

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL 2009



Global
Entrepreneurship
Monitor



Instituto Brasileiro de
Quantificação de Potencial Empreendedor



Global
Entrepreneurship
Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL 2009



PATROCÍNIO



Embora os dados utilizados neste trabalho tenham sido coletados pelo Consórcio GEM, suas análises e interpretações são de responsabilidade exclusiva dos autores. A permissão para reproduzir seções do GEM 2009 Global Executive Report, que compõem este relatório, foi gentilmente concedida pelos detentores dos direitos autorais. Ademais, esta publicação inclui a reprodução traduzida de partes dos resumos nacionais produzidos pelas equipes dos seguintes países: *África do Sul, Arábia Saudita, Argentina, Chile, China, Colômbia, Estados Unidos, Jamaica, Japão, Peru, Reino Unido, Rússia, Uganda e Venezuela*, às quais agradecemos. O GEM é um consórcio internacional e este relatório foi produzido a partir de dados provenientes de 54 países no ciclo 2009 da pesquisa. Nosso agradecimento especial aos autores, pesquisadores, organismos financiadores e outros colaboradores que fizeram com que isso fosse possível.

Depósito legal junto à Biblioteca Nacional,
conforme Lei n.º 10.994, de 14 de dezembro de 2004

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

E55 Empreendedorismo no Brasil : 2009 / Joana Paula Machado et al. Curitiba : IBQP, 2010.

165 p.

ISBN: 978-85-87466-13-8

1. Empreendedorismo Brasil. I. Felix, Júlio César. II. Greco, Simara Maria de Souza Silveira. III. Bastos Junior, Paulo Alberto. IV. Machado, Joana Paula. V. Silvestre, Rodrigo Gomes Marques. VI. Moraes, Andressa Autori de. VII. Côrtes, Ariane Marcela. VIII. Friedlaender Junior, Romeu Herbert. IX. Título

CDD (20.ed.) 658.42

CDU (2. ed.) 65.012.4(81)

IMPRESSO NO BRASIL/PRINTED IN BRAZIL

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL DO GEM

Babson College
 Universidad Del Desarrollo
 Reykjavik University
 London Business School
 Global Entrepreneurship Research Association (Gera)

PROJETO GEM BRASIL

INSTITUIÇÃO EXECUTORA

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Eduardo Camargo Righi – diretor presidente
 Maurício Fernando Cunha Smijtink – diretor executivo

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

Adelmir Santana – presidente do Conselho Deliberativo Nacional
 Paulo Tarciso Okamoto – diretor presidente
 Carlos Alberto do Santos – diretor técnico
 José Claudio do Santos – diretor de Administração e Finanças
 Enio Duarte Pinto – gerente da Unidade de Atendimento Individual
 Maria del Carmen Martin y Tomé Stepanenko – coordenadora de parcerias

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai/PR)

Rodrigo Costa da Rocha Loures – presidente
 João Barreto Lopes – diretor regional

Serviço Social da Indústria (Sesi/PR)

Rodrigo Costa da Rocha Loures – diretor regional
 José Antônio Fares – diretor superintendente

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação e Execução

Júlio César Felix
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Paulo Alberto Bastos Junior
Joana Paula Machado
Rodrigo Gomes Marques Silvestre
Andressa Autori de Moraes
Ariane Marcela Côrtes
Romeu Herbert Friedlaender Junior
Adriano Renzi
Maria Julia Jacubiak

Pesquisa de Campo com População Adulta

Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.

Pesquisa de Campo com Especialistas Nacionais em Empreendedorismo Entrevistadores

Ana Lúcia Soares Gonçalves
Milene Louise Gelenski
Paulo Alberto Bastos Junior
Suryane Nabhem Kalluf

Capa e Diagramação

Priscila Bavaresco
Marcelo Bacellar

Revisão

Tomás Eon Barreiros

**EMPREENDEDEDORISMO
NO BRASIL
2009**

SUMÁRIO

Lista de quadros	9
Lista de figuras	11
Agradecimentos	13
Apresentação	15
Prefácio	17
Introdução	19
1 Considerações preliminares e modelo metodológico	23
1.1 O Modelo GEM	25
1.2 Como o GEM mede o empreendedorismo	33
2 O empreendedorismo no Brasil em 2009	37
2.1 Atitudes empreendedoras e percepções	39
2.2 Atividade empreendedora	44
2.2.1 Idade e gênero no empreendedorismo brasileiro	56
2.3 Aspirações empreendedoras	58
2.3.1 Empreendedorismo de Alto Potencial de Crescimento	58
2.3.2 Orientação à inovação na atividade empreendedora	61
3 Empreendedorismo e a crise de 2008 - 2009	65
4 Financiamento ao empreendedor em 2008 - 2009	73
5 Avaliação dos especialistas nacionais - as Considerações que Afetam o Empreendedorismo - Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs)	83
6 Sumário sobre a atividade empreendedora dos países selecionados	97
Referências	129
Apêndice 1 Procedimentos operacionais de coleta de dados no País	133
1.1 Coleta de dados	135
1.1.1 Pesquisa com população adulta	137
1.1.2 Pesquisa com especialistas nacionais	140
1.1.3 Pesquisa em fontes secundárias	141
1.2 Processamento e tratamento dos dados	141
Apêndice 2 Principais dados, taxas e estimativas	143
Apêndice 3 Equipes e patrocinadores de GEM 2008 nos países	153

