exceção. As empresas que agem conforme a lei tem que se sujeitar às regras estabelecidas pensando nas empresas que atuam na ilegalidade. Os bons empreendedores (honestos) são tratados da mesma forma que os maus."
- "O chamado "custo Brasil", em especial os relacionados à burocracia, tributos e deficiências na infraestrutura logística, o que encarece os produtos e serviços brasileiros, diminuindo sua competitividade."
- "Quando falamos de economia criativa, que é o mundo inteiro em desenvolvimento e crescendo tão rápido, [...]. O Brasil é completamente despreparado para lidar com isso, por exemplo, como contratar um empregado criativo na legislação CLT? Ela impede

b) Apoio Financeiro

É interessante notar que, apesar da crítica que se faz à falta de apoio financeiro ao empreendedorismo no país, a média do Brasil nas várias questões que compõem este fator superou a média dos países participantes. A exceção ficou por conta da última questão, que diz respeito à disponibilidade de financiamento proveniente de lançamento público de ações e títulos, cuja média do país mostrou-se inferior à média dos países participantes.

As opiniões dos especialistas parecem convergir em direção a uma reformulação da política monetária adotada pelo Banco Central do Brasil:

- "O custo do crédito é muito alto, há dinheiro disponível para financiamento, mas as taxas são muito altas."
- "O Mercado de Capital, no Brasil é frágil, pois a figura de investidores

de risco como de angels capital ou venture capital ainda não tem um papel significativo no apoio a novos empreendimentos. As linhas de crédito ofertadas pelos bancos públicos e privados são incipientes e de difícil acesso e as exigências requeridas para estes financiamentos são, muitas vezes, um grande empecilho para o início de novos empreendimentos."

- "Culturalmente o brasileiro é voltado para si mesmo, não buscando oportunidades para novos negócios, a não ser quando ele sente a necessidade de sobrevivência. Poucos são os que empreendem por oportunidade e mesmo estes não tem uma cultura voltada para o exterior."
- "(...) o brasileiro prefere correr pouco risco e opta em ser empregado, mesmo

Quadro 1.10 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre Apoio Financeiro – Brasil – 2011

Apoio Financeiro	Média Países	Brasil
Em meu país, há disponibilidade suficiente de fundos de participação para empresas novas e em crescimento (do BNDES, por exemplo).	2,49	2,77
novas ou em crescimento (por ex: financiamento para capital de giro e investimento).	2,55	2,69
Em meu país, há disponibilidade de subsídios governamentais suficientes para empresas novas e em crescimento.	2,57	2,64
Em meu país, há disponibilidade de financiamento proveniente de investidores privados (exceto fundadores) suficientes para empresas novas e em crescimento (parceiros, sócios investidores, angels).	2,41	2,50
Em meu país, há disponibilidade suficiente de capital de risco para empresas novas ou em crescimento.	2,37	2,42
público de ações e títulos ao público suficiente para empresas novas ou em crescimento (mercado de ações, debêntures, commercial papers, lançamento de títulos ao público).	2,14	2,00

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

 "Falta de programas de financiamento que atenda as necessidades de uma empresa que se inicia."

c) Normas Culturais e Sociais

O fator Normas Culturais e Sociais figura como os quatro fatores apontados como sendo mais positivos ou favoráveis e também como aqueles considerados como passíveis de melhoria. Por um lado a percepção dos especialistas brasileiros a respeito das Normas Culturais e Sociais atribuiu maior crédito ao sucesso individual obtido por esforços pessoais; por outro lado, parece que a cultura brasileira ainda não demonstra sinais de encorajar o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio.

Dentre as principais restrições que os especialistas apontam, estão:

• "O aspecto cultural, o ambiente brasileiro, o ambiente jurídico e institucional não favorece o empreendedorismo, além da estrutura familiar das empresas brasileiras."

em cargos mais altos – prefere a segurança do emprego. A sociedade brasileira ainda tem um discurso muito formador de empregados – a mensagem que o sistema educacional transmite."

- "O fato de as pessoas não gostarem de assumir riscos, o excesso de cuidado que advém da própria educação familiar faz o brasileiro não investir em novos negócios. O desejo de muitos brasileiros é de buscar um bom emprego público, já que a segurança de receber todo mês lhe parece mais importante do que a realização no trabalho e outros fatores."
- "Cultura paternalista e falta de oportunidade para os jovens."
- "A dificuldade no desenvolvimento de idéias empreendedoras nas grandes organizações do Brasil – conservadorismo das corporações."
- "A herança cultural brasileira, tendo como origem a exploração de recursos

disponíveis de forma abundante na natureza e fortemente explorada primeiramente pelos portugueses e depois continuada pelo Império foi um dos fatores. A cultura da facilidade em se obter riqueza, não exigindo produção a partir de recursos escassos é um fator importante."

 "Brasil não tem uma cultura de empreendedorismo. Uma vez entrevistei uma pessoa americana que me disse que quando ele era criança, leu um gibi do Bolinha em que ele estava vendendo suco de limonada em uma pequena tenda. A educação formal leva você a conseguir um bom emprego, mas não para ser um bom empreendedor e bom administrador."

b) Educação e Capacitação

Como a educação é a base de um processo continuado de desenvolvimento que irá gerar o consequente crescimento econômico de uma sociedade, parece consenso entre os especialistas a necessidade de atenção adequada ao tema empreendedorismo e aspectos a ele relacionados como informações sobre os princípios econômicos de mercado e, no que tange a aspectos comportamentais, encorajamento à criatividade, à autosuficiência e à iniciativa pessoal.

Ademais, mencionam que em geral as pessoas não possuem o conhecimento, habilidades e experiência necessárias para iniciareadministrar pequenos negócios. Parece que as expectativas dos empreendedores em estágio inicial indicam ser orientadas no

aprender fazendo (*learning by doing*), ou seja, atribuem maior peso às experiências futuras que obterão com a gestão e condução de seus empreendimentos.

Ressalta-se a defasagem presente entre a qualidade do ensino superior gratuito e o ensino fundamental e médio brasileiro, como ponto a ser investigado. Esta análise ainda persiste na maioria dos fatores limitantes, conforme a visão dos especialistas entrevistados na pesquisa GEM 2011, como mostra o Quadro 1.11.

A avaliação do Brasil supera a média dos países participantes do GEM na primeira questão, que diz respeito à qualidade da educação formal superior voltada para a condução de empresas já estabelecidas no mercado conforme apresentado no quadro 1.11. Nos três quesitos seguintes, verificase a distância presente na qualidade da formação de nossa mão de obra oferecida desde o ensino primário ao ensino superior. Algumas afirmações dos especialistas ouvidos encontram-se a seguir:

- "Educação formal Hoje em dia as instituições de ensino estão focados para preparar as pessoas para ser empregadas. Não significa que o empregado não pode ser empresário, mas há uma idéia e a expectativa dos pais que seus filhos devem estudar bastante para conseguir um bom emprego."
- "Educação das crianças, não há estímulo para atividades empreendedoras, desde educação básica até a superior, sem preocupação com uma formação empreendedora."

Quadro 1.11 - Resultados do questionário com especialistas com perguntas es-truturadas sobre Educação e Capacitação – Brasil – 2011

3		
Educação e Capacitação	Média Países	Brasil
Em meu país, as faculdades e universidades fornecem uma preparação boa e adequada para lidar com empresas em fase de <i>start-up</i> e em crescimento.	2,58	2,78
Em meu país, o nível do ensino nas áreas de administração e negócios fornece uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas.	2,95	2,53
Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias encoraja a criatividade, a auto-suficiência e a iniciativa pessoal.	2,21	1,72
Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias fornece instrução adequada sobre os princípios econômicos de mercado.	2,05	1,53
Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas.	1,85	1,51

Nota: escala de 1 a 5 Fonte: GEM Brasil 2011

- "Falta formação empreendedora nas escolas brasileiras."
- "Não existe uma cultura empreendedora contínua, desde a escola fundamental, para todos os estudantes."
- "O empreendedorismo é um tabu nas universidades, não gostam de comentar nem estimular o empreendedorismo."
- "Falta, nas escolas de todos os níveis, a educação empreendedora, com noções básicas de gestão administrativa, financeira, de pessoal etc."



EMPREENDEDORES DO BRASIL E PAÍSES
PARTICIPANTES DO GEM SEGUNDO O ESTÁGIO DOS
EMPREENDIMENTOS E NÍVEL DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO DOS PAÍSES

EMPREENDEDORES DO BRASIL E PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM SEGUNDO O ESTÁGIO DOS EMPREENDIMENTOS³ E NÍVEL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DOS PAÍSES

Este capítulo analisa a dinâmica do empreendedorismo no Brasil comparado com os demais países participantes do GEM. Para tanto, a principal variável estudada é o envolvimento dos indivíduos da população na criação de novos negócios, considerando o estágio em que estes se encontram: negócios em estágio inicial (nascentes ou novos) ou estabelecidos.

Os empreendedores nascentes são aqueles se encontram em fase de estruturação de um negócio que conta com no máximo três meses de existência, considerando o pagamento de salários a empregados ou remuneração dos proprietários. Os empreendedores de negócios novos, por sua vez, já ultrapassaram os três primeiros meses iniciais e são proprietários de um negócio que tem até 42 meses de existência (três anos e meio). Esses dois tipos de empreendedores - nascentes e novos compõem o grupo dos empreendedores em estágio inicial, principal foco de análise da pesquisa GEM. Finalmente, empreendedores à frente de negócios com mais de 42 meses são denominados empreendedores estabelecidos. se enquadram em algum dos estágios anteriormente mencionados. A principal e já consagrada taxa do GEM é a TEA – Taxa de empreendedores em estágio inicial.

2.1 Principais taxas em 2011: Brasil e demais grupos de países

Segundo os conceitos e metodologia adotados pelo GEM, constata-se pela pesquisa que no Brasil em 2011, 26,9% dos indivíduos adultos da população eram proprietários ou administradores de algum negócio. Esta medida nos remete a 27 milhões de brasileiros de 18 a 64 anos envolvidos na criação ou administração de algum tipo de negócio, independentemente do seu porte, nível de sofisticação ou tempo de existência.

Isto significa que mais de um quarto da população brasileira, entre 18 e 64 anos, está envolvida com empreendedorismo, o que por si só é uma boa justificativa para a importância econômica e social do tema e a necessidade de mobilização e desenvolvimento de ações para seu desenvolvimento e consolidação. advir ações devem dos segmentos da sociedade, como por exemplo o estabelecimento de políticas públicas de âmbito municipal, estadual e federal, universidades públicas e privadas, sistema financeiro, empresas, institutos de pesquisa, organizações não governamentais, entre outros.

Refinando o percentual geral de empreendedores, verifica-se que 14,9% são em-

Quadro 2.1 - Empreendedores segundo o estágio do empreendimento – Brasil – Comparativo 2010-2011

- Estágio	2010	2011	
Estagio	Taxa (%)		
Empreendedores em Estágio Inicial (TEA)	17,50	14,89	
Empreendedores Nascentes	5,79	4,09	
Empreendedores Novos	11,83	11,04	
Empreendedores estabelecidos	15,26	12,23	
Empreendedores (Estágio Inicial e Estabelecidos)	32,76	26,94	

Fonte: GEM Brasil 2011

Para avaliação dessa dinâmica da atividade empreendedora o GEM utiliza medidas que são apresentadas na forma de percentuais. Essas medidas são taxas que expressam a proporção da população envolvida na criação de negócios que preendedores em estágio inicial – os componentes da TEA – sendo 4,1% empreendedores nascentes e 11% empreendedores novos⁴. Os demais 12,2% são empreendedores estabelecidos. Transformadas as taxas em números

³ Informações sobre detalhes técnicos encontram-se no Apêndice 1 – Aspectos metodológicos e procedimentos operacionais.

⁴ Alguns empreendedores são classificados como inicial e estabelecido ao mesmo tempo, pois possuem mais de um negócio. Por essa razão, a soma dos percentuais dos empreendedores iniciais (14,9%) e dos estabelecidos (12,2%) é um pouco maior do que a taxa de empreendedores (26,9%)

absolutos, pode-se estimar que em 2011, 15 milhões indivíduos estavam envolvidos na criação ou administração de um negócio em estágio inicial e 12 milhões eram proprietários ou administravam algum negócio com mais de três anos e meio de existência.

O Quadro 2.1 mostra uma redução das taxas de empreendedorismo de 2011 em relação a 2010. Uma das hipóteses para tal ocorrência é a alta demanda por mão de obra qualificada, face ao crescimento e expansão das empresas brasileiras e do mercado brasileiro. É fato que hoje no Brasil faltam profissionais especializados, que não conseguem atender à demanda do mercado nacional, principalmente em algumas áreas específicas. Esta falta de profissionais qualificados acarreta um aumento dos salários para atrair tais profissionais, os quais acabam adiando seus projetos de empreender.

Especificamente no tocante à TEA, sua redução é oriunda do decréscimo da taxa de empreendedores nascentes, que passou de 5,79% para 4,09%. Já a taxa de empreendedores novos, embora também apresentasse redução, esta se revelou bem menos intensa. Uma análise mais ampla da TEA brasileira ao longo dos anos do GEM será discutida no item 2.2 a seguir.

2.2 Evolução das taxas do Brasil de 2002 a 2011

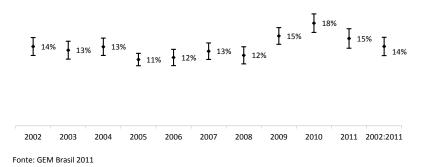
As Figuras 2.1, 2.2, 2.3 mostram as taxas de empreendedorismo em estágio inicial no Brasil de 2002 a 2011. A Figura 2.1 mostra

que a TEA brasileira parece obedecer a um ciclo trienal de ascensão e queda. Embora em 2009 e 2010 esta tenha apresentado diferença positiva em relação a 2008, em 2011 ela retoma a regularidade observada entre 2002 e 2008 e volta a se aproximar da média de 13,5%. Essa redução observada na TEA de 2010 para 2011 deve-se principalmente à queda de 1,7 pontos percentuais na taxa de empreendedores nascentes, cujos valores vinham mantendose estáveis de 2009 para 2010 (Figura 2.2). Já a taxa de empreendedores novos apresentou menor variabilidade, conforme verificado na Figura 2.3.

Em se tratando dos empreendedores estabelecidos, as variações das taxas de ano para ano são mais perceptíveis, tendo havido uma redução mais acentuada de 2010 para 2011, como pode ser verificado na Figura 2.4.

É interessante observar que a taxa de empreendedores nascentes sofre menos oscilações que as demais taxas. Isto pode significar que o número de pessoas que inicia um negócio obedece a uma certa regularidade, independentemente da situação política ou econômica brasileira. No entanto, o contexto no qual a empresa está inserida torna-se mais influente à medida que o tempo passa, haja vista que as oscilações de um ano para outro nos empreendedores estabelecidos são bem mais significativas.

Figura 2.1 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) – Brasil – 2002:2011



40

Figura 2.3 - Evolução da taxa de empreendedores novos - Brasil - 2002:2011

Figura 2.4 - Evolução da taxa de empreendedores estabelecidos – Brasil – 2002:2011

2.3 Comparação das taxas do Brasil com demais países em 2011

Na comparação com os demais países participantes da pesquisa em 2011, a TEA do Brasil (14,89%) encontra-se acima da média dos países participantes (10,95%), situando-se na 13ª posição e acompanhando a média dos países do grupo-eficiência (14,09%), situando-se na 10ª posição nesse grupo de países. A TEA mais alta do grupo-eficiência e dentre todos os países participantes foi a da China (24,01%). As TEAs mais altas no grupo-fator e no grupo-inovação ficaram respectivamente

com a Guatemala (19,31%) e com os Estados Unidos (12,34%). Já os países participantes da pesquisa com menor TEA foram Paquistão (9,07%), Rússia (4,57%) e Eslovênia (3,65%), respectivamente nos grupos fator, eficiência e inovação, conforme pode ser verificado no Quadro 2.2.

que a taxa de empreendedores nascentes, ou seja, aqueles cujos negócios têm menos de três meses, é consideravelmente menor no Brasil em comparação aos demais países do grupo, o que pode sugerir uma diminuição do ritmo de abertura de novos negócios no país em 2011. Outro ponto interessante a

Quadro 2.2 - Empreendedores segundo o estágio do empreendimento – Grupo de Países – 2011

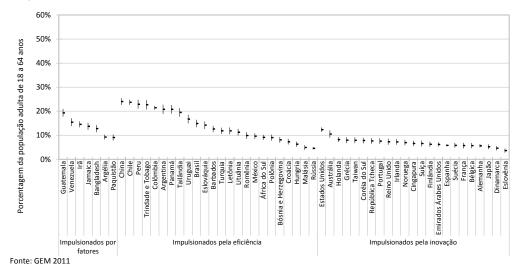
		Grupos de Países							
Estágio		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)	
		Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País
	Mais alta	24,01	China	19,31	Guatemala	24,01	China	12,34	Estados Unidos
Empreendedores em	Média	10,95		13,44		14,09		6,92	
Estágio Inicial (TEA)	Mais baixa	3,65	Eslovênia	9,07	Paquistão	4,57	Rússia	3,65	Eslovênia
	Brasil	14,89	13º			14,89	10º		
	Mais alta	17,86	Peru	13,05	Venezuela	17,86	Peru	8,29	Estados Unidos
Empreendedores	Média	6,61		9,21		8,02		3,97	
Nascentes	Mais baixa	1,91	Eslovênia	5,34	Bangladesh	2,37	Rússia	1,91	Eslovênia
	Brasil	4,09	37º			4,09	20º		
	Mais alta	14,15	China	9,13	Guatemala	14,15	China	5,08	Coréia do Sul
Caraca and adams Noves	Média	4,56		4,78		5,95		3,05	
Empreendedores Novos	Mais baixa	1,55	Hungria	1,70	Paquistão	1,55	Hungria	1,63	Dinamarca
	Brasil	11,04	3º			11,04	3º		
	Mais alta	30,11	Tailândia	11,60	Bangladesh	30,11	Tailândia	15,79	Grécia
Empreendedores	Média	7,02		5,60		7,25		7,22	
estabelecidos	Mais baixa	1,57	Venezuela	1,57	Venezuela	2,00	Hungria	2,38	França
	Brasil	12,23	49			12,23	3º		

Fonte: GEM 2011

Embora a TEA do Brasil tenha ficado em 10º lugar entre os 24 países do grupo eficiência, quando decompomos a TEA em empreendedores nascentes e novos verifica-se que o Brasil ficou em 20º

observar é que no grupo- eficiência, cinco dos seis países com menor TEA são países que saíram do regime comunista e que ainda têm que vencer a barreira cultural em relação ao empreendedorismo.

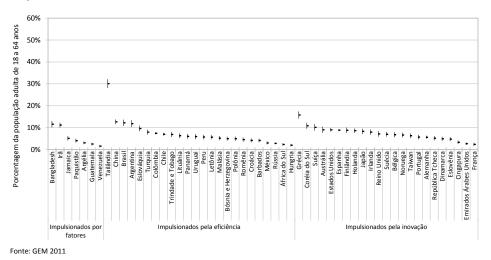
Figura 2.5 - Atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) segundo a fase de desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011



lugar considerando os empreendedores nascentes (4,09%) e em 3º lugar entre os empreendedores novos (11,04%). Isto mostra

A taxa de empreendedores estabelecidos do Brasil (12,23%), quando comparada aos demais países, coloca o

Figura 2.6 - Atividade empreendedora em estágio Estabelecido segundo a fase de desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011



país bem acima da média tanto no total de países (7,02%) quanto nos países do grupo-eficiência (7,25%), ficando na 4ª e 3ª posições respectivamente para os dois grupos analisados. A Tailândia apresenta a taxa mais alta para empreendedores estabelecidos (30,11%) tanto no total de países quanto no grupo-eficiência. As taxas mais baixas de empreendedores estabelecidos ficaram com a Venezuela (1,57%) no total de países e com a Hungria (2%) nos países do grupo-eficiência.

Analisando os países no cenário global, a Figura 2.5 mostra que altas taxas de TEA não estão necessariamente correlacionadas com desenvolvimento econômico. De fato, os relatórios anteriores da Pesquisa GEM mostram que a TEA, em geral, diminui até um determinado ponto a medida que o nível de desenvolvimento dos países aumenta, nível este mensurado pelo

PIB (produto interno bruto)per capita. Este declínio pode ser explicado pelo aumento da oferta de empregos em empresas, as quais acabam absorvendo grande parte da mão de obra existente no país, principalmente a mais capacitada. No entanto, nas economias dos países do grupo-inovação, a relação entre TEA e PIB per capita é menos intensa (Relatório GEM 2011). Ao se considerar a taxa de empreendedores estabelecidos, percebe-se que o comportamento da curva é mais similar entre os grupos, principalmente em relação aos países do grupo-eficiência e do grupo-inovação.

2.4 Principais atividades desenvolvidas pelos empreendedores brasileiros

As atividades desenvolvidas pelos empreendedores em estágio inicial são bastante variadas, muito embora se concentrem

Quadro 2.3 - Principais atividades dos empreendedores iniciais — Brasil — 2011

Atividades	Empreendedores Iniciais	
Descrição Cnae	Categorias Cnae	Proporção (%)
Obras de acabamento	Construção	3,50
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda inferior a 300 metros quadrados - exceto lojas de conveniência	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	5,24
Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	7,34
Comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	7,69
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	4,55
Lanchonetes e similares	Alojamento e alimentação	6,64
Fornecimento de comida preparada	Alojamento e alimentação	5,24
Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	6,99
Outras atividades		52,80

no comércio varejista, conforme pode ser observado no Quadro 2.3. As três atividades que mais apareceram na pesquisa são comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, seguida pela atividade comércio varejista de artigos do vestuário e complementos e pela atividade cabeleireiros e outros tratamentos de beleza.