LISTA DE QUADROS

1 Evolução da pesquisa GEM Brasil (2001 a 2008)	
Temas e Aprimoramento metodológico	20
1.1 O papel do empreendedorismo em diferentes fases de desenvolvimento econômico	26
1.2 Descrição das Condições que Afetam o Empreendedorismo (EFCs)	30
1.3 Glossário de terminologias e principais medidas do GEM	35
2.1 Percepção de oportunidades e habilidades para iniciar um novo negócio - Brasil (2009)	39
2.2 Reconhecimento, valor social e presença na mídia de atividades empreendedoras - Brasil (2009)	40
2.3 Atitudes e percepções empreendedoras nos países segundo a fase de desenvolvimento econômico - GEM 2009	42
2.4 Atividade empreendedora nos países segundo a fase de desenvolvimento econômico - GEM 2009	45
2.5 Pessoas que encerram sua participação no empreendedorismo nos últimos 12 meses-descontinuidade - Brasil (2007-2009)	50
2.6 Setores de atividade dos empreendimentos em estágio inicial por grupos de países (2009)	55
2.8 Empreendedorismo por oportunidade e gênero (2002-2009)	57
2.8 Empreendedores segundo faixa etária - Brasil (2009)	58
2.9 Proporção de empreendedores segundo expectativa de criação de empregos - Brasil (2002-2009)	60
2.10 Empreendedores segundo conhecimento do produto - Brasil (2004-2009)	61
2.11 Empreendedores segundo quantidade de concorrentes - Brasil (2004-2009)	62
2.12 Empreendedores em estágio inicial e expectativa de exportação - Brasil (2004-2009)	64
5.1 Condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) mais positivas (+) e mais negativas (-), por países	87
ÁFRICA DO SUL	100
ARÁBIA SAUDITA	102
ARGENTINA	104
CHILE	106
CHINA	108
COLÔMBIA	110
ESTADOS UNIDOS	112
JAMAICA	114
JAPÃO	116
PERU	118
REINO UNIDO	120
RÚSSIA	122
UGANDA	124
VENEZUELA	126

Principais características da atividade empreendedora	126
A1.1 Países participantes da pesquisa de 2000 a 2009	135
A1.2 Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2009	139
A1.3 Especialistas entrevistados em 2009 - Brasil	140
A2.1 Características dos empreendedores segundo estágio - Brasil - 2009	145
A2.2 Características dos empreendedores segundo estágio - Brasil - 2009	146
A2.3 Características dos empreendimentos segundo estágio - Brasil - 2009	147
A2.4 Características dos empreendimentos segundo motivação - Brasil - 2009	149
A2.5 População dos países participantes do GEM 2009	151
APÊNDICE 3 – Equipes e patrocinadores do GEM 2008 nos países	155

LISTA DE FIGURAS

1.1 O modelo GEM	33
1.2 O processo empreendedor e definições operacionais do GEM	34
2.1 Taxa de empreendedores iniciais (TEA) por países (2009)	48
2.2 Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) no Brasil (2001:2009)	49
2.3 Razões expressas para a descontinuidade de negócios, por grupo de países (2009)	51
2.4 Evolução da taxa de empreendedores nascentes no Brasil (2001:2009)	52
2.5 Evolução da taxa de empreendedores novos no Brasil (2001:2009)	52
2.6 Motivação para empreender - Brasil (2001:2009)	53
2.7 Razão entre empreendedores por oportunidade e necessidade (TEA e nascentes) - Brasil (2001-2009)	54
2.8 Setores de atividade no empreendedorismo brasileiro (2002-2009)	55
2.9 Empreendedorismo e gênero no Brasil (2002-2009)	56
2.10 Empreendedorismo e faixa etária no Brasil	57
2.11 Taxa de empreendedorismo em estágio inicial de alto crescimento (HEA) por grupo de países (2004-2009)	59
2.12 Expectativa de geração de emprego	
Proporção de empreendedores em estágio inicial - Brasil (2004-2009)	60
2.13 Expectativa de inovação (produto x mercado) por grupos de países (2004-2009)	62
2.14 Inserção internacional de empreendimentos em estágio inicial, por grupos de países (2004-2009)	63
3.1 Comparação entre Brasil e USA	68
3.2 Produto interno bruto e empreendedorismo	69
3.3 Produto interno bruto e motivação para empreender	70
3.4 Comparação entre Brasil e EUA: motivação	71
4.1 Taxa de investimento informal no PIB (2009)	76
4.2 Percentual do investimento informal no PIB (2009)	77
4.3 Montante para começar um negócio e PIB Per Capita	79
4.4 Montante para começar um negócio: percentual acima ou abaixo da linha de tendência (2009)	79
4.5 Investimento " <i>Venture Capital</i> " no PIB	80
5.1 Avaliação das <i>Entrepreneurial Framework Conditions</i> (EFCs) pelos especialistas nacionais, por grupos de países 2009	85

AGRADECIMENTOS GEM 2010

O GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), fundado pela britânica London Business School e pelo americano Babson College, mede o nível de atividade empreendedora no mundo desde 1999. No Brasil, o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) é o responsável, desde o ano 2000, pelas informações coletadas e publicadas sobre o tema.