No Quadro 2.4 encontram-se as atividades desenvolvidas pelos empreendedores estabelecidos e neste caso as principais atividades encontradas são obras de acabamento, comércio varejista de artigos do vestuário e complementos, e cabeleireiros e outros tratamentos de beleza.

Quadro 2.4 - Principais atividades dos empreendedores estabelecidos – Brasil – 2011

Principais atividades		Empreendedores Estabelecidos
Descrição Cnae	Categorias Cnae	Proporção (%)
Confecção de peças do vestuário - exceto roupas íntimas, blusas, camisas e semelhantes	Indústrias de transformação	3,74
Obras de acabamento	Construção	7,48
Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	7,48
Comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	5,14
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	4,67
Fornecimento de comida preparada	Alojamento e alimentação	5,61
Transporte rodoviário de cargas, em geral	Transporte, armazenagem e comunicações	2,34
Atividades jurídicas	Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	2,34
Atividades de outros profissionais da área de saúde	Saúde e serviços sociais	2,80
Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	7,01
Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	2,34
Serviços domésticos	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	2,80
Outras atividades		46,26



CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

No Capítulo 3 são analisadas as características dos empreendedores pesquisados, segundo sua motivação, gênero, idade, renda e escolaridade.

3.1 Motivação

O campo do empreendedorismo encontra-se em pleno desenvolvimento e o entendimento acerca dos aspectos relacionados à motivação, seja para começar uma atividade ou para transformar algo existente em um projeto empreendedor tem sido um dos maiores desafios. A pesquisa GEM vem mostrando que as motivações para iniciar negócios diferem substancialmente, independentemente da situação econômica do país pesquisado.

Segundo Bygrave (2004), os empreendedores têm motivos particulares para empreenderem. Os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, ou ainda, para manter ou aumentar sua renda pelo desejo de

independência no trabalho. O empreendedor por necessidade pode iniciar seu negócio sob essas condições, mas ao identificar ou reconhecer uma oportunidade, coloca em ação atitudes e comportamentos empreendedores e desenvolve potencialidade para criar algo novo, estimulado por algum tipo de mudança, tecnologia ou outro fator importante para fazer acontecer seu empreendimento.

Baron e Shane (2007) enfatizam que as ideias não surgem do nada e sim por meio de uma combinação de elementos já existentes - "o que é novo é a combinação - não os componentes que fazem parte dela" (p.12). Tanto o empreendedorismo por necessidade quanto de oportunidade nascem da confluência de fatores, promovidos por mudanças sociais, econômicas, tecnológicas, serviços, governamentais e ambientais.

Assim, uma pessoa com características empreendedoras e que inicia seu negócio por necessidade pode se deparar com algumas dessas confluências e despertar para algo que lhe promova uma grande oportunidade. Da mesma forma, o empreendedor por oportunidade, frente a novos desafios, reúne potencialidades e assim, poderá ampliar, diversificar, inovar ou mesmo alterar as configurações de seu negócio, visando sua competitividade.

A Figura 3.1 a seguir relaciona as atividades empreendedoras em estágio inicial por oportunidade como percentual da TEA entre os países participantes em

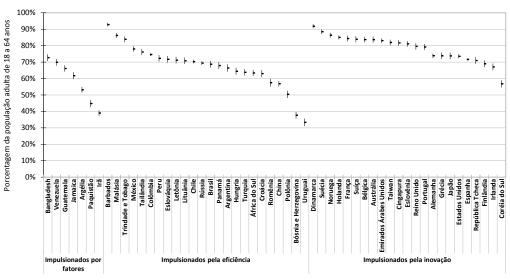


Figura 3.1 - Empreendedorismo por oportunidade como percentual da TEA segundo a fase de desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

Fonte: GEM 2011

2011, considerando os três grupos de desenvolvimento econômico: grupo-fator, grupo-eficiência e grupo-inovação. Já o Quadro 3.1 traz a mesma análise por grupo de países.

empreendedores em estágio inicial, com 93%.

Os empreendedores brasileiros por oportunidade ocupam a 12ª posição, com uma taxa de 10,23%, superior a média de todos os países participantes. Trindade e Tobago

Quadro 3.1 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a motivação – Grupo de Países – 2011

		Grupos de Países							
Motivação		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impuls	ionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	
		Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País
	Mais alta	19,01	Trindade e Tobago	12,76	Guatemala	19,01	Trindade e Tobago	9,07	Estados Unidos
Oportunidade	Média	7,57		7,99		9,54		5,40	
Oportunidade	Mais baixa	2,96	Eslovênia	4,06	Paquistão	3,05	Bósnia e Herz.	2,96	Eslovênia
	Brasil	10,23	129			10,23	109		
	Mais alta	9,74	China	7,70	Irã	9,74	China	3,24	Coréia do Sul
Necessidade	Média	2,87		4,89		3,83		1,26	
Necessidade	Mais baixa	0,30	Noruega	3,38	Bangladesh	0,50	Malásia	0,30	Noruega
	Brasil	4,56	109			4,56	8ō		
	Mais alta	19,97	Noruega	2,66	Bangladesh	18,56	Barbados	19,97	Noruega
Razão	Média	4,35		1,73		3,41		6,13	
oport./necessidade	Mais baixa	0,61	Bósnia e Herz.	0,74	Irã	0,61	Bósnia e Herz.	1,37	Coréia do Sul
	Brasil	2,24	39⁰			2,24	149		
	Mais alta	92,78	Dinamarca	72,67	Bangladesh	92,78	Barbados	91,79	Dinamarca
Oportunidade como	Média	70,76		58,17		67,09		78,42	
percentual da TEA	Mais baixa	33,31	Uruguai	39,00	Irã	33,31	Uruguai	56,78	Coréia do Sul
	Brasil	68,70	36º			68,70	139		

Fonte: GEM 2011

A Figura 3.1 mostra que nos países do grupo-inovação, a proporção de empreendedores por oportunidade assume valores maiores que nos países do grupofator e do grupo-eficiência. Além disso, a variação entre países também é menor, dado que no grupo-inovação a curva é mais "suave", com menor inclinação. Isso nos permite dizer que nos países de maior desenvolvimento econômico, as proporções de empreendedorismo por oportunidade são maiores e mais constantes, o que era de se esperar dado o maior desenvolvimento desses países. No entanto, com a atual crise econômica que afeta algumas dessas nações, será interessante comparar, nos próximos anos, como estará tal proporção no futuro.

Em relação ao Quadro 3.1, os dados revelam que a maioria dos empreendedores dos países participantes da pesquisa em 2011 empreende por oportunidade – a média da taxa por oportunidade foi 7,57% enquanto que a média da taxa por necessidade foi 2,87%. Trindade e Tobago destaca-se com a mais alta taxa por oportunidade (19,01%) e a China com a mais alta taxa por necessidade (9,74%). Na razão oportunidade/necessidade a Noruega obteve o maior valor e a Dinamarca lidera o percentual de empreendedores por oportunidade em relação ao total de

obteve o maior valor e a Eslovênia o menor entre os empreendedores por oportunidade. Quanto aos empreendedores por necessidade, o Brasil ocupa a 10^a posição, com uma taxa de 4,56%, estando o China com a mais alta taxa de empreendedores por necessidade (9,74%) e a Noruega com a taxa mais baixa (0,30%).

Ainda dentro da comparação entre os países participantes, os empreendedores brasileiros, por oportunidade necessidade, estão classificados no grupoeficiência, ocupando a 10° e a 8° posição, respectivamente, considerando os 24 países que compõem este grupo. Em relação à oportunidade como percentual da TEA, o Brasil ocupa a 36^a posição (69%) em relação aos países pesquisados, estando a Dinamarca com a mais alta taxa (93%) e o Uruguai com a mais baixa (33%). Olhando para os mesmos dados, no grupo-eficiência o Brasil encontrase em 13º lugar, com 69%, estando Barbados com a mais alta taxa (93%) e o Uruguai com a menor (33%).

Um comparativo entre os empreendedores iniciais brasileiros em relação à motivação nos anos de 2010 e 2011 pode ser observado no Quadro 3.2.

No Quadro 3.2, nota-se que a razão entre oportunidade e necessidade do Brasil

apresentou um pequeno aumento de 0,06 pontos percentuais. Já em relação à oportunidade como percentual da TEA, o aumento foi de quase 1 ponto percentual. Tais indicadores são importantes, pois revelam uma mudança no perfil do empreendedor brasileiro. Se no

As principais atividades dos empreendedores iniciais no Brasil, motivados por oportunidade e por necessidade podem ser observadas no Quadro 3.3 a seguir.

Pelo Quadro 3.3 nota-se que, em relação aos empreendedores por

Quadro 3.2 - Empreendedores iniciais segundo a motivação - Brasil - Comparativo 2010-2011

Motivação	Empreende	Empreendedores Iniciais			
iviotivação	2010	2011			
Oportunidade	11,85	10,23			
Necessidade	5,44	4,56			
Razão oportunidade/necessidade	2,18	2,24			
Oportunidade como percentual da TEA	67,71	68,7			

Fonte: GEM Brasil 2010 e 2011

início da pesquisa GEM, há 12 anos, a razão oportunidade/necessidade era próxima de 1, hoje o indicador já está bem mais próximo dos países mais desenvolvidos. Os resultados da pesquisa GEM 2011 mostram que o empre-

oportunidade, os setores de maior destaque, com 7,77%, são comércio varejista dos ramos de vestuário, de perfumaria e cosméticos. No que diz respeito aos empreendedores por necessidade, as categorias estão equilibradas entre 4% e 8%. Observa-se que as categorias

Quadro 3.3 - Motivação para empreender segundo as principais atividades — Brasil — 2011

Ativio	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	
Descrição Cnae	Categorias Cnae	Proporção (%)	Proporção (%)
Confecção de peças do vestuário - exceto roupas íntimas, blusas, camisas e semelhantes	Indústrias de transformação	4,15	
Obras de acabamento	Construção		8,05
Manutenção e reparação de veículos automotores	Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas; e comércio a varejo de combustíveis	5,70	
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda inferior a 300 metros quadrados - exceto lojas de conveniência	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	5,70	
Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	7,77	5,75
Comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	7,77	8,05
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	4,66	6,90
Lanchonetes e similares	Alojamento e alimentação	5,70	6,90
Fornecimento de comida preparada	Alojamento e alimentação	3,63	8,05
Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	7,25	6,90
Serviços domésticos	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais		4,60
Outras atividades		47,67	44,83
Fonte: GEM Brasil 2011			

endedorismo por oportunidade no Brasil de 2002 até 2011 vem oscilando ano a ano, obtendo uma média proporcional de 7,83% por oportunidade⁵ e 5,52% por necessidade, conforme pode ser observado nas Figuras 3.2 e 3.3.

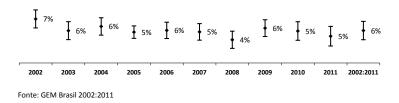
de construção e de serviços domésticos estão representadas apenas pelos empreendedores por necessidade.

É interessante notar que os setores em que o empreendedorismo por necessidade prevalece ao empreendedorismo por oportunidade são aqueles que justamente possuem uma carga de trabalho mais operacional e menos intelectual, como por

⁵ Essa taxa é calculada dividindo-se o total de empreendedores por oportunidade pelo total de pessoas entrevistadas. O mesmo raciocínio se aplica aos empreendedores por necessidade.

Figura 3.2 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) por oportunidade — Brasil — 2002:2011

Figura 3.3 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) por necessidade – Brasil – 2002:2011



exemplo obras de acabamento, comércio varejista de perfumaria e cosméticos, lanchonetes e similares, fornecimento de comida preparada e serviços domésticos.

3.2 Empreendedores segundo o gênero

As diferenças entre gênero e atividade empreendedora são amplamente relatadas na literatura (GATEWOOD ET AL., 2003) embora nos últimos anos tenha aumentando a quantidade de empreendedoras em escala global (DE BRUIN; BRUSH; WELTER, 2006). Gupta et al. (2009) estudam o papel de estereótipos de empreendedores na propensão de homens e mulheres e verificaram que os empreendedores predominantemente são percebidos como figuras masculinas.

Historicamente verificou-se uma tendência de crescimento da participação das mulheres até atingir cerca de metade do total de empreendedores na TEA, estabilizando-se próximo deste patamar, nos anos mais recentes, conforme mostra a Figura 3.4 abaixo.

Apesar da taxa de empreendedorismo feminino no Brasil ser um pouco inferior à taxa de empreendedorismo masculino⁶, o Brasil tem uma das mais altas taxas de empreendedorismo feminino entre os países participantes da pesquisa GEM. De fato, pelo Quadro 3.4 pode-se observar que o Brasil possui uma das maiores proporções de empreendedorismo feminino, entre o número total de empreendedores pesquisados (49%), sendo a quarta maior proporção entre os 54 países pesquisados.

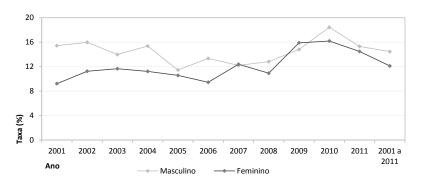
O Quadro 3.5 mostra a evolução da participação das mulheres no total de empreendedores. Pode-se notar que desde o início da década passada a participação das mulheres era significativa, e esta tendência acabou se consolidando nos primeiros anos desta década. Ainda há uma pequena diferença apontando uma proporção maior de mulheres empreendedoras iniciais em comparação às

⁶ Essa taxa é calculada dividindo-se o número de empreendedores iniciais do sexo masculino pelo total de entrevistados do sexo masculino. O mesmo raciocínio se aplica ao gênero feminino

empreendedoras estabelecidas, o que é natural dado o processo evolutivo da participação das mulheres não só entre os empreendedores, mas no mercado de trabalho como um todo.

trabalhe tanto ou até mais que um empregado de uma grande empresa, o fato da mulher empreendedora poder gerenciar seu próprio negócio acaba favorecendo a conciliação dos

Figura 3.4 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo gênero – Brasil – 2001:2011



Fonte: GEM Brasil 2001:2011

Segundo o IBGE, em 2010 as mulheres representavam a maioria da população em idade ativa (53,8%) e parte significativa da população economicamente ativa (46,2%). Ou seja, as estatísticas de gênero da Pesquisa do GEM são bastante similares à evolução recente da participação das mulheres na força de trabalho.

horários do trabalho com a educação dos filhos e o gerenciamento do lar. Mesmo que a educação dos filhos seja uma obrigação do casal, muitas mulheres acabam tomando para si tal tarefa, o que seria bem mais difícil se ela tivesse um emprego em que a flexibilidade de horários fosse limitada. Isto sem falar no crescente fenômeno das famílias monoparentais (SEGNINI, 1997).

Quadro 3.4 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo gênero – Grupo de Países – 2011

		Empreendedores iniciais para grupos de países								
Gênero		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovaçã (23 países)		
		Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País	
	Mais alta	27,45	Trindade e Tobago	20,96	Bangladesh	27,45	Trindade e Tobago	14,30	Estados Unidos	
Masculino	Média	13,46		16,86		16,95		8,78		
Mascullio	Mais baixa	4,57	Eslovênia	10,76	Argélia	5,13	Rússia	4,57	Eslovênia	
	Brasil	15,31	20⁰			15,31	1 5 º			
	Mais alta	22,37	China	19,20	Guatemala	22,37	China	10,42	Estados Unidos	
Feminino	Média	8,31		8,92		11,32		4,98		
reminio	Mais baixa	1,73	Paquistão	1,73	Paquistão	4,00	Malásia	2,68	Eslovênia	
	Brasil	14,49	10º			14,49	9º			
	Mais alta	9,21	Paquistão	9,21	Paquistão	2,59	Polônia	3,08	Coréia do Sul	
Razão	Média	1,97		3,37		1,66		1,88		
masculino/feminino	Mais baixa	0,84	Cingapura	1,01	Guatemala	0,87	Tailândia	0,84	Cingapura	
	Brasil	1,06	50⁰			1,06	219			
	Mais alta	90,21	Paquistão	90,21	Paquistão	72,16	Polônia	75,52	Coréia do Sul	
Proporção masculina dos	Média	63,27		68,25		61,31		63,96		
empreendedores	Mais baixa	45,72	Cingapura	50,30	Guatemala	46,39	Tailândia	45,72	Cingapura	
	Brasil	51,38	50º			51,38	21º			

Fonte: GEM 2011

Uma das explicações para o alto envolvimento de mulheres brasileiras no empreendedorismo pode ser a flexibilidade que um negócio próprio acaba acarretando à mulher. Muito embora o empreendedor

Além disso, há também o famoso "teto de vidro", em que mulheres não conseguem atingir as posições mais altas da hierarquia de uma empresa. Embora tal cenário venha

se transformando, é fato que no Brasil as mulheres ainda recebem um salário menor que os homens e ainda são poucas as que ocupam cargos de direção. Levantamentos realizados anualmente pelo IBGE, com base na Pesquisa Mensal de Emprego, constatam que as mulheres recebem em média 30%

de que o empreendedorismo pode ser uma opção de carreira interessante para elas.

Frente aos desafios que cercam a participação da mulher na economia, é nítido o crescimento da mulher nas estatísticas de empreendedorismo no Brasil, mas nem sempre vinculada a uma ação profissional

Quadro 3.5 - Percentual de empreendedores segundo o gênero - Brasil - 2001 a 2011

Gênero		ndedores ciais	Empreendedores Estabelecido		
	2011	2001:2011	2011	2002:2011	
Masculino	51,38	52,82	56,93	59,99	
Feminino	48,62	47,18	43,07	40,01	

Fonte: GEM Brasil 2011

menos do que os homens. Isto, aliado ao fato de que as mulheres possuem mais anos de estudo do que os homens⁷, acaba se refletindo no aumento do índice do empreendedorismo feminino e na percepção, por parte da mulher,

formalizada, e ainda com pouca ou nenhuma orientação de gestão, mas presente e em busca de crescimento (NATIVIDADE, 2009). De acordo com os dados levantados pelo SEBRAE em 2010, 45% dos empreendedores

Quadro 3.6 - Principais atividades desenvolvidas pelos empreendedores em estágio inicial segundo gênero – Brasil – 2011

Ativida	Empreer Inic	idedores iais	Empreendedores Estabelecidos		
		Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
Descrição Cnae	Categorias Cnae	Proporção (%)	Proporção (%)	Proporção (%)	Proporção (%)
Confecção de peças do vestuário - exceto roupas íntimas, blusas, camisas e semelhantes	Indústrias de transformação				8,51
Obras de acabamento	Construção	6,43		13,45	0
Manutenção e reparação de veículos automotores	Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas; e comércio a varejo de combustíveis	7,86		3,36	
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda inferior a 300 metros quadrados - exceto lojas de conveniência	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	7,86			
Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	4,29	10,07	3,36	12,77
Comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos		12,95	3,36	7,45
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	5,00	5,76	6,72	
Lanchonetes e similares	Alojamento e alimentação	7,14		3,36	
Fornecimento de comida preparada	Alojamento e alimentação		7,19	0	9,57
Transporte rodoviário de passageiros, regular, urbano	Transporte, armazenagem e comunicações			3,36	
Transporte rodoviário de cargas, em geral	Transporte, armazenagem e comunicações	3,57		4,20	
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas, não especificadas anteriormente	Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	3,57			
Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais		12,95		15,96
Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	3,57		3,36	
Serviços domésticos	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais		5,76		6,38

Fonte: GEM Brasil 2011

individuais no Brasil são do sexo feminino. Esta estatística demonstra que as mulheres também ocupam um espaço importante dentro dos trabalhadores formalizados.

⁷ De acordo com o IBGE (2009), a população feminina tem, em média, 7,4 anos de estudo, contra 7,0 anos da população masculina.

Asprincipaisatividades desenvolvidas pelas mulheres são bastante diversificadas, conforme podemos observar no Quadro 3.6. No entanto, as atividades ainda estão tradicionalmente relacionadas às áreas que envolvem o universo feminino, tais como alimentação, estética, beleza e moda.

3.3 Empreendedores segundo a faixa etária

A Pesquisa GEM também pesquisou a taxa⁸ dos empreendedores segundo a faixa etária, conforme mostram o Quadro 3.7 e a Figura 3.5 (empreendedores iniciais) e o do seu grupo-eficiência, concentrando o empreendedorismo na faixa dos 25 a 34 anos.

Já com relação aos empreendedores estabelecidos, o Quadro 3.8 e a Figura 3.6 mostram que a maior dinâmica de empreendedores se concentra na faixa dos 45 a 54 anos, independente do grupo de desenvolvimento econômico. O Brasil também segue a mesma tendência observada em seu grupo e nos demais.

O Quadro 3.9 a seguir apresenta as proporções etárias dos empreendedores em estágio inicial e estabelecidos no Brasil em 2011 e a média do período 2001-2011 para

Quadro 3.7 - Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa etária – Grupo de Países – 2011

•							
	Empreendedores iniciais para grupos de países						
Faixa Etária	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil		
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa		
18 a 24 anos	9,11	10,67	12,37	5,24	12,82		
25 a 34 anos	13,56	16,00	17,83	8,36	17,85		
35 a 44 anos	12,79	15,17	16,28	8,43	17,24		
45 a 54 anos	10,39	13,34	12,91	6,87	13,06		
55 a 64 anos	6,76	8,81	8,24	4,59	9,33		

Fonte: GEM 2011

Quadro 3.8 e a Figura 3.6 (empreendedores estabelecidos).