Nós do IBQP temos orgulho em realizar este trabalho e somos gratos a todos os colaboradores que, direta ou indiretamente, contribuem para o êxito deste levantamento de alcance internacional.

Nesses dez anos de atividades ininterruptas com o GEM, o Sebrae merece um agradecimento especial pela parceria na realização, disseminação dos resultados e articulação com outras organizações nacionais, valorizando o perfil empreendedor do cidadão brasileiro.

As seguintes instituições nacionais também têm nos ajudado nesses dez anos e merecem nossos especiais agradecimentos: a) a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), sempre apoiando nossas iniciativas; b) o Sesi/PR e o Senai/PR, parceiros constantes cujo interesse e apoio têm contribuído para garantir o sucesso do GEM no Brasil; c) o Instituto Bonilha, responsável pela coleta dos dados na pesquisa de campo.

Agradecemos ainda aos professores, cientistas, especialistas e pesquisadores brasileiros que, utilizando os resultados da pesquisa e colaborando com o desenvolvimento e a disseminação dos seus dados, engrandecem o estudo e o aprofundamento do tema empreendedorismo no Brasil.

Por fim, nossos agradecimentos ao cidadão brasileiro, com seu espírito empreendedor, que ajuda a desenvolver a economia nacional, pois acreditamos que a atitude empreendedora, com a criação de novas empresas e de novos postos de trabalho, são fundamentais para o crescimento econômico do país.

Eduardo Righi

Diretor presidente do IBQP

APRESENTAÇÃO

Somos agentes e testemunhas das mudanças dramáticas pelas quais o mundo passa. O que fazia sentido ontem já não o faz hoje e seguramente será irrelevante amanhã. O espírito empreendedor de criadores como Graham Bell e Henry Ford, embora presente sob novas roupagens, deve incorporar novas texturas e valores na sua relação com o meio e os recursos disponíveis para suas inovações. A preocupação com a sustentabilidade da ação humana e seus efeitos sociais e ambientais tornou-se hoje pré-requisito para todo novo empreendimento. Década após década, o *ranking* das melhores e maiores empresas listadas nas edições de revistas especializadas, como Forbes e Fortune, mostram rotatividade maior, poucas permanecendo ano após outro. Essa dinâmica de empresas se superando e tomando o lugar de antigas campeãs mostra a força e a importância da inovação e da ação estruturadas dos empreendimentos, com base no conhecimento do mercado, da tecnologia e dos instrumentos modernos de gestão.

A importância da atividade empreendedora que inova e traz nova riqueza à economia, gerando emprego e atendendo a necessidades sociais, está amplamente evidenciada. Os estudos do GEM confirmam essa constatação, revelando que, dentre os que empreendem, seja pelo motivo que for, são aqueles que buscam a inovação e almejam o crescimento do seu negócio os que realmente contribuem para o crescimento e evolução social. Como os demais países que estão na corrida pela liderança dos mercados globais, o Brasil, apesar de continuar a se destacar como possuidor de uma população empreendedora, requer ainda alguns avanços considerados críticos para que a verdadeira força do empreendedorismo possa cumprir seu papel histórico de transformação e criação do novo, garantindo, dessa forma, o tão almejado desenvolvimento sustentável.

No Brasil, a consolidação da estabilidade econômica e a manutenção do regime democrático têm criado oportunidades para novas conquistas da atividade empreendedora. A taxa de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) nacional foi a mais alta da série histórica da pesquisa GEM desde 2001. Em termos absolutos, o Brasil possui cerca de 33 milhões de pessoas desempenhando alguma atividade empreendedora. Em termos da TEA, o Brasil não figura mais entre os dez primeiros colocados da lista do GEM. Isso é resultado principalmente da entrada de novos países na pesquisa, que para a boa surpresa de toda a equipe são fortemente empreendedores e reforçam a importância de se conhecer o tema em novos lugares a cada ano.

O destaque desta edição da pesquisa GEM Brasil é que, apesar do forte impacto que a crise teve na atividade econômica mundial, o empreendedorismo nacional não se abalou. Observou-se certa aceleração do empreendedorismo por necessidade em detrimento daquele por oportunidade, mas ambos perceberam um incremento nas taxas. Esse fato é certamente explicado pelo impacto da crise sobre o emprego, particularmente sobre o emprego industrial, que é o primeiro a sentir a escassez de crédito, pois sem alternativa a indústria é levada a demitir. Por outro lado, o crescimento do empreendedorismo por oportunidade é fruto da natureza empreendedora da população brasileira, que, mesmo ao observar a crise, vê que ela será passageira e que após a tempestade boas oportunidades de negócios surgirão.