Pela análise do Quadro 3.7 e da Figura 3.5 pode-se perceber que tanto nos países do grupo fatores quando nos países do empreendedores em estágio inicial e do período 2002-2011 para empreendedores estabelecidos. Em relação aos empreendedores iniciais, pode-se verificar que a concentração maior de empreendedores encontra-se na

Quadro 3.8 - Taxa de empreendedores estabelecidos segundo a faixa etária — Grupo de Países — 2011

. 0.505 2011							
	Empreendedores estabelecidos para grupos de países						
Empreendedores segundo a idade (TEA)	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil		
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa		
18 a 24 anos	1,60	2,73	1,72	1,03	2,13		
25 a 34 anos	4,89	5,46	5,27	4,33	10,96		
35 a 44 anos	8,87	7,56	9,55	8,55	14,23		
45 a 54 anos	10,62	8,12	11,17	10,81	21,68		
55 a 64 anos	9,16	6,89	9,16	9,85	19,77		

Fonte: GEM 2011

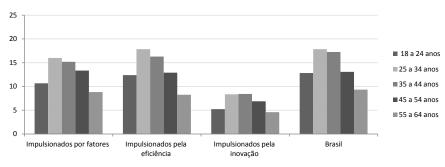
grupo eficiência existe uma maior dinâmica de empreendedorismo em estágio inicial na faixa dos 25 a 34 anos. Já no grupoinovação, a dinâmica se desloca, ainda que com uma pequena diferença, para a faixa dos 35 a 44 anos. O Brasil segue a distribuição

Quadro 3.9 - Percentual de empreendedores segundo a faixa etária – Brasil – 2001 a 2011

Faixa Etária		ndedores ciais	Empreendedores Estabelecidos		
	2011 2001:2011		2011	2002:2011	
18-24 anos	19,54	20,51	4,17	5,21	
25-34 anos	32,45	33,29	23,33	23,39	
35-44 anos	25,17	24,95	24,17	27,26	
45-54 anos	15,56	14,87	30,00	27,77	
55-64 anos	7,28 6,39		18,33	16,38	
5 · 05145 · 12044					

⁸ Essa taxa é calculada dividindo-se o número de empreendedores em estágio inicial que tem entre 18 e 24 anos pelo número total de entrevistados entre 18 e 24 anos. O mesmo raciocínio se aplica no cálculo das demais faixas etárias.

Figura 3.5 - Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa etária – Grupo de Países – 2011



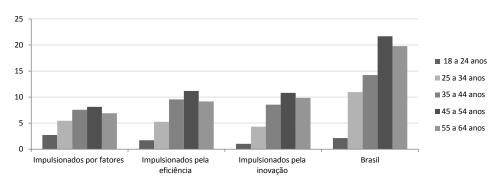
Fonte: GFM 2011

faixa entre 25 e 34 anos, seguida pela faixa entre 35 e 44 anos. Já entre os empreendedores estabelecidos, a faixa de maior concentração é a de 45 a 54 anos, seguida pela faixa entre 35 a 44 anos. Vale ressaltar que, entre os empreendedores iniciais, a faixa etária entre 18 e 34 anos teve uma proporção de 19,54%. Isso mostra que cada vez mais o empreendedorismo é considerado pelos mais jovens como uma opção consistente de carreira.

Esses números demonstram que no Brasil é alto o número de empreendedores

É interessante notar também a diferença na faixa etária entre empreendedores iniciais e estabelecidos. Nos iniciais, a maior proporção de empreendedores se dá na faixa entre 25 e 34 anos, enquanto que nos estabelecidos a faixa de maior proporção está entre 45 e 54 anos. No entanto, não se pode desprezar o efeito do tempo quando se comparam os empreendedores inicias e os estabelecidos. De fato, um empreendedor estabelecido, por estar à frente do seu negócio há pelo menos 42 meses, em média acaba tendo mais idade do que um empreendedor inicial. Contudo,

Figura 3.6 - Taxa de empreendedores estabelecidos segundo a faixa etária – Grupo de Países – 2011



Fonte: GEM 2011

com menos de 35 anos que buscam nestas iniciativas o crescimento e a prosperidade. A economia estável e a busca pela maior qualificação, assim como o "leque" possível de atividades geradoras de renda, podem ser os motivos dessa busca pelo empreendedorismo entre os mais jovens. Melhorar a condição de vida voluntariamente ou, por necessidade, adotar atividades empreendedoras, são formas de se crescer por meio do empreendedorismo (DUARTE, SCHEER, CASSAPO&DELAMEA, 2011).

na faixa mais jovem, entre 18 e 25 anos, essa diferença se acentua, pois para se ter um empreendedor estabelecido nesta faixa, ele teria que empreender entre 14,5 anos e 21,5 anos, o que não é muito comum.

3.4 Empreendedores segundo a renda

A renda familiar dos empreendedores brasileiros foi analisada seguindo a divisão proposta pelo Relatório Global GEM, a fim de se comparar todos os países participantes.

Quadro 3.10 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa de renda – Grupo de Países – 2011

Faixa de Renda	Empreendedores iniciais para grupos de países						
	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil		
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa		
33% Mais baixa	5,27	7,04	7,13	2,98	9,48		
33% Intermediária	6,89	7,89	9,60	3,76	12,62		
33% Mais alta	9,83	10,01	13,52	5,93	15,65		

Fonte: GEM 2011

Assim, a renda dos entrevistados foi colocada em ordem crescente e identificados três intervalos de renda – mais baixa, intermediária e mais alta, sendo que cada grupo é formado por um terço dos participantes da pesquisa. É maior renda. Isto pode significar que a maior taxa de empreendedores considerando os três grupos de desenvolvimento econômico e mesmo o Brasil se concentra entre os 33% de renda mais alta. O mesmo resultado aparece

Quadro 3.11 - Empreendedores estabelecidos segundo a faixa de renda — Grupo de Países — 2011

	Empreendedores estabelecidos para grupos de países						
Faixa de Renda	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil		
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa		
33% Mais baixa	2,42	2,00	2,71	2,20	4,55		
33% Intermediária	4,44	4,24	5,12	3,80	10,83		
33% Mais alta	6,46	4,66	7,16	6,27	12,36		

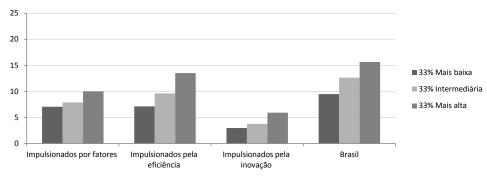
Fonte: GEM 2011

claro perceber que a renda de corte entre os três intervalos de renda difere de país para país, mas as proporções dos entrevistados são as mesmas em cada intervalo – 33% dos participantes.

quando se consideram os empreendedores estabelecidos, conforme mostram o Quadro 3.11 e a Figura 3.8.

Com relação ao percentual de renda dos empreendedores, o Quadro 3.12 mostra

Figura 3.7 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo a faixa de renda — Grupo de Países — 2011



Fonte: GEM 2011

O Quadro 3.10 e a Figura 3.7 mostram a taxa⁹ de empreendedores iniciais segundo a faixa de renda. Pode-se notar que a maior taxa de empreendedores se concentra na faixa de

⁹ Essa taxa é calculada dividindo-se o número de empreendedores em estágio inicial que possuem baixa renda pelo número total de entrevistados que possuem baixa renda. O mesmo raciocínio se aplica no cálculo das demais faixas de renda.

Quadro 3.12 - Percentual de empreendedores segundo a renda em salários mínimos- Brasil - 2001 a 2011

Faixa de renda (salários mínimos)		ndedores ciais	Empreendedores Estabelecidos		
(2011	2011 2001:2011		2002:2011	
Menos de 3	53,74	51,61	52,54	49,19	
De 3 a 6	32,60	31,19	31,53	31,55	
Mais de 6 a 9	6,61	8,07	7,46	8,69	
Mais de 9 a 12	3,08	3,59	4,41	4,82	
Acima de 12	3,96	5,54	4,07	5,76	

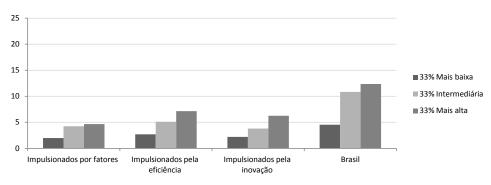
Fonte: GEM Brasil 2011

que a proporção dos que ganham menos é maior entre os empreendedores iniciais do que entre os empreendedores estabelecidos (51,61% \times 49,19%); tal proporção acaba se invertendo no maior estrato de renda (5,54% \times 5,76%).

vel de educação tendem a planejar mais seus negócios. Wadhwa, Freeman e Rissing (2008) concluem que quanto maior o nível de educação do empreendedor maior a sua probabilidade de sucesso.

O Relatório Global GEM 2011 aponta que em economias do grupo-eficiência quanto maior o nível de educação maior o prevalecimento de empreendimentos em estágio inicial. Já no grupo-inovação há uma preponderância de empreendedores com ensino médio completo em relação àqueles com ensino superior, o que pode ser explicado pela provável maior oferta de empregos com salários mais altos nestes países.

Figura 3.8 - Empreendedores estabelecidos segundo a faixa de renda - Grupo de Países - 2011



Fonte: GEM 2011

Os setores de maior destaque da TEA, considerando a renda, foram os setores de veículos automotores, comércio varejista de alimentação e vestuários, lanchonetes, serviços de embelezamento e tratamento. Nos empreendedores estabelecidos os setores mais evidentes são voltados ao comércio varejista de objetos pessoais e domésticos e confecção de peças de vestuário.

3.5 Empreendedores segundo a escolaridade

Em geral, os estudos de empreendedorismo tendem a apontar para uma correlação positiva entre inovação, planejamento e sucesso de empreendimentos com o nível de educação do empreendedor. Koellinger (2008) indica que quanto maior o nível de educação maior o nível de inovação do empreendimento. Gathenya, Bwisa e Kihoro (2001) observam que mulheres com maior ní-

Entretanto, ao observar o Quadro 3.13 e a Figura 3.9, é possível notar que, enquanto nos países do grupo-inovação a taxa¹⁰ de empreendedores aumenta à medida que os indivíduos aumentam seu nível de escolaridade, no Brasil tal relação se mostrou inversa, ou seja, as taxas são menores à medida que o nível de escolaridade aumenta. Tal fato pode ter pelo menos três explicações. A primeira deve-se ao fato da alta taxa de empreendedores por necessidade ainda existente no Brasil, apesar desse indicador ter melhorado substancialmente nos últimos anos. A segunda explicação refere-se à alta demanda por mão de obra qualificada pelas empresas brasileiras, que se encontram em

¹⁰ Essa taxa é calculada dividindo-se o número de empreendedores em estágio inicial que possuem alguma educação, até a secundária, pelo número total de entrevistados que possuem alguma educação, até a secundária. O mesmo raciocínio se aplica no cálculo das demais faixas de educação.

Quadro 3.13 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade -Grupo de Países - 2011

Nível de escolaridade	Empreendedores iniciais para grupos de países					
	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil	
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	
Primeiro grau completo	8,02	11,20	10,58	4,38	15,12	
Segundo grau completo	10,44	14,74	13,76	5,67	15,05	
Universidade	12,45	13,18	16,32	8,19	13,97	
Pós-graduação	12,92	19,81	15,38	8,65	9,57	

Fonte: GEM 2011

Primeiro grau completo: inclui nenhuma educação formal, primeiro grau incompleto, primeiro grau completo e segundo grau incompleto.

Segundo grau completo: inclui segundo grau completo e curso superior incompleto.

Universidade: inclui curso superior completo, especializações e mestrado incompleto.

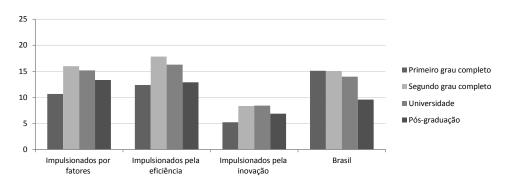
Pós-graduação: inclui mestrado completo e doutorado completo ou incompleto.

um momento de expansão econômica forte e com altos níveis de recrutamento e seleção de empregados. Finalmente, pode-se considerar o baixo nível de escolaridade da população. A Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios

melhores oportunidades de renda em ofertas de empregos estáveis.

Contudo, quando consideramos os empreendedores estabelecidos, a taxa de

Figura 3.9 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade - Grupo de Países - 2011



Fonte: GEM 2011

(PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2009 indica que a taxa da população brasileira com mais de 15 anos de escolaridade é de 6,3%. Assim, é possível que aqueles com escolaridade superior encontrem

empreendedores aumenta conforme aumenta o nível de escolaridade, como pode ser observado no Quadro 3.14 e na Figura 3.10. Com esses resultados, pode-se inferir que um nível maior de educação acaba tendo um maior

Quadro 3.14 - Empreendedores estabelecidos segundo o nível de escolaridade - Grupo de Países - 2011

Nível de escolaridade	Empreendedores estabelecidos para grupos de países						
	Todos os Países (54 países)	Impulsionados por fatores (7 países)	Impulsionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)	Brasil		
	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa	Taxa		
Primeiro grau completo	6,82	7,91	6,83	6,50	7,20		
Segundo grau completo	6,29	4,78	6,84	6,17	11,12		
Universidade	6,97	5,07	6,89	7,64	13,13		
Pós-graduação	7,98	7,27	8,74	7,28	16,26		

Fonte: GEM 2011

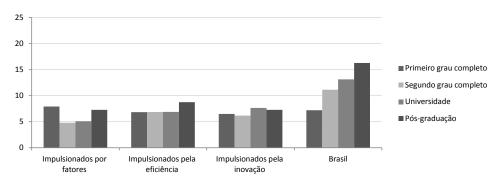
Primeiro grau completo: inclui nenhuma educação formal, primeiro grau incompleto, primeiro grau completo e segundo grau incompleto.

Segundo grau completo: inclui segundo grau completo e curso superior incompleto.

Universidade: inclui curso superior completo, especializações e mestrado incompleto.

Pós-graduação: inclui mestrado completo e doutorado completo ou incompleto.

Figura 3.10 - Empreendedores estabelecidos segundo o nível de escolaridade – Grupo de Países – 2011



Fonte: GEM 2011

impacto na sobrevivência dos negócios, dado que a relação entre taxa de empreendedores e nível de escolaridade foi verificada ao se analisar os empreendedores estabelecidos e não os iniciais.

O Quadro 3.15 mostra o percentual de empreendedores segundo o nível de escolaridade. É possível verificar que o maior percentual encontra-se na faixa do segundo grau completo, tanto nos empreendedores iniciais quanto nos estabelecidos. Vale ressaltar, contudo, que o percentual de empreendedores com nível superior - 10,6% entre os empreendedores iniciais e 12,92% entre os empreendedores estabelecidos, não é muito diferente da média nacional. De acordo com a pesquisa PNAD do IBGE, realizada em 2009, o percentual da população ocupada com nível superior é da ordem de 11%.

Quadro 3.15 - Percentual de empreendedores segundo o nível de escolaridade – Brasil – 2011

Nivel de Escolaridade	Empreendedores Iniciais	Empreendedores Estabelecidos
Nenhuma educação formal	1,32	2,08
Primeiro grau incompleto	19,21	23,33
Primeiro grau completo	9,27	14,58
Segundo grau incompleto	14,90	6,67
Segundo grau completo	37,42	35,42
Curso superior incompleto	7,28	5,00
Curso superior completo	8,61	8,75
Pós-graduação	1,99	4,17



CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

Este capítulo analisa algumas características dos empreendimentos pesquisados, no tocante à geração de empregos; impacto no mercado em termos de novidade do produto e concorrência; uso de tecnologia; e orientação internacional.

4.1 Geração de empregos

Um dos fatos mais evidentes sobre o empreendedorismo é seu impacto na geração de emprego e renda em um país, principalmente nos países em desenvolvimento. De fato, governantes e acadêmicos concordam que o empreendedorismo é crítico para o desenvolvimento e o bem estar da sociedade, por propiciar a criação de empregos (KELLEY, BOSMA E AMORÓS, 2010). Devido às evoluções tecnológicas e aos ciclos de recessão mundial, as grandes empresas vêm reduzindo drasticamente seus quadros de empregados e o empreendedorismo tem se mostrado como uma ótima forma de reinserir pessoas no mercado de trabalho, além de criar oportunidades para muitos que chegam todos os dias à idade produtiva.

O crescimento no número de empregados é um dos indicadores mais utilizados na prática da gestão empresarial e nos estudos acadêmicos para medir o desempenho de uma empresa (FERNANDES, 2010). De fato, a evolução do número de empregados está relacionada ao crescimento da empresa. Diante disto, o GEM analisa a expectativa de criação de empregos tanto nos empreendedores em estágio inicial quanto nos empreendedores estabelecidos.

A Pesquisa GEM perguntou aos empreendedores quantos empregados eles possuem no momento da pesquisa e quantos empregados eles esperam ter depois de cinco anos. Esta diferença representa a expectativa de crescimento do negócio no período. No GEM as expectativas foram divididas em quatro grupos:

- Dos que não esperam criar empregos;
- Dos que esperam criar de 1 a 5 empregos;

- Dos que esperam criar de 6 a 19 empregos; e
- Dos que esperam criar mais de 20 empregos.

A distinção entre estes grupos é importante, pois irá denotar a natureza do empreendimento. O primeiro grupo é composto por empresários que são trabalhadores independentes e não visam à criação de qualquer emprego. Este grupo inclui tanto empreendedores por necessidade como aqueles que estão muito satisfeitos trabalhando como um profissional independente (autônomo). A segunda categoria mostra uma baixa expectativa de crescimento e muitas vezes irão empregar pessoas de sua própria rede pessoal (tais como membros da família e amigos). Para esses empreendedores de baixa ambição, provavelmente o componente social do negócio é bastante importante. Na terceira categoria os empreendedores estão dispostos a empregar mais pessoas, porém alguns deles podem querer manter seus negócios relativamente pequenos e gerenciáveis por eles mesmos e não desejar maior crescimento. A quarta categoria mostra uma maior expectativa de crescimento. Esses empresários são mais ambiciosos e mesmo que eles superestimem o número de empregos que esperam gerar, como um grupo, seu impacto na criação de empregos provavelmente será substancial (BOSMA, WENNEKERS E AMORÓS, 2011).

No Quadro 4.1 é possível notar que entre os empreendedores em estágio inicial no Brasil a expectativa de criação de 20 ou mais empregos caiu quase pela metade entre 2010 e 2011. Em 2010, 8% dos empreendedores iniciais esperavam criar um volume alto de empregos, mas em 2011 apenas 4,3% tinham a mesma expectativa. Uma queda também pode ser notada entre os empreendedores que esperam criar de 6 a 19 empregos, variando de 15,2% em 2010 para 13% em 2011. Com isso nota-se que a confiança de crescimento do empreendedor em estágio inicial está diminuindo, fruto talvez da expectativa menor de crescimento do país para os próximos anos, fato bastante divulgado pela imprensa. É interessante notar que tal tendência não é verificada entre os empreendedores estabelecidos, cuja proporção de criação de 20 ou mais empregos subiu de 4% em 2010 para

5,3% em 2011. A proporção de criação de 6 a 19 empregos também subiu, de 5,2% em 2010 para 5,8% em 2011.

Considerando o cenário internacional, o Quadro 4.2 mostra que o país onde

espera criar mais de 19 empregos após cinco anos

O Brasil se classifica em 52º lugar quando se trata de criar ao menos um emprego e em 48º lugar dentre os que esperam criar

Quadro 4.1 - Empreendimentos segundo a expectativa de geração de empregos – Brasil – Comparativo 2010-2011

Número de Empregos	•	dimentos ciais	Empreendmentos Estabelecidos	
	2010	2011	2010	2011
	Prop.(%)	Prop.(%)	Prop.(%)	Prop.(%)
Nenhum emprego	36,74	33,86	54,58	45,19
De 1 a 5 empregos	40,15	48,82	36,25	43,75
De 6 a 19 empregos	15,15	12,99	5,18	5,77
Mais de 20 empregos	7,95	4,33	3,98	5,29

Fonte: GEM Brasil 2011

há uma maior dinâmica na geração de empregos é Taiwan. Neste país, 28,82% dos empreendedores em estágio inicial esperam gerar mais de 19 empregos nos próximos cinco anos. Isto demonstra a forte credibilidade que o empreendedor local tem

mais de cinco empregos. Dentro do grupo dos 24 países impulsionados pela eficiência o Brasil se situa nas quatro últimas posições nos vários itens que mensuram a expectativa de geração de empregos. Este baixo desempenho pode ser explicado pela complexidade e pelo

Quadro 4.2 - Empreendimentos em estágio inicial segundo a expectativa de geração de empregos – Grupo de Países – 2011

		Empreendedores iniciais para grupos de países										
Expectativa de geração de empregos *		Todos os Países (54 países)			Impulsionados por fatores (7 países)		sionados pela eficiência 24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)				
		Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País			
	Mais alta	95,84	China	94,36	Guatemala	95,84	China	84,86	Austrália			
Algum emprego agora	Média	74,27		63,62		77,78		73,84				
ou em 5 anos	Mais baixa	34,94	Irã	34,94	Irã	58,90	Brasil	62,28	Reino Unido			
	Brasil	58,90	52			58,90	24					
	Mais alta	53,91	Taiwan	31,11	Argélia	47,44	Letônia	53,91	Taiwan			
Mais de 5 empregos em	Média	27,92		14,98		30,85		28,81				
5 anos	Mais baixa	2,86	Panamá	3,00	Jamaica	2,86	Panamá	15,21	Grécia			
	Brasil	14,36	48			14,36	23					
	Mais alta	28,82	Taiwan	11,99	Argélia	21,99	Turquia	28,82	Taiwan			
Mais de 19 empregos em	Média	10,56		4,28		11,13		11,88				
5 anos	Mais baixa	0	Jamaica	0	Jamaica	1,25	Panamá	3,80	Suíça			
	Brasil	3,63	47			3,63	20					
Alta Expectativa de	Mais alta	35,05	Taiwan	18,50	Argélia	35,01	Romênia	35,05	Taiwan			
Emprego (10+ empregos	Média	17,67		7,88		20,10		18,11				
e mais 50% em cinco	Mais baixa	1,79	Panamá	2,50	Jamaica	1,79	Panamá	5,95	Grécia			
anos)	Brasil	6,93	489			6,93	21º					

Fonte GEM 2011

Nota: *As categorias não são complementares

com o crescimento econômico do país e o conseqüente crescimento de seus negócios. O Brasil ocupou nesse item uma posição modesta, sendo o 47º país que espera gerar mais de 19 empregos. Já na Jamaica nenhum percentual dos empreendedores iniciais

custo dos processos de contratação de mão de obra no Brasil, apesar do crescimento dos PIB dos últimos anos.

Ressalta-se que as maiores médias de expectativa de criação de empregos estão nos países do grupo-inovação (11,88%), seguidos

pelos países do grupo-eficiência (11,13%) e dos países do grupo-fator (4,28%).

Vale destacar que a baixa expectativa de criação de empregos no Brasil pode estar associada ao fato de que os empreendimentos criados no Brasil são predominantemente constituídos de negócios muito tradicionais, inovar, no sentido de trazer novos produtos ao mercado com baixo nível de concorrência. O Quadro 4.3 indica que, dos empreendedores brasileiros em estágio inicial pesquisados, apenas 6,88% afirmam ter introduzido novidade no produto e ter simultaneamente uma baixa concorrência, o que nos coloca na pe-

Quadro 4.3 - Empreendimentos em estágio inicial segundo a concorrência e novidade do produto – Grupo de Países – 2011

Tópico de Inovação		Empreendedores iniciais para grupos de países									
		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)			
			País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País		
	Mais alta	57,35	Chile	34,99	Guatemala	57,35	Chile	54,13	Dinamarca		
Combinação de concorrência e novos	Média	26,51		17,74		26,36		29,33			
produtos (1)	Mais baixa	6,78	Bangladesh	6,78	Bangladesh	6,88	Brasil	14,06	Japão		
	Brasil	6,88	53⁰			6,88	24º				

Fonte: GEM 2011

(1) Afirmam ter poucos ou nenhum concorrente e o produto/serviço oferecido ser novo para alguns ou para todos.

muito pequenos, em atividades onde são reduzidas as barreiras à entrada, empregando majoritariamente os familiares do proprietário e voltadas para atender as necessidades básicas da população. Assim, cada negócio tem expectativa de gerar poucos empregos

núltima posição, dentre os 54 países pesquisados, apenas atrás de Bangladesh. Quando comparado aos países do grupo-eficiência, o Brasil fica na última posição.

Ao se analisar a mesma característica de combinação de concorrência e novos

Quadro 4.4 - Empreendimentos estabelecidos segundo a concorrência e novidade do produto – Grupo de Países – 2011

Tópico de Inovação		Empreendedores estabelecidos para grupos de países								
		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)		
			País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	
	Mais alta	38,76	Chile	32,78	Guatemala	38,76	Chile	33,33	França	
Combinação de concorrência e novos	Média	14,70		14,83		15,04		14,32		
produtos *	Mais baixa	1,12	Bósnia e Herz.	3,69	Bangladesh	1,12	Bósnia e Herz.	4,11	Portugal	
	Brasil	2,94	53⁰			2,94	23º			

Fonte: GEM 2011

(1) Afirmam ter poucos ou nenhum concorrente e o produto/serviço oferecido ser novo para alguns ou para todos.

adicionais, mas no seu conjunto eles têm grande impacto na geração de postos de trabalho.

4.2 Impacto no mercado em termos de novidade do produto e concorrência

O GEM 2011 apresenta dados que colocam o empreendedor brasileiro, tanto em estágio inicial quanto estabelecido, como aquele que tem encontrado dificuldade em produtos, entre os empreendedores estabelecidos, a posição relativa do Brasil quase não sofre alteração, como pode ser observado no Quadro 4.4. Neste caso, apenas 2,94% dos empreendedores afirmam combinar novos produtos com baixa concorrência, colocando o Brasil na penúltima posição do ranking, seja entre todos os países, seja apenas entre os países do grupo-eficiência, ficando apenas atrás da Bósnia Herzegovina.

Quando se analisa apenas a novidade do produto ou serviço, não se observam mudanças significativas em relação ao estudo GEM 2010, especialmente no caso dos empreendedores estabelecidos, em que o número de empreendedores que afirma que ninguém considera seus produtos novos, ultrapassa o expressivo índice de 92%. Ainda neste quesito, houve uma variação significativa entre os empreendedores iniciais, passando da proporção de 83,24% em 2010 para 88,54% em 2011, conforme mostra o Quadro 4.5.

O Quadro 4.6 mostra a proporção de concorrentes enfrentados pelos empreendedores iniciais e estabelecidos no é levantado por meio de questionamento se a tecnologia adotada está disponível há menos de um ano (mais alta), de um a cinco anos (média) ou mais de cinco anos (mais baixa).

Na análise do GEM 2011, os empreendedores brasileiros em estágio inicial, parecem adotar pouca inovação tecnológica em seus negócios, ficando na 46ª posição entre os 54 países que participaram da pesquisa e na 21ª posição entre os 24 países do grupoeficiência, conforme descrito no Quadro 4.7. Já, em relação aos empreendedores estabelecidos, Quadro 4.8, a posição relativa brasileira melhora significativamente. Para esse grupo cujos negócios possuem mais tempo de

Quadro 4.5 - Empreendimentos segundo a novidade do produto ou serviço – Brasil – Comparativo 2010-2011

	Empreer Inic		Empreendedores Estabelecidos		
Novidade do produto ou serviço	2010	2011	2010	2011	
	Prop.(%)	Prop.(%)	Prop.(%)	Prop.(%)	
Novo para todos	7,51	6,00	6,37	2,17	
Novo para alguns	9,25	5,46	1,59	5,37	
Ninguem considera novo	83,24	88,54	92,04	92,46	

Fonte: GEM Brasil 2011

Brasil. Pela análise do quadro, percebe-se que o número de empreendedores que afirmaram não possuir concorrentes diminuiu 0,61 pontos percentuais nos empreendedores iniciais e 1,74 pontos percentuais nos empreendedores estabelecidos, o que mostra o aumento da concorrência entre os empreendedores participantes da pesquisa.

existência, o Brasil salta para a 36ª posição em relação aos 54 países participantes do estudo e para a 13ª posição, considerando os 24 países do grupo-eficiência. Tais resultados podem sugerir que, no Brasil, em comparação com outros países, a adoção de novas tecnologias ocorre em um nível maior de maturidade do empreendimento. Isto de certa forma é um

Quadro 4.6 - Empreendimentos segundo o número de concorrentes — Brasil — Comparativo 2010-2011

	•	ndedores ciais	Empreendedores Estabelecidos		
Concorrentes	2010	2011	2010	2011	
	Prop. (%)	Prop. (%)	Prop. (%)	Prop. (%)	
Muitos concorrente	63,01	63,18	73,89	70,40	
Poucos concorrentes	30,35	30,78	20,06	25,29	
Nenhum concorrentes	6,65	6,04	6,05	4,31	

Fonte: GEM Brasil 2011

4.3 Tecnologia

O sucesso e a capacidade de crescimento de um negócio estão intimamente relacionados a sua inovação tecnológica. Por essa razão, a pesquisa do GEM procura identificar junto aos empreendedores a idade da tecnologia incorporada em seus negócios. Isto

reflexo da realidade brasileira, dado que a compra de ativos de nível tecnológico alto ou médio exige investimentos de capital. Apesar de haver linhas específicas no Brasil para se adquirir ativos a taxas de juros razoáveis, a maioria das empresas acaba deixando a compra de novas tecnologias para um

momento posterior aos seus primeiros anos de existência.

Interessante notar que mesmo com essa posição relativa superior dos empreen-

sas brasileiras, já que implica em sua defasagem tecnológica.

4.4 Orientação internacional

Quadro 4.7 - Empreendimentos em estágio inicial segundo o nível de tecnologia – Grupo de Países – 2011

		Empreendedores iniciais para grupos de países								
Tópico de Inovação		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)		
		Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	
Ativos no setor de	Mais alta	18,22	França	2,68	Irã	10,69	Croácia	18,22	França	
tecnologia (nivel alto ou	Média	5,29		1,15		4,17		7,71		
médio de tecnologia no	Mais baixa	0,22	Guatemala	0,22	Guatemala	1,01	Barbados	1,46	Coréia do Sul	
setor)	Brasil	1,35	46º			1,35	21º			

Fonte: GEM 2011

dedores estabelecidos, os dois grupos apresentaram, em 2011, uma queda em adoção de novas tecnologias em relação ao ano anterior. O Quadro 4.9 mostra que entre os empreendimentos iniciais que adotam tecnologias com

A internacionalização e venda para clientes estrangeiros é uma das formas que as empresas podem adotar para aumentar seus mercados potenciais. A internacionalização das empresas também força o desenvolvimento

Quadro 4.8 - Empreendimentos estabelecidos segundo o nível de tecnologia - Grupo de Países - 2011

Tópico de Inovação		Empreendedores estabelecidos para grupos de países								
		Todos os Países (54 países)		Impulsionados por fatores (7 países)		Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (23 países)		
		Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	Prop.(%)	País	
Ativos no setor de	Mais alta	14,28	França	5,63	Letônia	9,26	Letônia	14,28	França	
tecnologia (nivel alto ou	Média	5,04		1,44		3,54		7,70		
médio de tecnologia no	Mais baixa	0,00	Guatemala	0,00	Guatemala	0,00	Malásia	1,32	África do Sul	
setor)	Brasil	3,08	36º			3,08	13º			

Fonte: GEM 2011

menos de cinco anos, a proporção caiu de 17,7% para 11,9%. Entre os empreendimentos estabelecidos essa queda foi de 12,1% para apenas 5,2%. Tais resultados sugerem uma tendência que, caso não seja revertida, pode comprometer a competitividade das empre-

de novas competências e a superação de vários desafios para poder viabilizar planos de expansão e a conquista de outros consumidores.

O GEM trata a questão da inserção internacional dos empreendedores pergun-

Quadro 4.9 - Empreendimentos segundo a idade da tecnologia – Brasil – Comparativo 2010-2011

	•	dimentos	Empreendmentos Estabelecidos		
Idade da Tecnologia	2010	2011	2010	2011	
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	
Menos de 1 ano	6,37	3,97	5,46	1,60	
Entre 1 a 5 anos	11,35	7,95	6,56	3,60	
Mais de 5 anos	82,28	88,08	87,99	94,80	

tando qual é o destino das vendas, ou seja, os entrevistados são questionados sobre o percentual de seus produtos ou serviços que são dirigidos a consumidores de fora de seus países de origem.

Vale ressaltar que fica difícil comparar os números do Brasil com os demais países no tocante à internacionalização. Primeiro porque o Brasil é um país de dimensões continentais, que vem apresentando um alto consumo interno, fruto da ascensão econômica das classes D e E, o que garante demanda para a produção local. Segundo, a posição geográfica do país, isolada de grandes mercados, também dificulta a exportação. E terceiro, a pauta das exportações brasileiras está altamente concentrada em grandes e poucas empresas de commodities agrícolas, aviação ou minério, cuja probabilidade do empreendedor ser contatado pela pesquisa GEM é menor.

O Quadro 4.10 mostra que, dentre todas as economias pesquisadas, as que mais contam com empresas em estágio inicial internacionalizadas são as do grupo-inovação, com 60,18% de seus empreendedores iniciais,

país. Nos empreendedores estabelecidos, o ranking de internacionalização dos três grupos é o mesmo dos empreendedores iniciais.

O país com menor orientação internacional entre todos os países e entre as economias do grupo-fator é a Guatemala, dado que 98,49% de suas empresas não têm qualquer contato com o mercado externo. O país de maior inserção internacional é a República Tcheca, do grupo-inovação, dado que apenas 10,76% das empresas Tchecas não têm qualquer venda para consumidores estrangeiros. Neste mesmo grupo-inovação a Espanha é o país menos internacionalizado entre os empreendedores em estágio inicial - 77,07% das empresas espanholas não têm qualquer contato com clientes externos. No rol dos países do grupo-eficiência, o Brasil possui o menor percentual de internacionalização, ficando em primeiro lugar do grupo e terceiro lugar na lista dos 54 participantes da pesquisa GEM 2011. Deste mesmo grupo a Polônia é o país de maior orientação internacional. Somente 20,57% dos empreendedores iniciais deste país não têm vendas a estrangeiros. Estes dados estão mostrados no Quadro 4.10.

Quadro 4.10 - Orientação internacional de empreendedores iniciais - Grupos de Países - 2011

		Empreendedores iniciais para grupos de países								
Orientação Internacional		Todos os Países (54 países)		Impu	lsionados por fatores (7 países)	Impuls	ionados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovaçã (23 países)		
		Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	
	Mais alta	98,49	Guatemala	98,49	Guatemala	93,91	Brasil	77,07	Espanha	
Nenhum consumidor no	Média	53,10		83,86		56,84		39,82		
	Mais baixa	10,76	República Tcheca	66,32	Irã	20,57	Polônia	10,76	República Tcheca	
	Brasil	93,91	30			93,91	19			
De 1% a 25% dos	Mais alta	69,34	República Tcheca	18,30	Jamaica	62,33	Polônia	69,34	República Tcheca	
consumidores são do	Média	31,12		9,26		28,42		40,60		
exterior	Mais baixa	1,30	Guatemala	1,30	Guatemala	3,73	Panamá	15,64	Espanha	
exterior	Brasil	5,77	489			5,77	21º			
	Mais alta	26,19	Romênia	6,16	Jamaica	26,19	Romênia	23,67	Em. Árabes Unidos	
De 25% a 75% dos	Média	9,47		2,22		9,33		11,81		
consumidores são do	Mais baixa	0,22	Guatemala	0,22	Guatemala	0,31	Brasil	3,63	Espanha	
exterior	Brasil	0,31	53º			0,31	24º			
Mais de 75% dos	Mais alta	21,30	Irã	21,30	Irã	18,90	Panamá	15,72	Bélgica	
consumidores são do	Média	6,31		4,67		5,40		7,76		
exterior	Mais baixa	0	Venezuela	0	Venezuela	0		1,71	Japão	
CACCHO	Brasil	0	50º			0	23º			

Fonte: GEM 2011

em média, vendendo para o exterior. Nas economias do grupo-eficiência o valor médio é de 43,16%. Nas economias dos países do grupo-fator apenas 16,15% de suas empresas exportam. Na média de todos os países, 46,90% dos empreendedores iniciais têm alguma venda para consumidores de fora do

Quando se consideram os empreendedores estabelecidos, a situação do Brasil não se altera significativamente, como pode ser observado no Quadro 4.11.

A fraca posição do Brasil fica ainda mais evidente quando olhamos os números do país em 2010 e 2011. Em 2010, 93,2% dos empreendedores em estágio inicial não exportavam. Em 2011 este número fica ainda maior, com 93,91% dos empreendedores respondendo que não possuem nenhum consumidor no exterior. A quantidade de empreendedores que possuem de 1% a

e a Irlanda, que constam no topo da lista com altos percentuais de internacionalização, com 89,26% e 60,42% de empreendedores com consumidores oriundos do exterior, respectivamente, e que têm a facilidade de exposição a outros mercados próximos e com

Quadro 4.11 - Orientação internacional de empreendedores estabelecidos - Grupos de Países - 2011

Orientação Internacional		Empreendedores estabelecidos para grupos de países									
		Todos os Países (54 países)		Impul	sionados por fatores (7 países)	Impulsi	onados pela eficiência (24 países)	Impulsionados pela inovação (23 países)			
		Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País		
	Mais alta	98,36	Guatemala	98,36	Guatemala	93,77	Brasil	83,28	Espanha		
Nenhum consumidor no	Média	54,91		81,48		59,76		41,77			
exterior	Mais baixa	19,21	Bélgica	62,37	Paquistão	24,42	Romênia	19,21	Bélgica		
	Brasil	93,77	3₀			93,77	1º				
De 1% a 25% dos	Mais alta	67,87	Bélgica	30,45	Paquistão	55,17	Polônia	67,87	Bélgica		
consumidores são do	Média	32,50		10,50		28,76		43,08			
exterior	Mais baixa	0,00	Guatemala	0,00	Guatemala	3,94	Rússia	13,10	Espanha		
exterior	Brasil	5,78	52º			5,78	23º				
	Mais alta	22,47	França	9,16	Jamaica	17,84	Letônia	22,47	França		
De 25% a 75% dos	Média	7,63		3,31		7,13		9,47			
consumidores são do	Mais baixa	0	México	0,00	México	0	México	1,44	Japão		
exterior	Brasil	0	53º			0	23º				
Mais de 75% dos	Mais alta	19,96	Irã	19,96	Irã	13,05	Panamá	14,42	Em. Árabes Unidos		
	Média	4,95		4,62		4,35		5,68			
exterior	Mais baixa	0		0		0		0,54	Japão		
	Brasil	0,45	49º			0,45	21º				

Fonte: GEM 2011

25% de consumidores de fora do país cai em aproximadamente 1 ponto percentual para 5,77%. A única mudança em sentido contrário à menor inserção internacional é o surgimento de 0,31% de empreendedores que responderam ter entre 25% e 75% de seus clientes oriundos de outras nacionalidades. Este número é, de qualquer forma, muito baixo para mostrar qualquer tendência, conforme pode ser verificado no Quadro 4.12.

A situação brasileira é completamente diferente de países como a República Tcheca

unidade monetária. Seus governos possuem programas como o CzechInvest (http://www.czechinvest.org/) e o Enterprise Ireland (http://www.enterprise-ireland.com/) que garantem a que suas "start-ups" mais competitivas estejam presentes em mercados como o Vale do Silício, nos EUA e nos principais centros comerciais da Europa e da Ásia.

Quadro 4.12 - Orientação internacional de empreendedores iniciais estabelecidos — Brasil — Comparativo 2010-2011

	Empreendim	entos Iniciais	Empreendmentos Estabelecidos		
Orientação internacional	2010	2011	2010	2011	
	Prop. (%)	Prop. (%)	Prop. (%)	Prop. (%)	
Nenhum consumidor no exterior	93,15	93,91	89,42	93,77	
De 1% a 25% dos consumidores são do exterior	6,85	5,77	9,62	5,78	
De 25% a 75% dos consumidores são do exterior	0	0,31	0	0	
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0	0	0,96	0,45	



RECOMENDAÇÕES DE MELHORIAS NO AMBIENTE PARA EMPREENDER NO BRASIL - VISÃO DOS ESPECIALISTAS ENTREVISTADOS

RECOMENDAÇÕES DE MELHORIAS NO AMBIENTE PARA EMPREENDER NO BRASIL - VISÃO DOS ESPECIALISTAS ENTREVISTADOS

Ao longo dos doze anos da pesquisa GEM no Brasil, várias sugestões, proposições e sinalizações para desenvolver e aprimorar o ambiente do empreendedorismo no país foram apresentadas por mais de 300 especialistas nacionais entrevistados. No item 1.2 deste trabalho foram descritos os fatores favoráveis e limitantes ao empreendedorismo no Brasil citados pelos especialistas entrevistados em 2011. Neste item são apresentadas a recomendações feitas pelos mesmos, as quais se concentram em cinco quesitos.

5.1 Recomendações para o quesito Políticas Governamentais

Evidencia-se o fato de que a freqüência das citações relacionadas a Políticas Governamentais vem caindo ano a ano. Pode-se buscar uma possível explicação para este fenômeno no número de municípios que implementaram a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas em 2011. A Lei traz diversos benefícios para o exercício das MPE`s, dentre os quais destacam-se:¹¹

- regime unificado de apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, o chamado Imposto Simples;
- desburocratizações tributárias;
- dispensa do cumprimento de certas obrigações trabalhistas e previdenciárias;
- estímulo à aquisição de inovações tecnológicas;
- facilitação no parcelamento de dívidas para adesão ao Simples Nacional.

As principais propostas de Políticas Governamentais apontadas pelos especialistas encontram-se relacionadas a seguir:

- "Melhorar o aspecto político, criando uma agenda favorável à criação de novos negócios no país."
- "A criação do ministério da Pequena Empresa criando uma legislação específica, mais flexível do ponto de vista fiscal e independente para as pequenas empresas diferenciando-as das grandes."
- "Redução e simplificação da burocracia e da carga tributária."
- "O governo deve ampliar e reforçar o apoio financeiro aos empreendedores por necessidade, bem como buscar por meio de iniciativas público-privadas, apoiar a criação de um ambiente inovador para os empreendedores por oportunidade."
- "É necessário que o movimento da sociedade civil, como o Sebrae, Fecomércio, FIEP, ACP faça pressão sobre o governo para melhorar as condições gerais que facilitam o empreendedorismo. Não significa que toda a responsabilidade é do governo, mas eles não podem dificultar o processo, porque no Brasil a lei é criada para "não funcionar"."

5.2 Recomendações para o quesito Educação e Capacitação

A literatura especializada na Teoria de Desenvolvimento Econômico aponta a educação e capacitação como "motor fundamental" para impulsionar os avanços necessários e induzir o crescimento e a prosperidade como consequência, da mesma forma que as opiniões dos especialistas entrevistados:

- "Introduzir a cultura empreendedora desde a educação infantil. Ensinar o jovem a lidar com o risco."
- "Sensibilizar as universidades, com programas de estímulo ao empreendedorismo, facilitando essas iniciativas, aproveitando mais a Lei da Inovação, através do NIT – Núcleo da Inovação Tecnológica."
- "Educação mais voltada ao empreendedorismo, com fortalecimento

¹¹ Para maiores detalhes, acessar http://www.mpedata.com

- da base para começar a capacitar e qualificar o cidadão nessa direção."
- "Estímulo ao desenvolvimento do comportamento e de habilidades empreendedoras desde o início da vida escolar, e investimento em instituições de apoio a empresas nascentes."
- "Capacitação de empresas e empreendedores para planejamento de seu negócio (plano de negócios)."
- "Melhorar a educação geral da população, desde o ensino básico até o superior."
- "O imediatismo atrapalha. É importante que as pessoas tenham ciência de que o retorno em negócios vêm aos poucos e os projetos são de longo prazo. Esse conceito deve ser passado ao empreendedor."