Com a divulgação à sociedade dos resultados da pesquisa no Brasil, esperamos contribuir com mais um passo na direção de um desenvolvimento realmente sustentável e que pautado na atividade empreendedora e na inovação, o país possa materializar o sonho de uma sociedade mais produtiva e com oportunidades para todos. Estudos como o GEM têm implicações importantes para a política pública e a definição das prioridades nacionais nesse âmbito. A inovação e o empreendedorismo já estão entre nossas prioridades, mas o que fazer de concreto depende de que entendamos melhor nossa realidade. O GEM dá uma contribuição inestimável para isso com esta nova publicação.

Rodrigo Costa da Rocha Loures

Presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP)

PREFÁCIO

Com esta edição, o Brasil completa um ciclo de dez anos de estudos ininterruptos sobre o universo empreendedor, por meio da pesquisa GEM. Trata-se de um feito raro no país, em que grande parte dos indicadores carece de série histórica.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) integra o grupo GEM desde 2000, quando a palavra “empreendedorismo” ainda soava estranha, por ser um conceito até então pouco difundido. De lá pra cá, o cenário do país melhorou bastante e o papel do Sebrae para a sociedade foi se ampliando, junto a novos e complexos desafios.

Em todos esses anos, flagramos a diminuição da mortalidade das empresas, o aumento da capacitação dos trabalhadores e um ambiente mais propício a novos negócios, a partir dos benefícios da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que hoje se encontra em seu terceiro ano de existência.

Esta edição da GEM analisa, entre vários fatores, os impactos do auge da crise mundial, em 2009. Uma das consequências disso é a queda no índice de empreendedores por oportunidade (os que têm vocação ou enxergam nichos de mercado). Na pesquisa anterior, para cada dois empreendedores por oportunidade havia um por necessidade. Hoje, a razão é de 1,6 para 1. Mas ao mesmo tempo é curioso observar que entre os empreendimentos nascentes houve aumento entre os que são motivados por oportunidade.

E novamente flagramos percentual maior de mulheres empreendedoras (53%) do que homens (47%). Mas é a primeira vez que a proporção do empreendedorismo feminino por oportunidade supera a do masculino na mesma condição. Estes e outros indicadores são bem mais relevantes, portanto, do que o *ranking* com as taxas de nações mais empreendedoras.

Em todo caso, o Brasil, que ao longo de dez anos de pesquisa GEM apresentou média de 13% de sua população economicamente ativa empreendendo, nesta edição registra taxa de 15%.

Como será visto nas páginas seguintes, esta edição oferece novos conceitos e metodologias, além de abordagens inéditas, na tentativa de aperfeiçoar os indicadores, que formam o mais completo retrato do empreendedorismo global em 54 países. Temos agora mais uma referência de estudo para formular novas políticas públicas dirigidas às micro e pequenas empresas. Boa leitura!

Paulo Tarciso Okamoto

Diretor presidente do Sebrae

INTRODUÇÃO

O relatório GEM Brasil 2009 tem em sua estrutura forte influência da estrutura da publicação internacional GEM 2009, que congrega análises de todos os países participantes do ciclo. Alguns trechos deste documento, por tratarem de conteúdos sobre empreendedorismo e aspectos metodológicos da pesquisa ou análises gerais do empreendedorismo global, são adaptações diretas do texto *Global Entrepreneurship Monitor 2009 – Executive Report*¹, o relatório internacional do GEM. Essa opção deve-se a importantes aprimoramentos aplicados ao modelo teórico do GEM de 2008 para 2009, cujas informações são fundamentais para a compreensão das análises nacionais. Os principais aprimoramentos se referem (a) ao novo critério para o agrupamento dos países (*factor-driven*, *efficiency-driven* e *innovation driven*) e (b) à introdução de algumas mudanças, no âmbito internacional, na forma de abordagem da dinâmica empreendedora nos países, especialmente no tocante às atitudes, atividades e aspirações empreendedoras. Assim, optou-se por essa alternativa na elaboração deste relatório com o intuito de se manterem a lógica e a similaridade com o que é proposto pela coordenação internacional da pesquisa GEM, expresso em seu relatório lançado em janeiro deste ano.

Uma característica marcante do GEM no Brasil, que se mantém e se aperfeiçoa, é o processo de constante evolução pelo qual ele vem passando desde 2000, ano em que a pesquisa começou a ser feita no país (ver quadro 1). Esse traço põe em relevo, a cada novo ciclo, as características da dinâmica empreendedora a partir de perspectivas diferentes e variadas, tornando os documentos oficiais do GEM um produto esperado e saudado pela sociedade brasileira a partir de seu lançamento.

¹BOSMA, N; LEVIE, J. *Global Entrepreneurship Monitor 2009 – Executive Report*. Santiago: Global Entrepreneurship Research Association, 2010.