A relação entre política governamental e ensino de qualidade é importante na eliminação da pobreza. A compilação dos resultados da pesquisa GEM 2011 apontados como limitantes pelos especialistas evidenciou a diferença existente entre os investimentos e a qualidade destinada ao ensino básico e ao ensino superior no Brasil. Com uma educação básica e serviços de saúde melhores há um aumento no potencial do indivíduo de auferir renda e de, assim, livrar-se da pobreza. Quanto mais inclusivo for o alcance da educação básica, maior será a probabilidade de superação da pobreza.

O processo de desenvolvimento econômico supõe que ajustes institucionais, fiscais e jurídicos são necessários, incentivos para inovação e investimento, assim como fornecer condições para um sistema eficiente de produção e distribuição de bens e serviços à população.

5.3 Recomendações para o quesito Infra Estrutura Comercial e Profissional

Os especialistas entrevistados fizeram as seguintes recomendações para Infraestrutura Comercial e Profissional:

 "Criar agenda de incentivos para fortalecimento de Parques e Incubadoras. Integrar ações e induzir parcerias público-privadas."

- "Criar uma estrutura que mostre, que informe a população sobre a existência, abordagem e benefícios do microcrédito."
- "Criareincentivarousodeinstrumentos de gestão focada no planejamento e aspectos tributários, principalmente para pequenas e médias empresas, mas com métodos simplificados. Hoje em dia há o SIMPLES para as pequenas empresas, mas não há qualquer incentivo para empresas de médio porte. As pequenas empresas não querem deixar de ser pequenas por causa da burocracia e altos impostos. Mas há mecanismos de incentivo às empresas para crescer."
- "Do ponto de vista do empreendedor, é aumentar o conhecimento e estar alerta para desenvolver o empreendedorismo através de oportunidades (níveis municipal, estadual e federal) e as informações disponíveis nos programas e instituições (SEBRAE, instituições governamentais e financeiras)."
- "Investimento na formação de uma matriz de transportes e de estrutura de apoio logístico racional e compatível com o território brasileiro."
- "Mais acesso à informação. É importante ampliar o acesso, especialmente quanto a dados e informações relativas ao empreendedorismo."
- "A informação tem que ser massificada, e os canais de divulgação de informação precisam ser bem desenvolvidos."
- "Melhorar os canais de comunicação entre os programas governamentais e as empresas, fornecendo o maior volume possível de informações para os empreendedores."

5.4 Recomendações para o quesito Normas Culturais e Sociais

Os especialistas entrevistados fizeram as seguintes recomendações para Normas Culturais e Sociais:

- "Redução da heterogeneidade cultural, produtividade, capacidade de ter setores preparados para lidar com a inovação, em toda cadeia produtiva."
- "Prestar atenção à inovação. A pensar diferente. Para fazer diferente. Hoje em dia as inovações são um aspecto muito importante para o empreendedorismo."
- "Disseminar a cultura empreendedora por meio de exemplos de casos de sucesso."
- "Criar negócios / algo que faça parte da sua vida ... o seu sonho ..."
- "Não abrir novos negócios buscando apenas lucro, você deve pensar que ele virá como consequência ..."
- "A cultura empresarial deve ser melhorada, mas eu sei que isso leva algum tempo. Enquanto isso, podemos fazer e aprender ao mesmo tempo."
- "Apesar de os empreendedores terem boa atitude quanto ao empreendedorismo no Brasil é preciso que a cultura empreendedora permaneça acesa, que evoluam na gestão de seus negócios e não desistam – persistam nas boas ideias."

5.5 Recomendações para o quesito Apoio Financeiro

Este quesito foi apontado como o maior limitante na média dos países participantes da pesquisa GEM em 2011. No Brasil, as recomendações versam nas questões referentes à criação de linhas crédito específicas para o empreendedorismo, mesmo com as altas taxas de juros reais praticadas no Brasil, e na criação de mais editais específicos para subvenção econômica para empresas em estágio inicial. As principais recomendações encontram-se a seguir:

- "Melhorar o uso das fontes disponíveis de recursos, já que fontes de financiamentos, de credito, existem, mas são pouco utilizadas."
- "Facilitar o acesso ao crédito para as médias e pequenas empresas."

- "O sistema financeiro privado poderia criar pacotes de crédito ao empreendedorismo baseados no cronograma previsto em plano do negócio, como é feito no caso de financiamento a obras prediais na planta."
- "Simplificar o acesso ao crédito, com menos documentações e melhores garantias, com uma análise econômicofinanceira do projeto podendo servir como garantia para empréstimos."



6

TÓPICO ESPECIAL - INTRAEMPREENDEDORISMO

TÓPICO ESPECIAL -INTRAEMPREENDEDORISMO

Neste ano, o tópico especial é dedicado ao Intraempreendedorismo, o qual merece especial atenção por parte dos pesquisadores, tendo importância vital para o desenvolvimento social e econômico dos países. O intraempreendedorismo é definido como o empreendedorismo dentro de uma estrutura empresarial existente. Um meio de estimular e capitalizar os indivíduos em uma organização em que acham que algo pode ser feito de modo diferente e melhor (HISRICH E PETERS, 2004).

Para que o intraempreendedorismo possa se estabelecer dentro de uma organização, é necessário que as empresas criem um ambiente favorável, com um sistema de apoio a novas ideias e que estimule as pessoas a empreender. Ocorre que a cultura corporativa, com seus sistemas de compensações e estímulos tradicionais, difere significativamente da cultura intraempreendedora, não sendo possível a

oportunidade surge quando há melhora nas condições relacionadas à infraestrutura e geração de riqueza nos países. As empresas criadas por oportunidade possuem maiores aspirações de crescimento, inovação e internacionalização, e se fundamentam nas instituições econômicas e financeiras criadas nas fases anteriores de desenvolvimento do empreendedorismo (KELLEY, BOSMA E AMORÓS, 2010).

intraempreendedor aquele que tem um papel de liderança na criação e desenvolvimento de novas atividades que geram valor para as organizações em que trabalham. São pessoas que acreditam fortementenoseutalentoequedesejamassumir responsabilidades e ter maior liberdade de atuação dentro da cultura organizacional tradicional. A frustração dentro da cultura corporativa tradicional é inevitável e pode fazer com que se tornem menos produtivos ou procurem auto-realização em outro lugar ou abrindo sua própria empresa como empreendedores iniciais. Por este motivo, o intraempreendedorismo acontece, na grande maioria dos casos, por oportunidade.

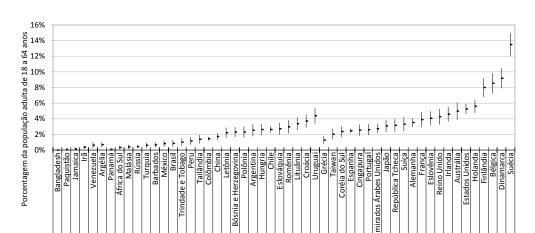


Figura 6.1 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo a fase de desenvolvimento econômico, mostrando 95% de intervalo de confiança – Grupo de Países – 2011

Fonte: GEM 2011

utilização dos parâmetros corporativos para aferição dos resultados obtidos por meio da atividade intraempreendedora.

As fases de desenvolvimento do empreendedorismo nos países pesquisados demonstram que o empreendedorismo por Fato é que quanto maior o grau de desenvolvimento dos países, maior seu índice de Atividade Empreendedora de Empregados (EEA), como mostra o Quadro 6.1 e a Figura 6.1. O EEA é o correspondente da TEA para o intraempreendedorismo

e é calculado dividindo-se o número de intraempreendedores pelo número total de entrevistados.

Nesse contexto, a Suécia aparece como país com maior nível de EEA do mundo, com taxa de 13,50% dos empregados envolvidos com atividades empreendedoras, valor consideravelmente superior à média dos países impulsionados pela inovação, que é de 4,59%. Dentre os participantes da pesquisa, a Grécia aparece como o país com menor taxa de EEA, com apenas 1,27% dos empregados envolvidos com atividades empreendedoras.

onde o investimento em P&D (pesquisa e desenvolvimento) é alto, se a empresa não tiver políticas claras para o aproveitamento dos projetos dos empregados, estes acabam por se frustrar e podem deixar as empresas para tentar empreender por conta própria. Este foi, inclusive, um dos pilares que acabou gerando a inovação aberta¹², tão discutida nos dias de hoje.

A seguir serão analisados outros elementos da EEA no Brasil, com o objetivo de identificar suas características e traçar um perfil do intraempreendedorismo brasileiro.

Quadro 6.1 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) – Grupo de Países – 2011

			Grupos de Países								
Estágio			dos os Países (52 países)	Impulsionados por fatores (6 países)		ores Impulsionados pela eficiência (24 países)		Impulsionados pela inovação (22 países)			
		Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País	Taxa	País		
	Mais alta	13,50	Suécia	0,70	Argélia	4,39	Uruguai	13,50	Suécia		
55.4	Média	2,80		0,32		1,78		4,59			
EEA	Mais baixa	0	Bangladesh	0	Bangladesh	0,09	Panamá	1,27	Grécia		
	Brasil	0,84	39º			0,84	179				

Fonte: GEM 2011

No outro extremo, Bangladesh não possui qualquer atividade intraempreendedora com taxa de 0 %. Bangladesh pertence aos países do grupo-fator, que possuem média de 0,32% e têm na Argélia o país com maior EEA (apenas 0,70%).

O Brasil aparece na 39ª posição entre os países pesquisados, com taxa de 0,84% de atividade empreendedora de seus empregados, e na 17ª posição entre 24 países integrantes do grupo-eficiência. A média desse grupo é de 1,78% e tem o Uruguai como o país com maior taxa de EEA, com 4,39%.

Como os países do grupo-fator ainda têm problemas relacionados à infraestrutura, a atividade intraempreendedora em geral é prejudicada. Nesse sentido, avançando-se no grau de desenvolvimento dos países, observase um aumento do nível de EEA. Isto ocorre porque sendo a Pesquisa e Desenvolvimento a força-motriz das empresas dos países do grupo-inovação, o estímulo à criação de novas tecnologias, novos produtos e serviços é essencial para o crescimento das empresas, que podem se capitalizar nas ideias de seus empregados. Assim, em ambientes

6.1 Intraempreendedorismo por gênero

O resultado da análise dos dados do GEM 2011 sobre Atividade Empreendedora de Empregados segundo o gênero no Brasil, conforme consta no Quadro 6.2, evidencia um desequilíbrio entre a atividade masculina e feminina. Em 2011, os homens representam 64,70% dos empregados empreendedores, contra 35,30% de mulheres. Esse dado contrasta com os dados sobre os empreendedores iniciais no Brasil, que sempre apresentaram

Quadro 6.2 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo o Gênero – Brasil – 2011

Gênero	EEA
Genero	Prop. (%)
Masculino	64,70
Feminino	35,30

Fonte: GEM Brasil 2011

¹² Até os anos 90, a inovação nas empresas era eminentemente fechada, ou seja, toda a inovação era produzida dentro da empresa, em geral em suas áreas de P&D – Pesquisa e Desenvolvimento. A partir dos anos 2000, a inovação começou a se expandir para fora da empresa, por meio do estabelecimento de parcerias com universidades, institutos de pesquisa, outras empresas, fornecedores e até mesmo clientes. Esse fenômeno foi denominado de inovação aberta por Henry Chesbrough, professor da universidade de Berkeley.

um equilíbrio histórico entre gêneros, com média de 52,8% de homens e 47,2% de mulheres entre 2002 e 2011.

A tendência identificada no relatório GEM 2010 no sentido de que as mulheres no Brasil empreendem por necessidade ao buscarem alternativas de negócios para complementar a renda familiar, corrobora com o contraste identificado e explica em parte a grande presença de mulheres como empreendedoras iniciais. A busca do sustento da família num país direcionado pela eficiência, como o Brasil, ainda convive com predominância de homens em cargos de chefia e liderança nas empresas, crescente e gradual inserção das mulheres no mercado de trabalho e diferenças de salário, fatores que contribuem para que o nível de EEA masculino seja superior ao feminino em quase 30 pontos percentuais. Assim, a maior freqüência de homens em posições estratégicas dentro das empresas faz com que haja mais oportunidades para o desenvolvimento do intraempreendedorismo, o que explica a diferença entre os gêneros identificados pela pesquisa GEM 2011.

6.2 Intraempreendedorismo por faixa etária

O Quadro 6.3 apresenta a distribuição da Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) por faixa etária. Nele é possível notar expressiva concentração de EEA na faixa de 25-34 anos, o que evidencia a existência de maior atividade intra-empreendedora entre os adultos jovens, mais afeitos ao risco e ainda sem as pressões e exigências relacionadas à família e moradia. Em conjunto com a faixa dos 35-44 anos, as duas faixas concentram 82,30% de toda a EEA do Brasil, dado que contrasta mais uma vez com a taxa de empreendedores iniciais, na qual se observa maior equilíbrio entre as faixas etárias (ver Quadro 3.9)

Constatou-se ausência de EEA entre os brasileiros com idade entre 55-64 anos, fato que pode ser explicado pelo fato das pessoas nessa faixa estarem mais próximos de seus projetos de aposentadoria. O baixo nível de empreendedorismo na faixa dos 55-64 anos ocorre tanto para a EEA quando para os empreendedores iniciais, que possui média histórica entre os anos de 2002 a 2011 de 6,39% (ver Quadro 3.9).

Quadro 6.3 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo a Faixa Etária — Brasil — 2011

Faixa Etária	EEA
Faixa Etalla	Prop. (%)
18-34 anos	11,80
25-34 anos	52,90
35-44 anos	29,40
45-54 anos	5,90
55-64 anos	0,00
55 6 1 41165	0,00

Fonte: GEM Brasil 2011

Comparando-se a EEA por faixa etária com a taxa de empreendedores iniciais no Brasil, a concentração da EEA na faixa etária de 25-34 e de 35-44 salta aos olhos e é resultado da própria essência do intraempreendedorismo, que é estabelecido pelas regras das empresas que as põe em prática e dentro de seus sistemas institucionalizados. De fato, o nível de EEA na faixa etária de 18-34 anos, 11,80%, é relativamente menor que a proporção no caso de empreendedores iniciais em 2011 (19,54%), talvez pelo fato das empresas serem mais conservadoras em seus planos de investimento e darem menos chances aos mais jovens para empreenderem.

Esse fenômeno explica o motivo da concentração de 82,30% da EEA na faixa dos 25-34 anos (52,90%) e dos 35-44 anos (29,40%), pois é nessa faixa etária que os candidatos a intraempreendedores conseguem reunir as características inerentes aos empreendedores de sucesso com o conhecimento e experiência necessários para obterem o apoio dos *stakeholders* para a empreitada.

6.3 Intraempreendedorismo por faixa de renda

O Quadro 6.4 mostra a EEA segundo a faixa de renda, pelo qual percebe-se que a EEA brasileira concentra-se entre os brasileiros que ganham menos de 3 salários mínimos, que reúne 41,18% da atividade intraempreendedora do país. A faixa de renda entre 3 a 6 salários concentra 29,41% da atividade intraempreendedora do Brasil, seguida por 5,88% nas faixas acima de 6 a 9 e acima de 9 a 12 salários mínimos. A faixa com maior renda, das pessoas que ganham acima de 12 salários mínimos, apresenta taxa de EEA de 17,65%.

Em parte, os baixos níveis de EEA nas faixas intermediárias se devem ao fato das pessoas nessas faixas considerarem-

se detentoras de empregos estáveis e razoavelmente bons, fator de desestímulo ao empreendedorismo em geral. Importante a ressalva de que o empreendedor é uma pessoa com características próprias e que nem todas as pessoas, em especial as que possuem emprego estável, possuem o perfil e a motivação necessárias para empreender.

Há uma aparente contradição entre a EEA segundo o nível de escolaridade e a renda das pessoas no Brasil, dado que há evidências teóricas no sentido de que a renda é diretamente proporcional ao nível de escolaridade das pessoas. Ou seja, as pessoas com renda nos patamares inferiores, menos de 3 salários mínimos (41,18%) e de 3 a 6 salários mínimos (29,41%) deveriam representar pessoas com baixo nível de escolaridade, mas essas por suas vez apresentam taxas zero de EEA.

Pessoas com bons níveis escolaridade, mas que têm baixos salários, acabam por se engajar em atividades empreendedores dentro das empresas nas quais trabalham. Talvez por exercerem atividades baixa complexidade receberem salários compatíveis com tais funções, os intraempreendedores brasileiros buscam oportunidades dentro do ambiente empresarial, capaz de financiar e auxiliar a consolidar as ambições empreendedoras que seriam incapazes de perseguir com a utilização de recursos próprios ou de terceiros.

Outro aspecto relevante é a correlação existente entre a EEA dos que recebem rendimentos acima de 12 salários mínimos e as pessoas que possuem mais de 11 anos de estudo, pois a gênese desses elementos é um dos fatores essenciais para a criação de desenvolvimento de empresas com viés tecnológico e inovador, com uma maior tendência ao crescimento, à inovação e à internacionalização. A continuidade da obtenção dos dados referentes à EEA no Brasil

Quadro 6.4 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo a Faixa de Renda – Brasil – 2011

Faixa de renda	EEA
(salários mínimos)	Prop. (%)
Menos de 3	41,18
de 3 a 6	29,41
acima de 6 a 9	5,88
acima de 9 a 12	5,88
acima de 12	17,65
5 · 05140 · 12044	

Fonte: GEM Brasil 2011

e no mundo é vital para que a correlação anteriormente exposta possa ser validada, ressaltando mais uma vez a importância do papel da educação no desenvolvimento dos países e em especial do Brasil.

6.4 Intraempreendedorismo por escolaridade

No Quadro 6.5 fica clara a correlação entre o nível de escolaridade dos brasileiros e as taxas de EEA, sendo que 53% dos intraempreendedores brasileiros possuem mais de 11 anos de estudo e 47% possuem de 5 a 11 anos de estudo. De fato, empreendedorismo por oportunidade em sua essência, o intraempreendedorismo necessita de pessoas qualificadas e de uma cultura organizacional que estimule e incentive a atividade empreendedora de seus empregados, características relacionadas a ambientes de maior nível de escolaridade.

Quadro 6.5 - Atividade Empreendedora de Empregados (EEA) segundo o nível de escolaridade – Brasil – 2011

Nivel de Escolaridade	EEA
Nivel de Escolaridade	Prop. (%)
Nenhuma Educação Formal	0
1 a 4 anos de estudo	0
5 a 11 anos de estudo	47,00
Mais de 11 anos de estudo	53,00

Fonte: GEM Brasil 2011

Não obstante, é possível afirmar que a concentração da EEA entre os brasileiros com mais de 11 anos de estudos deve-se ao fato de que as estruturas organizacionais são baseadas em modelos tradicionais de análise de oportunidade e de risco, bem como são as pessoas com mais estudos que possuem maior potencial para a inovação e o desenvolvimento de atividades que geram valor às empresas existentes.



REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

BARON,R.A.,SHANE,S.A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BOSMA, N.; WENNEKERS, S.; AMORÓS, J.E. GEM – Global Entrepreneurship Monitor – 2011 Global Report, 2011, 100 f.

BYGRAVE, W. D. The Entrepreneurial Process. In Bygrave, W. D. & Zacharakis, A. The Portable MBA in Entrepreneurship. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2004.

DE BRUIN, A.; BRUSH, A.: WELTER, F. Introduction to special issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 30 (58), 2006.

DUARTE, E.C.V.G.; SCHEER, S.; CASSAPO, F.M.; DELLAMEA, R. Empreendedorismo e inovação sustentável nas empresas de tecnologia de informação: uma geração de riquezas e transformação de conhecimentos. CURITIBA/PR: Imprensa Universitária UFPR p. 150.

FERNANDES, R.J.R. Indicadores de Desempenho para Pequenas e Médias Empresas. Dissertação de Mestrado apresentada à FGV-EAESP, 2010. 82 f.

GATEWOOD, E.J. ET AL. Women Entrepreneurs, their ventures, and the venture capital industry. ESBRI. Estocolmo, Finlândia.

GATHENYA, J.W.; BWISA, H.M.; KIHORO, J.M. Interaction Between Women Entrepreneurs' Age and Education on Business. International Journal of Business and Social Science. Vol. 2, 15. 2011.

GUPTA, V.K. ET AL. The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. Entrepreneurship Theory and Practice, 39. 2009.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2009. Disponível em http://www.generoracaetnia.org.br/noticias/item/303-um-olhar-de-g%C3%AAnero-na-pnad/2009. html. Acesso em Fevereiro de 2012.

KELLEY,D.; BOSMA,N.; AMORÓS,J.E. GEM – Global Entrepreneurship Monitor – 2010 Global Report, 2010, 83 f.

KOELLINGER, P. Why are some entrepreneurs more innovative than others? Small Business Economics, 31. 2008.

NATIVIDADE, D.R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. In: Revista de Administração Pública, Vol.43 n.1 Rio de Janeiro Jan./Feb. 2009. Disponível em http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011. Acesso em 23.01.2012

SEGNINI, L.R.P. Aspectos culturais nas relações de gênero e a questão da produtividade em tempos de trabalho flexível e qualidade total. In: Cultura organizacional e cultura brasileira. São Paulo: Atlas, 1997.

WADHWA, V.; FREEMAN, R.; RISSING, B. Education and Tech Entrepreneurship. Kauffman Foundation of Entrepreneurship. Kansas City. 2008



APÊNDICE 1 - CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

APÊNDICE 1 – CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

A.1 Introdução

O programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a London Business School, da Inglaterra, e Babson College, dos Estados Unidos. Em 13 anos, mais de 80 países participaram do projeto. Atualmente, o GEM é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora no mundo.

Em 2005, as equipes nacionais do GEM formaram um consórcio, se uniram à London Business School e ao Babson College e estabeleceram uma empresa independente sem fins lucrativos, chamada Global Entrepreneurship Research Association (GERA), para coordenar e controlar as operações do GEM.

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

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

Os resultados do GEM incluem comparações globais, relatórios nacionais e tópicos especiais baseados no ciclo de coleta de dados anual. O material pode ser baixado do website do GEM. Mais de 300 acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do projeto e, como membros do consórcio, têm acesso à programação de entrevistas, procedimentos de coleta de dados e outros detalhes para análises sistemáticas.

A.2 O objetivo do GEM

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

Resumindo, o GEM está centrado em três objetivos:

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

A.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM

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

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

A.4 Público-alvo

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

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

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

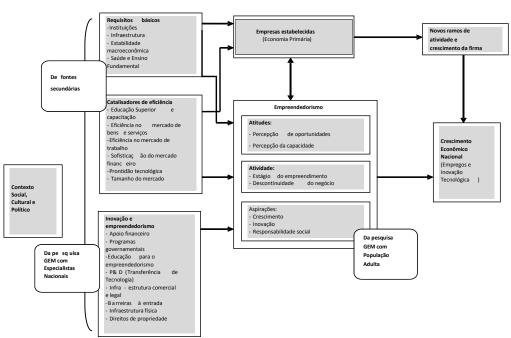
Por fim, os próprios empreendedores que, ao observarem como se posicionam em relação a seus parceiros e competidores, internos e externos, podem planejar suas ações futuras e explorar com mais propriedade as oportunidades econômicas disponíveis a cada ano.

Figura A1.1 - O modelo GEM

A.5 O modelo GEM

O modelo GEM aceita a natureza multifacetada do empreendedorismo. É reconhecido que uma série de condições ambientais afeta três componentes principais do empreendedorismo – atitudes, atividades e aspirações, e que essa combinação dinâmica produz uma nova atividade, econômica e socialmente importante, gerando empregos e riqueza.

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



A.6 Classificação dos países participantes da pesquisa

Nos primeiros relatórios do GEM, eram incluídos apenas os países de alta renda. Gradativamente, o número de países participantes da pesquisa foi sendo ampliado. Estes países variam muito em termos de desenvolvimento econômico. partir de 2008, como auxílio para apresentação dos resultados, os países passam a ser classificados em três categorias¹³: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, doravante tratadas aqui como países impulsionados por fatores, acompanhando a nomenclatura reconhecida internacionalmente; (ii) economias orientadas para a eficiência e a produção industrial em escala, que se configuram como os principais motores de desenvolvimento, doravante denominados países impulsionados pela

eficiência, (iii) economias baseada na inovação ou simplesmente países impulsionados pela inovação (SCHWAB, 2009).

A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas

O processo empreendedor

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

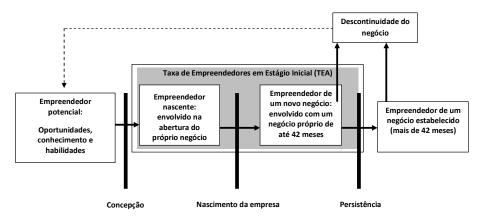


Figura A1.2 - O processo empreendedor

¹³ Essa classificação coincide com a utilizada no Relatório de Competitividade Global do Forum Econômico Mundial (Schwab, 2009).

<u>Indicadores e taxas</u>

O quadro A1.1 contém definições específicas dos indicadores de atitudes, atividades e

aspirações empreendedoras utilizados no presente relatório.

Quadro A1.1 – Terminologias e principais medidas do GEM

Medida	Descrição
Atitudes e percepções empreendedoras	
Conhecimento de empreendedores	% da população (18 – 64 anos) que afirma conhecer alguém que iniciou um novo negócio nos últimos 2 anos
Percepção de oportunidades	% da população (18 – 64 anos) que identifica boas oportunidades de iniciar um negócio na localidade em que vive.
Percepção de capacidades	% da população (18 – 64 anos) que acredita ter as habilidades e conhecimentos necessários para iniciar um negócio.
Medo do fracasso	% da população (18 – 64 anos) que afirma que o medo de fracassar impediria de montar um negócio.
Empreendedorismo como escolha de carreira aceitável	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país a maioria das pessoas considera ser empreendedor uma alternativa desejável de carreira.
Status / valorização social do empreendedorismo	% da população $(18-64 \text{ anos})$ que concorda que em seu país, empreendedores de sucesso possuem elevado status perante a sociedade
Atenção da mídia para o empreendedorismo	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país, são vistas na mídia em geral histórias (e estórias) sobre o sucesso de novos negócios e empreendedores.
Atividade Empreendedora	
Taxa de empreendedores nascentes	% da população (18 – 64 anos) que está ativamente envolvida na estruturação de um negócio do qual será proprietário. Esse negócio ainda não pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de três meses.
Taxa de empreendedores novos	% da população (18 – 64 anos) que administra um novo negócio do qual é proprietário, negócio este que pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de três e menos de 42 meses.
Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA)	% da população (18 – 64 anos) que é empreendedor nascente ou novo (cf. definição acima)
Taxa de empreendedores estabelecidos	% da população (18 – 64 anos) que administra e é proprietário de um negócio estabelecido, negócio este que pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de 42 meses.
Empreendedores por necessidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho;
	Proporção – % de empreendedores em estágio inicial que estão envolvidos com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho
Empreendedores por oportunidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho e sim por ter identificado uma oportunidade de negócio que desejou perseguir;
	Proporção – % de empreendedores em estágio inicial que estão envolvidos com empreendedorismo por oportunidade (conforme descrito acima)
Aspirações Empreendedoras	
Expectativa de geração de empregos	Proporção de empreendedores que pretende gerar X empregos em determinado período de tempo
Novidade do produto	Proporção de empreendedores que indicam que seus produtos e serviços serão considerados novos para pelo menos alguns de seus clientes E afirmam não haver muitos concorrentes oferecendo o mesmo produto ou serviço na sua localidade de atuação.
Adoção de novas tecnologias	Proporção de empreendedores que adotam tecnologias disponíveis a menos de cinco anos no mercado
Orientação internacional	Proporção de empreendedores com clientes de outros países

A.8 Condições que afetam o empreendedorismo

As condições que afetam o empreendedorismo (EFC – Entrepreneurship Framework Conditions) refletem as principais características socioeconômicas de um país que impactam na dinâmica de criação de novos negócios. O modelo GEM sustenta que, em âmbito nacional, as condições para o desenvolvimento de atividades empresariais estabelecidas são diferentes das que se aplicam para o desenvolvimento da dinâmica de criação de novos negócios. Por certo as condições necessárias ao empreendedorismo em países impulsionados por fatores e pela eficiência diferem das requeridas em países impulsionados pela inovação. A metodologia GEM permite análises em todas as perspectivas, dada a amplitude conceitual e operacional das EFCs (quadro A1.2).

Quadro A1.2 – Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo do GEM

EFC 1: Apoio Financeiro

Avalia a disponibilidade de recursos financeiros (ações, capital de giro etc.) para a criação de negócios ou sua sobrevivência, incluindo doações e subsídios. Essa dimensão também examina os tipos e a qualidade do apoio financeiro (formas de participação, capital inicial e de giro) e o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo.

EFC 2: Políticas Governamentais

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

EFC 2.1: Avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral.

EFC 2.2: Trata da regulamentação.

EFC 3: Programas Governamentais

Avalia a presença de programas diretos para auxiliar novos negócios, em todos os níveis de governo – nacional, regional e municipal. Essa dimensão também examina a acessibilidade e a qualidade dos programas governamentais, a disponibilidade e a qualidade dos recursos humanos de órgãos governamentais, bem como a habilidade destes em gerenciarem programas especificamente voltados ao empreendedor e a efetividade dos programas.

EFC 4: Educação e Capacitação

Avalia até que ponto a capacitação para a criação ou gerenciamento de novos negócios é incorporada aos sistemas educacionais formais e de capacitação em todos os níveis (ensinos fundamental, médio, superior e profissionalizante e cursos de pós-graduação, além de cursos especificamente voltados a empreendedorismo/negócios). Essa dimensão também examina a qualidade, a relevância e a profundidade da educação e dos programas de capacitação voltados à criação ou ao gerenciamento de novos negócios, a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e à criatividade, a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo, a experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.

EFC 4.1: Trata do Ensino Fundamental e Médio.

EFC 4.2: Aborda o Ensino superior.

EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)

Avalia em que medida Pesquisa e Desenvolvimento levam a novas oportunidades empresariais e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas.

EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional

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

EFC 7: Acesso ao Mercado e 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), as políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.), a estrutura do mercado (facilidade de entrada, dominação por parte de algumas empresas, vantagens para propaganda, competição de preços etc.) e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.

EFC 7.1: Avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro.

EFC 7.2: Avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes.

EFC 8: Acesso à Infraestrutura 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; áreas e espaços; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.

EFC 9: 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; as atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; os efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; a valorização do empreendedor; a influência dos comportamentos e atitudes determinados pela cultura e pela sociedade no que se refere à posição da mulher na sociedade, a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.

A.9 Coleta de Dados

São três as atividades principais de coleta de dados utilizadas na busca por informações sobre a atividade empreendedora nacional: entrevistas com a população adulta, pesquisa com especialistas nacionais mediante entrevistas e aplicação de questionários e

agrupamento de medidas provenientes de fontes de dados secundários de vários países.

Neste ano, o GEM internacional inclui 54 países. O quadro A1.3 apresenta uma visão geral da evolução da participação dos países na pesquisa desde 2001.

Quadro A1.3 – Países participantes do GEM de 2001 A 2011

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM										
raises raiticipantes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
África do Sul											
Alemanha											
Angola											
Arábia Saudita											
Argélia											
Argentina											
Austrália											
Áustria											
Bangladesh											
Barbados											
Bélgica											
Bolívia											
Bósnia e Herzegovina											
Brasil											
Canadá											
Cazaquistão											
Chile											
China											
Cingapura											
Cisjordânia e Faixa de Gaza											
Colômbia											
Coréia do Sul											
Costa Rica											
Croácia											
Dinamarca											
Egito											
Emirados Árabes Unidos											
Equador											
Eslováquia											
Eslovênia											
Espanha											
Estados Unidos											
Filipinas											
Finlândia											
França											
Gana											
Grécia											
Guatemala											
Holanda											
Hong Kong											
Hungria											
lêmen											
Índia											
Indonésia											
Irã											

	Ano da pesquisa GEM										
Países Participantes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Irlanda											
Islândia											
Israel											
Itália											
Jamaica											
Japão											
Jordânia											
Letônia											
Líbano											
Lituânia											
Macedônia											
Malásia											
Marrocos											
México											
Montenegro											
Noruega											
Nova Zelândia											
Panamá											
Paquistão											
Peru											
Polônia											
Porto Rico											
Portugal											
Reino Unido											
República Dominicana											
República Tcheca											
Romênia											
Rússia											
Sérvia											
Shenzhen											
Síria											
Suécia											
Suíça											
Tailândia											
Taiwan											
Tonga											
Trinidad e Tobago											
Tunísia											
Turquia											
Uganda											
Uruguai											
Vanuatu											
Venezuela											
Zâmbia											

Pesquisa com população adulta

Para avaliar o nível da atividade empreendedora de cada país, são entrevistados membros da população adulta (18 a 64 anos), selecionados por meio de amostra probabilística, de cada país participante. Esse procedimento constitui o aspecto mais complexo, caro e visível da atividade de coleta de dados e proporciona estimativas diretas da participação das populações na dinâmica de criação de novos negócios (as taxas de empreendedorismo). Os empreendedores identificados são classificados conforme seu estágio, sua motivação para empreender e suas características demográficas.

Em 2011, foram entrevistados no Brasil 2.000 adultos de 18 a 64 anos, selecionados conforme procedimentos que garantem a representatividade destes na população brasileira Quadro A1.4.

- casa é entrevistada, as duas mais próximas serão saltadas;
- dentro de cada domicílio, seleciona-se um morador para ser entrevistado. Aquele cuja data de aniversário estiver mais próxima será o escolhido.

Pesquisa com especialistas nacionais

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

O principal instrumento de coleta é um questionário composto por aproximadamente

Quadro A1.4 – Resumo do plano amostral da pesquisa com população	
adulta – GEM Brasil – 2011	

Região	Amostra	Número de Estados	Número de cidades		les
		Litudos	Grande	Média	Pequena
Sul	300	2	2	2	2
Sudeste	850	3	3	3	3
Nordeste	570	2	2	2	2
Norte	140	1	1	1	1
Centro-Oeste	140	1	1	1	1
Total	2000	9	9	9	9

Fonte: GEM Brasil 2011

Os procedimentos utilizados para as entrevistas face a face com a população adulta foram os seguintes:

- seleção intencional dos Estados;
- seleção das cidades em cada Estado, seguindo dois critérios: tamanho da população (uma cidade grande, uma média e uma pequena) e equidistância entre as cidades;
- dentro de cada cidade, são definidos blocos que são numerados e sorteados aqueles onde será realizado o trabalho de campo;
- todos os domicílios do bloco são numerados, e se faz um novo sorteio para seleção do ponto de começo das entrevistas; se uma

100 questões sobre as condições que favorecem ou dificultam a dinâmica empreendedora no país (EFCs), utilizando uma escala Likert¹⁴ de cinco posições, numa progressão que vai do mais falso (1) ao mais verdadeiro (5).

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

No Brasil, em 2011, foramentre vistados 36 especialistas.

¹⁴ Uma escala Likert, proposta por Rensis Likert em 1932, é uma escala em que os respondentes são solicitados não só a concordarem ou discordarem das afirmações, mas também a informarem qual o seu grau de concordância/discordância. A cada célula de resposta, é atribuído um número que reflete a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação (MATTAR, 1997).

Pesquisa em fontes secundárias

Buscam-se dados secundários no intuito de contextualizar os resultados e as análises desenvolvidas, fundamentando, refutando ou relativizando conclusões com base em fontes padronizadas. Essas fontes são de origem internacional e nacional e relacionam-se às diversas dimensões econômicas, sociais, culturais, demográficas, políticas, institucionais e outras constituem o pano de fundo de qualquer acontecimento da vida dos países. São abordados aspectos como: competitividade, tamanho da economia, qualidade de vida da população, qualidade e alcance do sistema educacional, políticas e programas governamentais, qualidade da infraestrutura (comunicações, transporte, serviços, entre pesquisa desenvolvimento outros), e

destacam-se: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), entre outras.

A.10 Processamento e tratamento dos dados

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

O tratamento, a tabulação e a análise

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

Os dados do GEM são obtidos por meio de uma pesquisa padronizada para todos os países participantes. Apesar de iniciativas recentes da Eurostat, OCDE e Banco Mundial, a padronização do processo de registro de novos negócios ainda não foi conseguida. Apenas os dados do GEM permitem uma comparação confiável entre países. A robustez da metodologia GEM é testada pela estabilidade observada nas comparações ano a ano no nível dos países.

O desenho amostral da pesquisa GEM implica incerteza nos resultados agregados (no nível dos países). Isso é reconhecido ao serem publicados os intervalos de confiança das taxas de empreendedorismo obtidas. Os dados de registros de negócios são "dados de freqüência" e, portanto, não requerem intervalos de confiança. Entretanto, a extensão das imprecisões dos registros em muitos países não é clara. Por exemplo, alguns negócios podem não ser (ou não precisam ser) registrados, enquanto outros devem ser registrados apenas por razões tributárias sem que a atividade empreendedora se estabeleca. A extensão na qual isso acontece varia grandemente entre os países.

O GEM acompanha pessoas que estão em processo de estabelecimento de um negócio (empreendedor nascente), bem como pessoas que possuem ou gerenciam um negócio em funcionamento. Esses também incluem freelancers ou outros empreendedores que não precisam ser registrados. O GEM também mede atitudes e auto-percepções sobre empreendedorismo. O entendimento sobre as fases iniciais do processo de criação de empreendimentos e sobre o espírito empreendedor são muito relevantes para os formuladores de políticas.

O GEM não trata apenas da contagem do número de negócios e do fornecimento de taxas de empreendedorismo. Ele é sobre a mensuração do espírito empreendedor e sobre a atividade empreendedora em diferentes fases da existência dos negócios. Portanto, os dados do GEM podem não ser a melhor fonte para obtenção de informações sobre características básicas no nível da empresa. Por exemplo, para determinar a distribuição das firmas existentes pelos setores de atividade, os dados de registros comerciais são preferíveis aos dados do GEM (com possível exceção para os países com grande número de respondentes, como Espanha e Reino Unido).

Algumas características dos negócios que geralmente não estão disponíveis nos dados de registro comercial podem ser derivadas do GEM. Exemplos são: motivação para estar auto-empregado, o grau de inovação da atividade e expectativa de crescimento. Entretanto, essas características deveriam ser sempre derivadas de uma amostra adequada; para que alguém a atinja, pode ser necessário fundir as amostras do GEM de vários anos. No Apêndice do Relatório Global do GEM 2005, as medidas foram derivadas dos dados GEM de modo que esses refletissem, tanto quanto possível, as definições de taxa de auto-emprego e taxa de abertura de negócios como publicadas por OCDE e Eurostat. As taxas baseadas nos dados GEM aparentemente são bastante compatíveis com as taxas obtidas a partir dos dados de registro comercial. Todavia, é necessário estar atento ao fato de que os dados GEM são diferentes.

FONTE: GEM 2007 - Executive Report

tecnológico e empreendedorismo.

Em âmbito internacional, os dados são obtidos, principalmente, do Banco Mundial, do Fundo Monetário Internacional e da Organização das Nações Unidas (ONU). Entre as fontes específicas de dados sobre o Brasil,

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



APÊNDICE 2 – PRINCIPAIS DADOS E TAXAS

Quadro A2.1 - Taxa de atividade empreendedora segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	Empreendedores Iniciais (TEA)	Empreendedores Nascentes	Empreendedores Novos	Empreendedores Estabelecidos
Economia impulsionada por fatores				
Argélia	9,26	5,34	4,02	3,09
Bangladesh	12,77	7,08	7,07	11,60
Guatemala	19,31	11,76	9,13	2,54
Irã	14,54	10,81	3,94	11,21
Jamaica	13,71	8,97	5,04	5,14
Paquistão	9,07	7,47	1,70	4,08
Venezuela	15,43	13,05	2,57	1,57
Média	13,44	9,21	4,78	5,60
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	9,14	5,22	4,02	2,35
Argentina	20,78	11,79	9,23	11,82
Barbados	12,60	10,85	1,82	4,17
Bósnia e Herzegovina	8,10	5,43	2,80	4,99
Brasil	14,89	4,09	11,04	12,23
Chile	23,69	14,62	9,60	7,00
China	24,01	10,07	14,15	12,67
Colômbia	21,44	15,20	6,65	7,46
Colombia Croácia	7,32	15,20 5,27	2,12	7,46 4,20
	14,20	9,24	5,34	4,20 9,64
Eslováquia				
Hungria Letônia	6,29	4,83	1,55	2,00
	11,85	6,84	5,30	5,67
Lituânia	11,26	6,41	4,95	6,33
Malásia	4,92	2,45	2,47	5,23
México	9,62	5,68	4,03	3,03
Panamá	20,78	12,00	9,09	6,04
Peru	22,89	17,86	5,37	5,75
Polônia	9,03	5,97	3,09	4,97
Romênia	9,89	5,56	4,51	4,57
Rússia	4,57	2,37	2,28	2,84
Tailândia	19,51	8,27	12,22	30,11
Trindade e Tobago	22,67	13,91	9,25	6,91
Turquia	11,87	6,28	5,95	7,96
Uruguai	16,72	11,00	5,95	5,95
Média	14,09	8,38	5,95	7,25
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	5,62	3,36	2,37	5,64
Austrália	10,50	6,03	4,69	9,06
Bélgica	5,69	2,67	3,01	6,79
Cingapura	6,60	3,84	2,80	3,34
Coréia do Sul	7,82	2,88	5,08	10,89
Dinamarca	4,63	3,14	1,63	4,93
Emirados Árabes Unidos	6,19	3,66	2,62	2,70
Eslovênia	3,65	1,91	1,75	4,78
Espanha	5,81	3,32	2,53	8,85
Estados Unidos	12,34	8,29	4,34	9,05
Finlândia	6,25	2,97	3,32	8,81
França	5,73	4,06	1,67	2,38
Grécia	7,95	4,41	3,67	15,79
Holanda	7,93 8,21	4,28	4,07	8,65
Holanda Irlanda				
	7,25	4,28	3,14	7,98 8 21
Japão Names a sa	5,22	3,25	2,04	8,31
Noruega	6,94	3,75	3,35	6,65
Portugal	7,54	4,57	3,03	5,71
Reino Unido	7,29	4,72	2,57	7,16
República Tcheca	7,64	5,14	2,71	5,20
Suécia	5,80	3,47	2,33	7,00
Suíça 	6,58	3,66	2,92	10,15
Taiwan	7,91	3,61	4,44	6,34
Média	6,92	3,97	3,05	7,22