**QUADRO 1 – EVOLUÇÃO DA PESQUISA GEM BRASIL (2001 A 2008)
TEMAS E APRIMORAMENTO METODOLÓGICO**

2001	Principais taxas. Condições para empreender. Motivação para empreender. Dados comparativos entre países. Características dos empreendimentos.
2002	Empreendedorismo de alto potencial de crescimento. Relação entre empreendedorismo e crescimento econômico dos países. Fontes de recursos para empreender. Investidores informais.
2003	Contextualização detalhada a partir de pesquisas secundárias. Tópicos especiais: investidores em capital de risco no Brasil e novos habitats do empreendedorismo e a questão de gênero. Proposições para a melhoria do empreendedorismo no Brasil.
2004	Correlações entre o empreendedorismo e a economia global. Caracterização dos grupos de países segundo renda <i>per capita</i> . Mentalidade empreendedora no Brasil. Empreendedorismo social.
2005	Caracterização dos empreendedores estabelecidos. Detalhamentos dos estudos comparativos com outros países. A inovação no empreendedorismo no Brasil. O negócio na composição da renda do empreendedor. Expectativa de geração de emprego e inserção internacional. Busca de orientação e aconselhamento pelo empreendedor. Resumo das atividades dos demais países participantes da pesquisa GEM.
2006	Cálculo do potencial de inovação dos empreendimentos. Identificação do empreendedorismo brasileiro. Políticas e programas educacionais voltados ao empreendedor. Descontinuidade dos negócios no Brasil. Implicações para formuladores de políticas públicas.
2007	Empreendedorismo brasileiro em perspectiva comparada. Financiamento do empreendedorismo no Brasil. Aspectos socioculturais da atividade empreendedora no Brasil sob perspectiva comparada. Acesso à informação e à tecnologia pelo empreendedor brasileiro. Razões para a descontinuidade dos negócios no Brasil. Empreendedores em série. Descrição de programas voltados ao empreendedorismo.
2008	Absorção de inovações na sociedade brasileira. Redes de relacionamento e de informações do empreendedor. Intraempreendedorismo. Educação e capacitação para o empreendedorismo no Brasil.

Fonte: GEM Brasil

Este relatório reflete a décima participação consecutiva do Brasil nos ciclos anuais da pesquisa GEM. Cada vez mais, percebe-se a importância e a necessidade de conhecimento vasto sobre a realidade empreendedora dos países a fim de se compreender o papel da dinâmica de criação de novas empresas no desenvolvimento nacional e em especial a sua função diante de momentos de crise e recessão.

O primeiro capítulo deste relatório é dedicado a uma explicação da metodologia GEM, explicitando o modelo conceitual adotado na pesquisa, no qual a interpretação dos resultados visa à compreensão do empreendedorismo segundo *attitudes* da população face ao fenômeno do empreendedorismo, o

nível da atividade empreendedora e as aspirações dos empreendedores que revelam as expectativas do indivíduo para com o desenvolvimento do seu empreendimento. No primeiro capítulo, são detalhados ainda os critérios de agrupamento dos países para efeito de análises que têm como base a classificação proposta no Relatório de Competitividade Global 2009-2010, assim como o detalhamento teórico empírico dos principais indicadores produzidos pelo GEM. O capítulo 2 detalha o resultado dos três componentes interativos da dinâmica do empreendedorismo: atitudes, atividade e aspiração empreendedoras, utilizando os achados da pesquisa com a população adulta numa perspectiva evolutiva dos dez anos da pesquisa GEM no Brasil e de forma comparada com os demais países participantes da pesquisa em 2009. O capítulo 3 focaliza o impacto da crise econômica mundial sobre o empreendedorismo e o papel da atividade empreendedora diante da crise. No capítulo 4, é apresentado de forma sucinta o estudo desenvolvido pelo professor Willian Bygrave acerca das fontes de financiamento ao empreendedorismo no mundo, acrescido de informações relativas a esse contexto no caso brasileiro, em especial a participação do investidor informal na criação de novos empreendimentos. O capítulo 5 explora a avaliação das condições nacionais para se empreender, na perspectiva dos especialistas nacionais em empreendedorismo. Esse capítulo é finalizado com uma compilação das principais contribuições para o aprimoramento da dinâmica empreendedora no Brasil feitas pela equipe GEM Brasil a partir das opiniões emitidas pelos mais de 300 especialistas entrevistados ao longo desses dez anos. O sexto e último capítulo traz um resumo da atividade empreendedora de alguns países escolhidos, alguns deles a fim de representar cada um dos grupos de países analisados, e outros que são de especial interesse comparativo com o Brasil. A título de informação, apresenta em seus apêndices tabelas sintéticas dos principais resultados da pesquisa GEM Brasil 2009, procedimentos operacionais de coleta de dados realizado em 2009 e o quadro nominativo de todas as equipes nacionais participantes, bem como as instituições executoras e patrocinadoras da pesquisa.

1

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES E MODELO METODOLÓGICO

1.1 O Modelo GEM

O GEM está centrado em três objetivos principais:

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.

Nos primeiros relatórios do GEM, eram incluídos apenas os países de alta renda. Gradativamente, o número de países participantes da pesquisa foi sendo ampliado a ponto de 54 países participarem do ciclo 2009 da pesquisa, representando um aumento de mais de 25% no número de países em relação a 2008. Esses países variam muito em termos de desenvolvimento econômico. Como auxílio para apresentação dos resultados, os países foram classificados em três categorias¹: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, doravante tratadas aqui como países *factor-driven*, 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 *efficiency-driven*; (iii) economias baseadas na inovação ou simplesmente *innovation-driven* (Schwab, 2009).

Para Bosma e Levie (2010), existe um amplo consenso sobre a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico. As características da atividade empreendedora e o perfil de inovação na estrutura produtiva determinam a velocidade das mudanças estruturais na economia, introduzindo nova concorrência e contribuindo para a produtividade.