Quadro A2.2 - Taxa dos empreendedores iniciais segundo motivação e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	Empreendedores por necessidade	Empreendedores por oportunidade
Economia impulsionada por fatores		
Argélia	4,92	3,38
Bangladesh	9,28	3,49
Guatemala	12,76	6,47
Irã	5,67	7,70
Jamaica	8,46	4,53
Paquistão	4,06	4,26
Venezuela	10,78	4,40
Média	7,99	4,89
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	5,79	3,18
Argentina	20,78	6,88
Barbados	11,69	0,63
Bósnia e Herzegovina	3,05	4,97
Brasil	10,23	4,56
Chile	16,64	6,49
China	13,64	9,74
Colômbia	15,99	5,38
Croácia	4,61	2,59
Eslováquia	10,18	3,91
Hungria	4,05	1,95
Letônia	8,43	3,07
Lituânia	7,97	3,20
Malásia	4,24	0,50
México	7,50	1,87
Panamá		
Peru	14,10	5,59
	16,54	5,12
Polônia Romênia	4,55	4,30
	5,68	4,09
Rússia	3,17	1,23
Tailândia	14,85	3,69
Trindade e Tobago	19,01	3,37
Turquia	7,57	3,75
Uruguai <i>Média</i>	5,57 <i>9,</i> 83	1,85 3,83
Economia impulsionada por inovação	3,03	3,03
Alemanha	4,15	1,04
Austrália	8,78	1,58
Bélgica	4,76	0,59
Cingapura	5,39	1,07
Coréia do Sul	4,44	3,24
Dinamarca	4,25	0,33
Emirados Árabes Unidos	5,14	0,89
Eslovênia	2,96	0,44
Espanha	4,16	1,50
Estados Unidos	9,07	2,62
Finlândia	4,31	1,14
França Crásia	4,83	0,85
Grécia Holanda	5,87	2,02
Irlanda	6,98	0,75
	4,86	2,14
Japão	3,85	1,30
Noruega	5,99	0,30
Portugal	5,97	1,34
Reino Unido	5,80	1,25
República Tcheca	5,42	2,09
Suécia	5,13	0,35
Suíça Taiwan	5,52 6.48	0,75
Taiwan	6,48	1,38
Média Fonte: GFM 2011	5,40	1,26

Quadro A2.3 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	Empreendedores Masculinos	Empreendedores Femininos		
Economia impulsionada por fatores				
Argélia	10,76	5,56		
Bangladesh	20,96	4,31		
Guatemala	19,43	19,20		
Irã	19,56	4,60		
Jamaica	14,91	12,62		
Paquistão	15,94	1,73		
Venezuela	16,43	14,42		
Média	16,86	8,92		
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	11,28	6,98		
Argentina	20,78	17,08		
Barbados	16,35	9,09		
Bósnia e Herzegovina	11,00	5,21		
Brasil	15,31	14,49		
Chile	26,28	21,03		
China	25,65	22,37		
Colômbia	26,85	16,27		
Croácia	10,01	4,71		
Eslováquia	20,27	8,12		
Hungria	8,33	4,35		
Letônia	15,65	8,25		
Lituânia	15,58	7,23		
Malásia	5,83	4,00		
México	10,88	8,46		
Panamá	21,98	19,57		
Peru	26,86	19,05		
Polônia				
Romênia	13,09	5,05 7,33		
Rússia	12,52			
Tailândia	5,13	4,05		
	18,08	20,89		
Trindade e Tobago	27,45	18,00		
Turquia	16,50	7,23		
Uruguai <i>Média</i>	21,16 <i>16,78</i>	12,77 11,32		
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	6,74	4,47		
Austrália	12,59	8,38		
Bélgica	6,85	4,51		
Cingapura	6,03	4,51 7,16		
Coréia do Sul	11,69	7,16 3,79		
Dinamarca	6,31	2,91		
Emirados Árabes Unidos	6,91	4,32		
Eslovênia	4,57	2,68		
Espanha	7,05	4,54		
Estados Unidos	14,30	10,42		
Finlândia -	8,14	4,32		
França	8,62	2,95		
Grécia	10,07	5,84		
Holanda	10,35	6,02		
Irlanda	10,26	4,17		
Japão	7,21	3,20		
Noruega	9,60	4,18		
Portugal	10,50	4,71		
Reino Unido	9,32	5,24		
República Tcheca	11,01	4,19		
Suécia	7,08	4,49		
Suíça	6,60	6,56		
-				
Taiwan	10,21	5,60		

Quadro A2.4 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	Empreendedores	Empreendedores	
Economia impulsionada por fatores	Masculinos	Femininos	
Argélia	3,88	1,09	
Bangladesh	20,24	2,68	
Guatemala	2,93	2,20	
Irã	15,56	2,61	
Jamaica	6,13	4,24	
Paquistão	7,89	0,00	
Venezuela	2,13	1,01	
Média	8,39	1,98	
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	2,53	2,17	
Argentina	20,78	8,28	
Barbados	5,49	2,92	
Bósnia e Herzegovina	6,15	3,84	
Brasil	13,97	10,57	
Chile	9,36	4,70	
China	15,12	10,23	
Colômbia	9,91	5,13	
Croácia	5,47	2,97	
Eslováquia	13,69	5,60	
Hungria	2,68	1,34	
Letônia	7,90	3,56	
Lituânia	8,85	3,98	
Malásia	6,94	3,50	
México	3,19	2,88	
Panamá	6,83	5,24	
Peru	5,59	5,90	
Polônia	7,06	2,90	
Romênia	6,28	2,90	
Rússia	3,05	2,65	
Tailândia	30,93	29,33	
Trindade e Tobago	9,03	4,83	
Turquia	12,70	3,20	
Uruguai	9,43	2,86	
Média	9,29	5,48	
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	8,29	2,93	
Austrália	12,30	5,77	
Bélgica	9,42	4,13	
Cingapura	3,66	3,03	
Coréia do Sul	15,87	5,71	
Dinamarca	7,49	2,31	
Emirados Árabes Unidos	3,19	1,40	
Eslovênia	6,52	2,94	
Espanha	12,46	5,17	
Estados Unidos	11,33	6,82	
Finlândia	11,50	6,05	
França	3,26	1,53	
Grécia	21,84	9,73	
Holanda	11,59	5,66	
Irlanda	10,91	4,99	
Japão	12,76	3,81	
Noruega	9,89	3,26	
Portugal	7,68	3,82	
Reino Unido	9,60	4,69	
República Tcheca	8,18	2,16	
Suécia	8,65	5,31	
Suíça	11,63	8,66	
Taiwan	8,49	4,19	
Média	9,85	4,19 4,52	

Quadro A2.5 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por fatores		46.00	0.71	F 04	5 04
Argélia	5,32	16,03	9,74	5,91	5,31
Bangladesh	11,99	14,77	14,62	10,71	5,70
Guatemala	14,85	20,88	22,80	21,57	17,41
lrã	13,83	16,40	15,53	13,95	9,45
Jamaica	8,83	16,81	16,54	14,02	5,26
Paquistão	7,71	11,10	8,94	9,10	7,28
Venezuela	12,16	16,04	18,04	18,10	11,28
Média	10,67	16,00	15,17	13,34	8,81
Economia impulsionada por eficiência					
África do Sul	6,79	10,18	13,60	8,26	3,95
Argentina	20,78	24,69	24,53	20,39	16,09
Barbados	9,37	18,00	13,66	11,85	6,37
Bósnia e Herzegovina	12,40	11,37	9,42	5,58	2,51
Brasil	12,82	17,85	17,24	13,06	9,33
Chile	16,62	29,76	25,88	23,35	17,15
China	20,65	28,68	26,39	21,91	18,27
Colômbia	19,72	26,88	23,22	20,07	12,10
Croácia	5,68	10,18	9,64	5,90	4,12
Eslováquia	14,33	18,50	19,25	11,95	4,70
Hungria	5,60	7,06	8,21	6,98	2,81
Letônia	14,19	18,76	11,79	8,80	4,77
Lituânia	18,58	15,81	10,17	8,28	3,79
Malásia	3,38	4,57	7,03	5,20	4,48
México	6,28	10,49	13,32	9,51	6,37
Panamá	22,11	20,90	21,50	20,35	17,51
Peru					
Peru Polônia	19,39	25,83	27,22	21,87	14,96
Romênia	6,14	13,92	11,18	8,17	3,98
	7,87	14,64	9,39	10,20	4,55
Rússia	3,92	6,58	6,03	3,87	1,50
Tailândia	16,17	26,08	20,44	18,83	11,00
Trindade e Tobago 	18,33	26,69	28,74	19,05	14,85
Turquia 	8,02	16,21	13,21	12,37	2,99
Uruguai	12,69	24,27	19,71	14,03	9,71
Média	12,58	17,83	16,28	12,91	8,24
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	8,11	6,19	6,40	5,27	2,71
Austrália	5,90	13,65	11,43	11,58	8,17
Bélgica	4,68	9,76	7,13	2,78	3,73
Cingapura	6,91	11,40	6,22	6,19	1,26
Coréia do Sul	1,38	7,28	11,08	9,60	5,83
Dinamarca	3,48	4,82	6,63	5,05	2,52
Emirados Árabes Unidos	3,99	7,15	6,63	6,22	4,56
Eslovênia	3,90	5,07	4,57	2,48	2,27
Espanha	4,37	7,67	7,64	4,79	2,46
Estados Unidos	9,32	15,20	14,33	12,60	8,94
Finlândia	4,88	8,32	8,38	5,64	4,03
França	3,34	9,15	7,08	5,46	2,45
Grécia	5,13	8,95	11,82	5,82	6,70
Holanda	7,38	9,93	9,29	8,96	4,94
rlanda	4,80	8,74	9,74	7,71	2,94
apão	3,96	4,74	5,38	6,32	5,16
Noruega	1,70	7,23	9,92	8,08	5,70
Portugal	6,05	10,93	7,86	6,39	4,98
Reino Unido	6,75	8,81	8,74	6,89	4,79
República Tcheca	10,45	9,06	9,20	6,86	3,27
Suécia	3,63	4,18	7,31	6,31	6,74
Suíça	3,86	5,64	7,54	9,23	5,14
Taiwan	6,47	8,39	9,53	7,79	6,34
	U,T/	0,00	٠,٠٠	1,10	U,JT

Quadro A2.6 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico — Grupo de Países — 2011

	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por fatores					
Argélia	1,62	2,97	4,72	4,79	1,10
Bangladesh	3,89	11,54	15,97	16,29	15,11
Guatemala	1,03	2,49	3,44	4,25	3,12
Irã	6,42	11,81	14,33	17,56	9,98
Jamaica	1,08	3,55	6,45	9,21	8,77
Paquistão	2,32	4,44	5,67	3,51	6,19
Venezuela	•	1,40	2,34	1,26	3,97
Média	2,73	5,46	7,56	8,12	6,89
Economia impulsionada por eficiência					
África do Sul	0,61	0,98	3,64	4,00	5,25
Argentina	20,78	5,77	14,48	21,93	19,80
Barbados	0,92	2,11	5,35	8,46	5,20
Bósnia e Herzegovina	0,73	3,89	9,46	4,60	4,67
Brasil	2,13	10,96	14,23	21,68	19,77
Chile	0,87	2,22	8,59	14,18	12,68
China	2,64	9,97	16,95	16,45	13,23
Colômbia	1,02	4,21	12,84	11,91	9,27
Croácia	1,53	1,62	5,98	5,78	5,23
Eslováquia	1,92	6,79	12,90	15,29	9,98
Hungria		0,97	2,55	3,49	2,57
Letônia	0,31	4,19	8,43	8,15	6,14
Lituânia	2,00	4,05	8,12	10,05	5,95
Malásia	0,80	3,75	, 7,71	10,35	4,59
México	0,72	1,66	4,55	6,01	3,06
Panamá	1,48	4,68	7,09	10,31	9,61
Peru	2,77	5,73	5,51	7,62	10,01
Polônia	0,19	4,29	6,98	6,97	5,39
Romênia	1,36	4,95	4,08	5,58	6,70
Rússia	0,79	2,19	4,71	4,24	1,55
Tailândia	7,18	22,96	36,43	41,52	38,87
Trindade e Tobago	1,41	4,49	8,63	14,25	8,18
Turquia	3,32	8,51	11,16	8,23	6,66
Uruguai	2,43	5,44	8,79	7,06	5,57
Média	2,52	5,27	9,55	11,17	9,16
	2,32	3,27	3,33	11,17	3,10
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	0,41	3,27	8,20	5,99	7,91
Austrália	0,69	6,45	11,00	13,42	12,23
Bélgica	2,70	3,84	8,75	10,44	5,99
Cingapura	0,79	3,11	3,59	5,65	2,04
Coréia do Sul		2,84	14,35	17,90	14,80
Dinamarca	•	3,03	4,55	8,10	6,95
Emirados Árabes Unidos	0,70	2,68	2,62	5,28	7,68
Eslovênia	0,33	3,15	6,85	7,78	3,69
Espanha	0,97	4,32	10,74	13,30	11,80
Estados Unidos	0,67	4,66	9,74	12,43	16,01
Finlândia	0,87	4,16	11,95	12,82	10,97
França		1,15	4,18	2,96	2,57
Grécia	3,85	16,91	19,79	24,23	10,62
Holanda	1,68	4,43	13,38	9,51	10,68
Irlanda		6,80	9,48	11,69	12,05
Japão		2,74	7,70	10,70	15,94
Noruega	1,02	3,38	7,17	9,47	10,63
Portugal	0,43	3,75	6,94	8,78	7,69
Reino Unido	0,36	3,16	6,32	11,19	13,77
República Tcheca	0,54	3,86	5,65	9,22	5,57
Suécia	1,17	4,16	5,48	10,72	11,75
Suíça	0,37	3,48	9,99	17,99	16,98
Taiwan		4,30	8,25	9,09	8,25
Média	1,03	4,33	8,55	10,81	9,85

Quadro A2.7 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo grau de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico - Grupo de Países - 2011

	Alguma educação	Secundário	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionad ft	secundária	completo		
Economia impulsionada por fatores	0.20	0 00	2 77	
Argélia Bangladoch	9,39 11.87	8,89 13.05	3,77 17.58	20.12
Bangladesh Guatemala	11,87 19,10	13,05	17,58	39,13
		19,36	23,40	
lrã	12,61	19,48	11,97	4,97
Jamaica	6,50	12,68	13,26	
Paquistão	7,91	13,90	8,42	20,66
Venezuela Mádia	11,01	15,81	13,83	14,47
Média	11,20	14,74	13,18	19,81
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	7,02	10,16	18,11	
Argentina	20,78	22,13	22,40	18,74
Barbados	9,91	13,53	15,25	13,63
Bósnia e Herzegovina	3,60	8,70	9,78	
Brasil	15,12	15,05	13,97	9,57
Chile	18,18	20,26	28,15	25,36
China	23,34	22,52	24,86	8,28
Colômbia	12,98	20,37	31,45	24,07
Croácia	1,69	6,30	9,91	12,54
Eslováquia	10,11	17,96	13,89	22,36
Hungria	0,67	6,89	7,51	7,21
Letônia	5,15	10,53	15,76	15,18
Lituânia	7,33	7,99	12,23	•
Malásia	4,99	4,21	6,27	•
México	5,31	9,34	8,08	3,17
Panamá	22,64	19,73	19,94	12,76
Peru	16,38	21,19	27,89	6,73
Polônia	6,33	10,37	12,11	12,48
Romênia	2,66	9,28	12,66	14,84
Rússia	2,35	3,13	3,89	7,09
Гailândia	16,53	18,70	21,98	20,32
Trindade e Tobago	17,07	24,97	23,74	23,22
Turquia	9,41	13,25	13,48	29,50
Uruguai	18,28	13,56	18,42	20,58
Média	10,74	13,76	16,32	15,38
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,35	4,90	7,85	
Austrália	7,89	7,13	12,32	11,95
Bélgica	3,79	3,27	6,53	5,69
Cingapura	3,60	5,01	8,76	8,01
Coréia do Sul	5,18	7,63	7,01	6,85
Dinamarca	2,65	4,67	3,73	7,94
Emirados Árabes Unidos	2,49	6,41	7,35	6,19
Eslovênia	1,11	2,84	5,90	
Espanha	4,23	5,95	6,25	7,69
Estados Unidos	6,47	8,58	13,17	11,62
Finlândia	3,97	6,22	6,25	7,28
França	2,58	4,82	7,20	11,66
Grécia	3,61	7,44	8,68	10,85
Holanda	5,67	6,81	12,19	
rlanda	6,42	4,83	8,33	5,16
apão	4,71	2,95	5,81	10,84
Noruega	6,12	5,03	7,65	8,07
Portugal	6,24	5,59	9,92	
Reino Unido	4,92	5,13	6,97	8,14
República Tcheca	4,16	9,45	7,77	10,61
Suécia	4,57	3,10	8,85	
Suíça	2,91	4,69	11,39	8,45
Taiwan	4,12	8,05	8,59	8,68
Média	4,38	5,67	8,19	8,65

Quadro A2.8 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo grau de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	Alguma educação secundária	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Argélia	9,39	8,89	3,77	
Bangladesh	11,87	13,05	17,58	39,13
Guatemala	19,10	19,36	23,40	
Irã	12,61	19,48	11,97	4,97
Jamaica	6,50	12,68	13,26	
Paquistão	7,91	13,90	8,42	20,66
Venezuela	11,01	15,81	13,83	14,47
Média	11,20	14,74	13,18	19,81
Economia impulsionada por eficiência	, -	,	-, -	-,-
África do Sul	7,02	10,16	18,11	
	20,78	22,13		10 7 <i>1</i>
Argentina			22,40	18,74
Barbados	9,91	13,53	15,25	13,63
Bósnia e Herzegovina	3,60	8,70	9,78	•
Brasil	15,12	15,05	13,97	9,57
Chile	18,18	20,26	28,15	25,36
China	23,34	22,52	24,86	8,28
Colômbia	12,98	20,37	31,45	24,07
Croácia	1,69	6,30	9,91	12,54
Eslováquia	10,11	17,96	13,89	22,36
Hungria	0,67	6,89	7,51	7,21
- Letônia	5,15	10,53	15,76	15,18
Lituânia	7,33	7,99	12,23	
Malásia	4,99	4,21	6,27	
México	5,31	9,34	8,08	3,17
Panamá	22,64	19,73	19,94	12,76
Peru	16,38	21,19	27,89	6,73
Polônia				
	6,33	10,37	12,11	12,48
Romênia	2,66	9,28	12,66	14,84
Rússia	2,35	3,13	3,89	7,09
Tailândia	16,53	18,70	21,98	20,32
Trindade e Tobago	17,07	24,97	23,74	23,22
Turquia	9,41	13,25	13,48	29,50
Uruguai	18,28	13,56	18,42	20,58
Média	10,74	13,76	16,32	15,38
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,35	4,90	7,85	
Austrália	7,89	7,13	12,32	11,95
Bélgica	3,79	3,27	6,53	5,69
Cingapura	3,60	5,01	8,76	8,01
Coréia do Sul	5,18	7,63	7,01	6,85
Dinamarca	2,65	4,67	3,73	7,94
Emirados Árabes Unidos	2,49	6,41	7,35	6,19
Eslovênia	1,11	2,84	5,90	0,13
Espanha			6,25	7.60
Espanna Estados Unidos	4,23	5,95		7,69
	6,47	8,58	13,17	11,62
Finlândia	3,97	6,22	6,25	7,28
França	2,58	4,82	7,20	11,66
Grécia	3,61	7,44	8,68	10,85
Holanda	5,67	6,81	12,19	·
rlanda	6,42	4,83	8,33	5,16
Japão	4,71	2,95	5,81	10,84
Noruega	6,12	5,03	7,65	8,07
Portugal	6,24	5,59	9,92	
Reino Unido	4,92	5,13	6,97	8,14
República Tcheca	4,16	9,45	7,77	10,61
Suécia	4,57	3,10	8,85	
Suíça	2,91	4,69	11,39	8,45
	4,12	8,05	8,59	8,68
Taiwan				

Quadro A2.9 - Taxa dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Argélia	2,56	2,85	6,45
Bangladesh	10,09	13,82	13,57
Guatemala	12,45	14,24	15,51
Irã		7,95	12,35
Jamaica	·	5,65	5,74
Paquistão		6,48	6,41
Venezuela	3,06	4,26	10,03
Média	7,04	7,89	10,01
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	13,75	11,45	7,00
Argentina	20,78	14,23	16,52
Barbados	2,01	4,67	5,22
Bósnia e Herzegovina	4,33	3,21	7,81
Brasil	9,48	12,62	15,65
Chile	11,77	14,96	25,11
China			
Colômbia	18,41	19,07 15.64	26,74 25,00
	9,18	15,64	25,00
Croácia	3,25	3,31	7,92
Eslováquia 	5,35	9,39	16,11
Hungria	2,77	3,49	6,00
Letônia	3,08	6,24	12,24
Lituânia	5,97	5,81	13,38
Malásia	5,03	3,63	4,73
México	3,15	4,11	3,78
Panamá	23,70	18,83	20,25
Peru	6,65	14,81	18,04
Polônia	4,26	6,47	12,50
Romênia	2,21	5,39	11,13
Rússia	0,41	0,55	2,22
Tailândia		17,64	22,80
Frindade e Tobago	•	10,32	14,52
Turquia	2,42	5,04	10,86
Jruguai <i>Média</i>	9,98 <i>7,63</i>	19,43 <i>9,60</i>	19,02 <i>13,52</i>
Economia impulsionada por inovação	,	,	-,-
Alemanha	2,34	2,44	3,69
Austrália	2,34	7,55	9,81
Bélgica	1,68	2,98	3,95
Cingapura	1,75	2,80	5,73
Coréia do Sul	5,90	3,75	5,95
Dinamarca	2,88	1,94	3,55
Emirados Árabes Unidos	2,00	2,80	5,89
Eslovênia	1,02	0,94	2,68
Espanha	1,43	1,87	3,48
Estados Unidos	7,26	7,99	10,12
Finlândia	2,42	4,81	5,96
rança	5,23	3,76	5,48
Grécia		4,55	6,86
Holanda	2,98	4,87	9,64
rlanda	3,59	4,43	5,21
apão	3,34	2,77	3,80
Noruega	3,75	3,64	7,23
Portugal	2,08	3,18	4,94
Reino Unido	4,29	3,67	4,94
República Tcheca	2,09	4,73	9,01
Suécia			
	1,49	3,18	5,13
Suíça Tairea	2,71	3,42	5,55
Taiwan		4,36	7,72
Média	2,98	3,76	5,93

Quadro A2.10 - Taxa dos empreendedores estabelecidos segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de Países – 2011

	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Argélia	0,40	0,52	2,65
Bangladesh	5,70	13,20	14,22
Guatemala	1,75	1,98	2,05
rã		8,02	7,78
Jamaica	•	2,65	1,43
Paquistão	·	2,58	3,55
Venezuela	0,14	0,75	0,91
Média	2,00	4,24	4,66
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	6,15	1,46	1,49
Argentina	20,78	8,16	10,55
Barbados	0,32	2,29	2,00
Bósnia e Herzegovina	1,30	2,34	4,84
Brasil	4,55	10,83	12,36
Chile	1,49	4,01	8,11
China	11,14	9,35	14,16
Colômbia	3,83	5,31	7,95
Croácia	1,09	2,27	3,74
Eslováquia	2,96	5,02	11,89
Hungria Lotânia	0,55	1,20	2,15
Letônia	1,71	3,24	5,17
Lituânia	2,41	3,32	6,99
Malásia	3,58	4,46	5,71
México	0,66	1,58	1,56
Panamá	5,74	6,26	6,08
Peru	0,81	2,67	5,80
Polônia	2,40	4,23	5,69
Romênia	1,30	2,10	5,55
Rússia	0,13	0,33	1,04
Tailândia		33,04	24,97
Trindade e Tobago	•	2,59	4,67
Turquia	1,33	2,88	8,27
Uruguai	1,84	3,85	11,08
Média	3,46	5,12	7,16
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	1,44	1,91	4,55
Austrália	0,95	5,13	9,06
Bélgica	1,27	2,19	4,84
Cingapura	0,89	1,73	2,56
Coréia do Sul	5,74	6,19	8,42
Dinamarca	1,38	2,58	4,56
Emirados Árabes Unidos	1,08	0,57	2,64
Eslovênia	0,67	1,06	2,86
Espanha	1,55	2,36	4,81
Estados Unidos	2,63	4,65	10,22
Finlândia	2,05	7,42	9,57
França	1,24	1,61	2,63
Grécia		9,47	12,03
Holanda	. 2 20		
	3,39	4,67	9,48
Irlanda	2,27	4,75	7,33
Japão	5,16	5,17	5,38
Noruega	2,45	3,64	7,92
Portugal	0,82	2,01	3,97
Reino Unido	2,55	3,14	6,50
República Tcheca	2,26	2,52	6,52
Suécia	2,82	4,76	5,78
Suíça	3,69	5,86	6,66
Taiwan		4,08	5,95
Média	2,20	3,80	6,27

Fonte: GEM 2011

Quadro A2.11 - Características dos empreendedores segundo estágio – Brasil – 2011

		dores Iniciais EA)	Empreendedo	ores Nascentes	•	ndedores vos	•	ndedores ·lecidos
	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)
Gênero								
Masculino	15,31	51,38	4,60	64,79	8,00	47,06	13,97	56,93
Feminino	14,49	48,62	2,50	35,21	9,00	52,94	10,57	43,07
Faixa etária								
18-24 anos	12,82	19,54	3,28	21,13	7,21	19,41	2,13	4,17
25-34 anos	17,85	32,45	4,91	38,03	9,64	31,18	10,96	23,33
35-44 anos	17,24	25,17	3,54	21,13	10,85	27,06	14,23	24,17
45-54 anos	13,06	15,56	3,25	15,49	7,69	15,29	21,68	30,00
55-64 anos	9,33	7,28	1,31	4,23	5,24	7,06	19,77	18,33
Grau de escolaridade	20,78							
Nenhuma educação formal	15,38	1,32	0,00	0,00	7,69	1,18	19,23	2,08
Primeiro grau incompleto	14,08	19,21	1,70	9,86	8,98	21,76	13,59	23,33
Primeiro grau completo	12,96	9,27	3,24	9,86	8,80	11,18	16,20	14,58
Segundo grau incompleto	20,45	14,90	4,09	12,68	10,91	14,12	7,27	6,67
Segundo grau completo	16,21	37,42	4,02	39,44	9,04	37,06	12,20	35,42
Curso superior incompleto	11,58	7,28	4,74	12,68	5,79	6,47	6,32	5,00
Curso superior completo	14,36	8,61	4,42	11,27	6,63	7,06	11,60	8,75
Pós-graduação	10,91	1,99	5,45	4,23	3,64	1,18	18,18	4,17
Faixa de renda								
Menos de 3 salários mínimos	13,84	52,54	1,96	31,88	8,84	59,64	10,89	53,74
3 a 6 salários mínimos	16,52	31,53	5,68	46,38	8,70	29,52	13,14	32,60
6 a 9 salários mínimos	18,49	7,46	5,88	10,14	6,72	4,82	12,61	6,61
9 a 12 salários mínimos	17,81	4,41	4,11	4,35	6,85	3,01	9,59	3,08
mais de 12 salários mínimos	24,00	4,07	10,00	7,25	10,00	3,01	18,00	3,96

Fonte: GEM Brasil 2011

Quadro A2.12 - Características dos empreendedores segundo motivação - Brasil – 2011

	Empreendedores por motivação		-	edores por sidade
	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)
Gênero				
Masculino	10,47	51,15	4,73	51,75
Feminino	10,00	48,85	4,41	48,25
Faixa etária				
18-24 anos	8,73	19,61	3,93	18,75
25-34 anos	12,73	34,31	5,09	29,17
35-44 anos	12,50	25,98	5,42	23,96
45-54 anos	9,47	15,69	4,14	14,58
55-64 anos	3,93	4,41	5,68	13,54
Grau de escolaridade	20,78			
Nenhuma educação formal	7,69	0,98	7,69	2,08
Primeiro grau incompleto	7,52	15,20	6,55	28,13
Primeiro grau completo	6,94	7,35	6,02	13,54
Segundo grau incompleto	13,64	14,71	6,82	15,63
Segundo grau completo	11,91	40,69	4,02	29,17
Curso superior incompleto	10,53	9,80	1,05	2,08
Curso superior completo	9,94	8,82	4,42	8,33
Pós-graduação	9,09	2,45	1,82	1,04
Faixa de renda				
Menos de 3 salários mínimos	7,95	44,50	5,89	70,97
3 a 6 salários mínimos	13,32	37,50	3,02	18,28
6 a 9 salários mínimos	12,61	7,50	5,04	6,45
9 a 12 salários mínimos	13,70	5,00	4,11	3,23
mais de 12 salários mínimos	22,00	5,50	2,00	1,08

Quadro A2.13 - Características dos empreendimentos segundo estágio – Brasil – 2011

	Empree	ndedores	Empree	ndedores	Empreer	ndedores	Empree	ndedores
	Iniciais (TEA)		Nasc	entes	Novos		Estabe	lecidos
	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)
Conhecimento dos produtos ou serviços								
Novo para todos	0,90	6,00	0,35	9,86	0,35	4,12	0,30	2,17
Novo para alguns	0,85	5,46	0,10	2,82	0,40	4,71	0,60	5,37
Ninguem considera novo	13,35	88,54	3,10	87,32	7,75	91,18	11,10	92,46
Concorrência								
Muitos concorrente	9,50	63,18	2,10	59,15	5,70	67,06	8,60	70,40
Poucos concorrentes	4,70	30,78	1,30	36,62	2,35	27,65	2,90	25,29
Nenhum concorrentes	0,90	6,04	0,15	4,23	0,45	5,29	0,50	4,31
Expansão de Mercado								
Nenhum impacto	20,78	83,44	3,00	84,51	7,35	86,47	10,85	89,60
Algum impacto, sem tecnologia	1,90	12,58	0,30	8,45	0,90	10,59	0,95	8,80
Algum impacto, com tecnologia	0,55	3,64	0,20	5,63	0,25	2,94	0,20	1,60
Profundo impacto	0,05	0,33	0,05	1,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Orientação internacional								
Nenhum consumidor no exterior	13,70	93,91	3,35	98,53	7,90	95,76	10,95	93,77
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	0,85	5,77	0,05	1,47	0,35	4,24	0,65	5,78
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,05	0,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04	0,45
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)								
Nenhum emprego	4,30	33,86	0,45	15,25	3,25	45,14	4,55	45,19
De 1 a 5 empregos	6,20	48,82	1,80	61,02	3,00	41,67	4,30	43,75
De 6 a 19 empregos	1,65	12,99	0,55	18,64	0,80	11,11	0,55	5,77
Mais de 20 empregos	0,55	4,33	0,15	5,08	0,15	2,08	0,55	5,29
Idade da Tecnologia ou processos								
Menos de 1 ano	0,60	3,97	0,25	7,04	0,25	2,94	0,2	1,60
Entre 1 a 5 anos	1,20	7,95	0,30	8,45	0,70	8,24	0,35	3,60
Mais de 5 anos	13,30	88,08	3,00	84,51	7,55	88,82	11,45	94,80

Fonte: GEM Brasil 2011

Quadro A2.14 - Características dos empreendimentos segundo motivação — Brasil — 2011

	Empreendedores por		Empreendedores po	
	moti	vação	neces	sidade
	Taxa (%)	Prop (%)	Taxa (%)	Prop (%)
Conhecimento dos produtos ou serviços				
Novo para todos	0,60	5,88	0,30	6,25
Novo para alguns	0,55	5,39	0,25	5,21
Ninguem considera novo	9,05	88,73	4,25	88,54
Concorrência				
Muitos concorrente	6,20	60,78	3,30	68,75
Poucos concorrentes	3,35	32,84	1,25	26,04
Nenhum concorrentes	0,65	6,37	0,25	5,21
Impacto no Mercado				
Nenhum impacto	20,78	82,35	4,15	86,46
Algum impacto, sem tecnologia	1,25	12,25	0,65	13,54
Algum impacto, com tecnologia	0,50	4,90	0,00	0,00
Profundo impacto	0,05	0,49	0,00	0,00
Orientação internacional				
Nenhum consumidor no exterior	9,25	92,96	4,35	95,60
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	0,65	6,53	0,20	4,40
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,05	0,50	0,00	0,00
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,00	0,00	0,00	0,00
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)				
Nenhum emprego	1,90	22,62	2,40	56,47
De 1 a 5 empregos	4,45	52,98	1,70	40,00
De 6 a 19 empregos	1,60	19,05	0,05	1,18
Mais de 20 empregos	0,45	5,36	0,10	2,35
Idade da Tecnologia ou processos				
Menos de 1 ano	0,55	5,39	0,00	0,00
Entre 1 a 5 anos	1,15	11,27	0,05	1,04
Mais de 5 anos	8,50	83,33	4,75	98,96

Fonte: GEM Brasil 2011



APÊNDICE 3 – EQUIPES DE PATROCINADORES DO GEM 2011 NOS PAÍSES

Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2011 nos países

Fauina	la atitui a a	Mambras	Datussius daves
Equipe África do Sul	Instituição The UCT Centre for Innovation and	Membros Mike Herrington	Patrocinadores Swiss South African Cooperation
Allica do Sal	Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Jacqui Kew Miranda Simrie	Initiative (SSACI) South African Breweries (SAB) Small Enterprise development Agency (SEDA)
Alemanha	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg Udo Brixy Arne Vorderwülbecke	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, Leibniz Universität Hannover
Argélia	CREAD	Abedou Abderrahamne Bouyacoub Ahmed Kherbachi Hamid Cherrad Salah Eddine Setti Zakia	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)
Argentina	IAE - Business School	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez Hector Rocha	Banco Santander Rio Buenos Aires City Government
Australia	Queensland University of Technology	Per Davidsson Paul Steffens Michael Stuetzer	
Bangladesh	International Islamic University Chittagong	Mohammed Shamsul Karim Shamim Uddin Khan Abul Kalam Azad Abbas Ali Khan Sirajuddowla Shaheen Syed Md. Ather S.M. Shafiqul Islam A. J. M. Nuruddin Chowhdury ANM Meshquat Uddin M. Tahlil Azim Jerry Nicholson Md. Musharrof Hossain Md. Moazzam Husain Mark Hart	USAID (United States Agency International Development) Aston University
Barbados	The Cave Hill School of Business The University of the West Indies	Marjorie Wharton Donley Carrington, PhD Jeannine Comma, PhD Paul Pounder, PhD	International Development Research Centre (IDRC)
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Mathias Cobben Jacob Vermeire	STOIO (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and International Entrepreneurship) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)
Bosnia & Herzegovina	Center for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić Rasim Tulumović Mirela Arifović Slađana Simić Aziz Šunje Slobodan Marković Zdenko Klepić Selma Poljić	Federal Ministry of Development Entrepreneurship and Crafts Municipality of Tuzla Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	Simara M. de S. Silveira Greco Eliane C. de V. Garcia Duarte Gilberto Sarfati Joana Paula Machado	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae Universidade Federal do Paraná - UFPR Instituto de Tecnologia do Paraná - Tecpar Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas — FGV- EAESP

Chile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Carlos Albornoz Gianni Romani	InnovaChile Corfo SOFOFA (Federation of Chilean Endeavor Chile
China	Tsinghua University	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	School of Economics and Management, Tsinghua University
Cingapura	Nanyang Technological University	Ho Moon-Ho Ringo Olexander Chernyshenko Chan Kim Yin Alex Lin Rosa Kang LAI Yoke Yong Olwen Bedford Jonathan Phan	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd
Colômbia	Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad del Norte Universidad Icesi Universidad de los Andes	Fernando Pereira Fabian Osorio Alberto Arias Liyis Gómez Núñez Ph.D Piedad Martínez Carazo Ph.D César Figueroa Socarrás Rodrigo Varela Villegas Ph.D Luis Miguel Álvarez Vanegas Juan David Soler Libreros Raúl Fernando Quiroga Marín Rafael Augusto Vesga Fajardo Diana Carolina Vesga	
Coréia do Sul	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn Sanggu Seo Kyung-Mo Song Dong- hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Kumwoo Industrial Machinery, Co. Hanaro Tech Co., Ltd. Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.
Croácia	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka Djula Borozan	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics CEPOR - SMEs and Entrepreneurship Policy Center, Zagreb
Dinamarca	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Poul Rind Christensen Kim Klyver Ann H. Clarke Majbritt Rostgård Evald Kent Wickstrøm Jensen Jesper Pihl Kristin B. Munksgård Heidi R. Nielsen Mette S. Nielsen Pia S. Nielsen Mahdokht Sedaghat Mohammad Reza Zali Jonathan Levie Mick Hancock Shahamak Rezaie	Capacent Epinion
Emirados Árabes Unidos	Institute for Social & Economic Research - Zayed University	Mouawiya Al Awad Constance Van Horne Victor Huang	Khalfa Fund for Enterprise Development - Abu Dhabi - UAE
Eslováquia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova Zuzana Kovacicova Maria Bohdalova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik Peter Starchon	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Central European Foundation
Eslovênia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik Polona Tominc Katja Crnogaj	Ministry of Economy Slovenian Research Agency Finance - Slovenian Business Daily

Espanha	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Universidad Autónoma de Madrid Universidad Autónoma de Barcelona Universidad Miguel Hernández Instituto Vasco de Competitividad Orkestra Universidad de Murcia Confederación de Empresarios de Galicia Universidad de Cantabria Universidad de Navarra/Servicio Navarro de Empleo Universidad de Zaragoza Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Martín Larraza Lucio Fuentelsaz	Fundación Xavier de Salas GEM España
Estados Unidos	Babson College	Donna Kelley Abdul Ali Candida Brush Marcia Cole Gang Hu Mehdi Majbouri Diana Hechavarria Moriah Meyskens Peter Fleming Monica Dean Thomas S. Lyons Joseph Onochie Albert Suhu Ivory Phinisee Edward Rogoff	Babson College Baruch College
Finlândia	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics
França	EMLYON Business School	Alain Fayolle Danielle Rousson	Caisse des Depots
Grécia	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros loannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	National Bank of Greece
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Hugo Maúl Jaime Diaz Irene Flores David Casasola Mónica de Zelaya Lisardo Bolaños	Universidad Francisco Marroquin
Holanda	EIM Business & Policy Research	Jolanda Hessels Peter van der Zwan Sander Wennekers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Ingrid Verheul Niels Bosma	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation
Hungria	University of Pécs Faculty of Business and Economics	László Szerb József Ulbert Attila Varga Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter Zoltán J. Ács Terjesen Siri Saul Estrin Ruta Aidis	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Busines and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Start Tőkegarancia Zrt
Irã	University of Tehran	Abbas Bazargan Nezameddin Faghieh Ali .Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah kordrnaeij Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod A. Daryani	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs, Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)

		S. Mostafa Razavi	
		Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean	
Irlanda	Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfas
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj, Ph.D. Patrice Farquharson Mauvalyn Bowen, Ph.D. Vanetta Skeete Reginald Nugent Horace Williams, D.B.A. Joan Lawla Orville Reid	IDRC (International Development Research Centre) University of Technology, Jamaica
Japão	Keio University	Takehiko Isobe	
Letônia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Marija Krumina Vyacheslav Dombrovsky Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB
Lituânia	International Business School at Vilnius	Mindaugas Lauzikas Erika Vaiginiene Aiste Miliute Vikinta Rosinaite Skaiste Batuleviciute	International business school at Vilnius university Enterprise Lithuania Lithuanian Ministry of Economy
Malásia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Leilanie BT Mohd Nor Mohar Bin Yusof Dewi Amat Sapuan Noorseha Binti Ayob Mohd Hanif bin Mohd Helmi.	Universiti Tun Abdul Razak
México	Tecnológico de Monterrey	Mario Adrián Flores Marcia Campos Elvira Naranjo Natzin López	Tecnológico de Monterrey Campus León Rectoría de Escuelas Nacionales de Posgrado EGADE Business School y EGAP
Nigéria	TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development Business School Netherlands Nigeria	Rilwan Aderinto Tunde Popoola Luqman Olatokunbo Obileye Abubakar Sadiq Kasum Lere Baale	USAID (United States Agency International Development) TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development MarketSight Consultancy Limited Business School Netherlands
Noruega	Bodø Graduate School of Business	Erlend Bullvåg Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Eirik Pedersen	Innovation Norway Ministry of Industry and Trade Bodø Innovation Center Bodø Graduate School of Business
Panamá	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) Panama and City of Knowledge Foundation	Federico Fernández Dupouy Manuel Lorenzo Andrés León Manuel Arrocha	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS
Paquistão	Center for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi	Sarfraz A. Mian Zafar A. Siddiqui M. Shahid Qureshi Shahid R. Mir Moeid Sultan	Institute of Business Administration (IBA), Karachi US Agency for International Development
Palestine	MAS Institute	Samir Abdullah Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Muhanad Hamed Ibrahim Shikaki	International Development Research Centre- IDRC The Arab Fund for Economic & Social Development (AFESD)
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship
Polônia	University of Economics in Katowice	Przemysław Zbierowski Anna Tarnawa Paulina Zadura-Lichota Dorota Węcławska Mariusz Bratnicki	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice

116

		Wojciech Dyduch Bartłomiej J. Gabryś Rafał Kozłowski Izabella Kozłowska Joanna Pach Iwona Karaś	
Portugal	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI) ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	Augusto Medina Luís Reto António Caetano Nelson Ramalho Douglas Thompson Rui Monteiro João Rodrigues Nuno Gonçalves Ana Ribeiro	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)
Reino Unido	Aston Business School	Mark Hart Jonathan Levie Michael Anyadike-Danes Yasser Ahmad Bhatti Aloña Martiarena Arrizabalaga Mohammed Karim Erkko Autio Liz Blackford Mohammed Shamsul Karim	Department for Business, Innovation and Skills PRIME (The Prince's Initiative for Mature Enterprise) Welsh Assembly Goverment Invest Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, Strathclyde University Enterprise UK Birmingham City Council
República Tcheca	University of Economics, Prague	Martin Lukes Martina Jakl	Ministry of Industry and Trade
Romênia	Babeş-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Tünde Petru Annamária Benyovszki Ágnes Nagy István Pete Lehel Györfy Dumitru Matiş Levente Szász Eugenia Matiş	Babeș-Bolyai University of Cluj- Napoca OTP Bank Romania Asociația Pro Oeconomica
Rússia	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management	Chepurenko Alexander Obraztsova Olga Alimova Tatiana Gabelko Maria Murzacheva Ekaterina Popovskaya Ekaterina Verkhovskaya Olga Dorokhina Maria	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management
Suécia	Swedish Entrepreneurship Forum	Shirokova Galina Pontus Braunerhjelm Per Thulin Kristina Nyström Carin Holmquist Ulrika Stuart Hamilton	Vinnova Confederation of Swedish
Suiça	School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger Andreas Brülhart Philipp Bubenzer Sabine Frischknecht Thomas Straub Fredrik Hacklin Alberton Siegfried Pascal Wild	Kommission für Technologie und Innovation KTI / CTI HEG Haute Ecole de Gestion Fribourg (HEG-FR)
Tailândia	Bangkok University (CEDI - Creative Entrepreneurship Development Institute)	Pichit Akrathit	Bangkok University
Taiwan	National Chengchi University China Youth Career Development Association Headquartere (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs

		Shih-Feng Chou	
Trinidade e Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo Colin McDonald Abhijit Bhattacharya Jan Joseph	International Development Research Centre (IDRC)
Turquia	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)
Uruguai	University of Montevideo	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza Santiago Ramos Lucila Arboleya	University of Montevideo Banco Santander Uruguay
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)	Nunzia Auletta Rebeca Vidal Aramís Rodríguez Edwin Ojeda	

118



ESTA OBRA FOI IMPRESSA PELA IMPRENSA DA UFPR RUA BOM JESUS, 650 - JUVEVÊ CURITIBA - PARANÁ - BRASIL WWW.IMPRENSA.UFPR.BR IMPRENSA@UFPR.BR

Execução





Patrocinadores e Parceiros no Brasil









Coordenação Internacional



Organizações Fundadoras e Patrocinadores Internacionais