Embora importante, a contribuição dos empreendedores para uma economia também varia de acordo com a fase de desenvolvimento econômico em que essa economia se encontra. Maiores detalhes sobre o papel do empreendedorismo em diferentes fases de desenvolvimento econômico são fornecidos no quadro 1.1. Diversos agrupamentos já foram efetuados para tentar elucidar melhor a relação entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico, como, por exemplo, a correlação entre taxas de empreendedorismo e PIB *per capita*, crescimento econômico anual dos países, segmentação por áreas geográficas.

A partir de 2008, coincidindo com uma fase de maior abertura institucional do GEM no que tange a interações com outras organizações que desenvolvem

¹Essa classificação coincide com a utilizada no mais recente Relatório de Competitividade Global do Fórum Econômico Mundial (Schwab, 2009).

estudos e pesquisas afeitos à temática do empreendedorismo, optou-se por utilizar a classificação proposta pelo Fórum Econômico Mundial em seus documentos que estudam a competitividade global. Essa escolha agrega valor à pesquisa pelo fato de ser compartilhada e respaldada por diversas entidades preocupadas com a competitividade e o desenvolvimento globais, reduzindo também a arbitrariedade unilateral na escolha da classificação analítica dos países.

QUADRO 1.1 – O PAPEL DO EMPREENDEADORISMO EM DIFERENTES FASES DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Empreendedorismo em países *factor-driven*.

O desenvolvimento econômico é composto de mudanças na quantidade e nas características do valor econômico adicionado. Essas alterações resultam em maior produtividade e aumento do rendimento per capita, o que muitas vezes coincide com a migração de mão de obra entre os diferentes setores econômicos da sociedade, por exemplo, dos setores primário e extrativista para o setor produtivo e, eventualmente, serviços (Gries; Naude, 2008). Os países com baixos níveis de desenvolvimento econômico (*factor-driven countries*) têm tipicamente um grande setor agrícola, que fornece subsistência para grande parte da população, que na sua maioria ainda vive no campo. Essa situação altera-se assim que a atividade industrial começa a se desenvolver, muitas vezes em torno da extração de recursos naturais. Com a indústria extrativista se desenvolvendo, ocorre crescimento econômico, levando a população excedente da agricultura a migrar em direção a setores industriais intensivos em mão de obra, que são muitas vezes localizados em regiões específicas. O resultado do excesso de oferta de mão de obra alimenta o empreendedorismo de subsistência (por necessidade) em aglomerações regionais, com os trabalhadores procurando criar oportunidades de autoemprego a fim de ganhar a vida.

Em 2009, os países participantes da pesquisa GEM enquadrados nessa categoria são: Argélia, Guatemala, Jamaica, Líbano, Marrocos, Arábia Saudita, Síria, Tonga, Uganda, Venezuela, Cisjordânia e Faixa de Gaza e Iêmen.

Empreendedorismo em países *efficiency-driven*

Com o setor industrial se desenvolvendo mais, instituições começam a surgir para apoiar a industrialização e a busca de maior produtividade por meio de economias de escala. Normalmente, as políticas econômicas nacionais nessas economias emergentes moldam suas instituições econômicas e financeiras para favorecerem grandes empresas nacionais. Como o aumento da produtividade econômica contribui para a formação do capital financeiro, nichos podem ser abertos nas cadeias de fornecimento de serviços industriais. Combinado com o fornecimento de capital financeiro do setor bancário, isso estimula oportunidades para o desenvolvimento de pequenas e micro empresas da indústria de transformação que atuam em pequena escala.

Em 2009, os países participantes da pesquisa GEM enquadrados nessa categoria são: Argentina, Bósnia e Herzegovina, Brasil, Chile, China, Colômbia, Croácia, República Dominicana, Equador, Hungria, Irã, Jordânia, Letônia, Malásia, Panamá, Peru, Romênia, Rússia, Sérvia, África do Sul, Tunísia e Uruguai.

QUADRO 1.1 – O PAPEL DO EMPREENDEDORISMO EM DIFERENTES FASES DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Empreendedorismo em economias baseadas na inovação – *innovation-driven*

Quando uma economia amadurece e aumenta sua riqueza, pode-se esperar que a ênfase na atividade industrial mude gradualmente em direção a uma expansão em setores voltados às necessidades de uma população cada vez mais rica, provendo serviços normalmente esperados em uma sociedade de alta renda. O setor industrial evolui, gerando melhorias em termos de variedade e sofisticação da produção. Tal desenvolvimento está tipicamente associado ao aumento nas atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e à intensidade de conhecimento empregado nas atividades produtivas. Concomitantemente, ganham destaque instituições geradoras de conhecimento, tais como institutos de pesquisa, universidades, incubadoras de empresas, entre outros arranjos institucionais. Esse desenvolvimento abre o caminho para o desenvolvimento do empreendedorismo inovador baseado na oportunidade. Muitas vezes, as pequenas empresas inovadoras e empreendedoras desfrutam de uma vantagem em relação às grandes empresas: a capacidade de inovar permite-lhes funcionar como “agentes de destruição criativa”. À medida que as instituições econômicas e financeiras criadas durante a fase expansão da escala de produção da economia são capazes de acolher e apoiar a atividade empreendedora inovadora, baseada na oportunidade, podem emergir como importantes motores do crescimento econômico e da criação de riqueza.

Em 2009, os países participantes da pesquisa GEM enquadrados nessa categoria são: Bélgica, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hong Kong, Islândia, Israel, Itália, Japão, Coreia do Sul, Holanda, Noruega, Eslovênia, Espanha, Suíça, Reino Unido, Emirados Árabes Unidos e Estados Unidos.

Fonte: Bosma; Levie (2010).

Empreendedorismo: atitudes, atividade e aspirações

Como asseveram Bosma e Levie (2010), diferentes opiniões e diferentes definições sobre o empreendedorismo podem ser observadas na literatura acadêmica, em documentos políticos e na mídia. O modelo GEM aceita a natureza multifacetada do empreendedorismo. Ele reconhece 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.

Pela primeira vez, a série dos relatórios Empreendedorismo no Brasil apresentará os resultados utilizando essa nova abordagem proposta pela equipe de coordenação internacional do GEM. Ressalte-se, porém, que utilizar essa nova abordagem não implica deixar de apresentar indicadores tradicionalmente

apresentados nos relatórios nacionais. Frise-se que essa abordagem consiste apenas uma nova lógica de agrupamento dos resultados em blocos.

De acordo com a metodologia GEM, *atitudes empreendedoras* são atitudes manifestadas na forma de opiniões e percepções que a sociedade desenvolve face a este fenômeno sociocultural e econômico que é o empreendedorismo. Por exemplo: em que medida as pessoas percebem que existem boas oportunidades para iniciar um negócio, ou o *status* que têm os empreendedores perante uma comunidade. Esses fatores podem ser qualificados como *atitudes empreendedoras*. Outras atitudes relevantes podem incluir o nível de risco que os indivíduos estão dispostos a suportar e a avaliação que fazem sobre suas próprias habilidades, conhecimentos e experiência na criação de novos negócios.

Para Bosma e Levie (2010), as *atitudes empreendedoras* podem influenciar as taxas de empreendedorismo, mas também podem ser influenciadas por elas. Por exemplo, a legitimidade do empreendedorismo na sociedade, expressa em atitudes empreendedoras positivas, pode ser influenciada pelo fato de as pessoas conhecerem alguém que começou um empreendimento recentemente. Indivíduos que conhecem outras pessoas que iniciaram recentemente um negócio podem, pela familiaridade com o processo, considerar mais legítimo, aceitável e recomendável o ato de empreender. A avaliação das *atitudes empreendedoras* é importante porque expressa o sentimento geral da população para com os empreendedores e seus empreendimentos. Os países precisam de pessoas que reconhecem as oportunidades de negócio e percebem que têm as habilidades necessárias para explorar essas oportunidades. Além disso, se as atitudes de uma sociedade perante o empreendimento são positivas, isso tende a gerar uma rede de apoio e benefícios relevantes para aqueles que já são empreendedores ou ainda para os que desejam iniciar um negócio.

A *atividade empreendedora* pode assumir muitas formas, mas o aspecto mais importante é a quantidade de pessoas em meio à população de um determinado país que estão criando novos negócios (números absolutos e relativos). Da mesma forma, é relevante conhecer o quanto as pessoas realizam o processo inverso, ou seja, o fechamento de negócios. Dentro do campo da abertura de novos negócios, diferentes características em relação ao empreendedorismo podem ser observadas. Por exemplo: a criação de negócios poderá variar de acordo com o setor da atividade econômica pretendida, a quantidade de

sócios fundadores e o perfil jurídico do empreendimento, além de aspectos demográficos relativos ao indivíduo empreendedor, como gênero, idade e escolaridade. A *atividade empreendedora* é vista pelo GEM como um processo e não um evento. É por isso que se mede o empreendedorismo segundo seu estágio (nascente, novo ou estabelecido) e descontinuidade (fechamento) do negócio. Dito de outra forma, os indicadores referentes à *atividade empreendedora* apresentam um viés puramente quantitativo, pois são medidas objetivamente obtidas por meio de perguntas diretas que retratam uma situação presente e real da vida dos indivíduos entrevistados (Bosma; Levie, 2010).

A *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. Não representam, portanto, um dado real, passível de verificação *in loco*. São afirmações que, muitas vezes, remetem a um tempo futuro e indicam uma avaliação subjetiva por parte do empreendedor entrevistado. No conjunto de empreendedores de um país, constatam-se diferenças no que tange, por exemplo, a suas aspirações de introdução de novos produtos no mercado, de adoção de novos processos de produção, de inserção em mercados estrangeiros, para geração de postos de trabalho, entre outras. Os diferentes fatores das *aspirações empreendedoras* refletem, em última análise, algo de ambição e ousadia por parte dos empreendedores, já que revelam a intenção de crescimento e desenvolvimento dos negócios. O GEM criou medidas que captam tais aspirações.

Condições que afetam o empreendedorismo

As *condições que afetam o empreendedorismo* (*Entrepreneurship Framework Conditions – EFC*) 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 *factor-driven* e *efficiency-driven* diferem das requeridas em países *innovation-driven*, e a metodologia GEM contempla análises em todas as perspectivas, dada a amplitude conceitual e operacional das EFCs (quadro 1.2).

QUADRO 1.2 – DESCRIÇÃO DAS CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO (EFCs)

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 à 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 e a experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.

EFC 4.1: Trata dos Ensinos 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.

QUADRO 1.2 – DESCRIÇÃO DAS CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO (EFCs)

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 e a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.

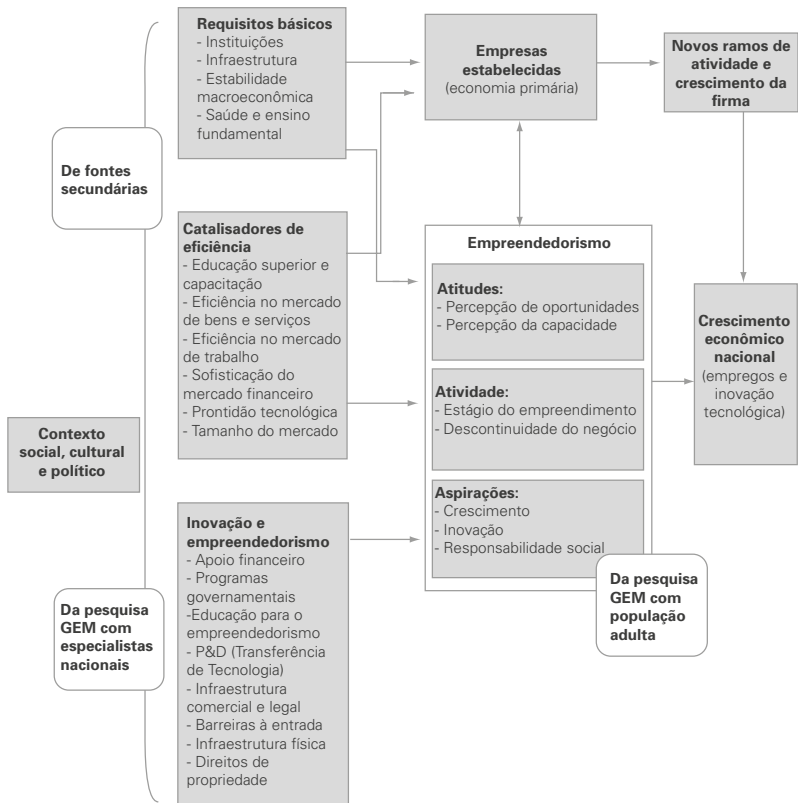
O modelo GEM é apresentado na figura 1.1. Para países *factor-driven*, a ênfase é colocada sobre os requisitos básicos: desenvolvimento das instituições, infraestrutura, estabilidade macroeconômica, saúde e educação primária. Esses requisitos básicos são necessários e podem ser suficientes para sustentar o empreendedorismo por necessidade, mas podem ser insuficientes para alimentar formas mais sofisticadas de empreendedorismo por oportunidade. É importante perceber que o modelo não sugere que o empreendedorismo baseado em necessidade deve ser desencorajado. Por exemplo, em países com um ambiente político estável, empreendedores por necessidade poderão dar melhor qualidade de vida para suas famílias, assim como fortalecer a educação

de seus filhos. Isso poderia dar-lhes uma melhor posição no mercado de trabalho ou qualificação aprimorada para se tornarem futuros empreendedores por oportunidade. Ou seja, a criação de negócios que sejam sustentáveis em longo prazo é importante não apenas para a atividade econômica local, mas para garantir melhores condições de vida para as próximas gerações (Bosma; Levie, 2010).

Segundo Bosma e Levie (2010),

Para as economias mais desenvolvidas *efficiency-driven* progredirem cada vez mais, outras condições, chamadas catalisadores de eficiência, são necessárias para garantir o bom funcionamento do mercado, gerando maior atratividade econômico-financeira em ser empregado do que em ser empreendedor por necessidade, em uma perspectiva individual, e mais eficiência, em uma perspectiva nacional. O fomento ao desenvolvimento de uma economia de escala favorece o aparecimento de empreendedores e empreendimentos mais intensos em conhecimento e tecnologia e de crescimento acelerado. Mesmo essas condições (catalisadores de eficiência) não estão diretamente relacionadas com o empreendedorismo no sentido schumpeteriano, contudo, apresentam uma relação indireta ao desenvolver melhor os mercados, atraindo assim mais empreendimentos por oportunidade. Para os países ricos, com altos custos trabalhistas, cujo desenvolvimento econômico é orientado principalmente à inovação, as EFCs são mais importantes como alavancas do desenvolvimento econômico do que a presença dos requisitos básicos ou dos catalisadores de eficiência.

FIGURA 1.1 – O MODELO GEM



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

1.2 Como o GEM mede o empreendedorismo

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 (ver Bosma *et al.*, 2009, p. 12). 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. O pagamento de qualquer remuneração por mais de três meses a alguém, incluindo os proprietários, é considerado o evento de “nascimento” concreto

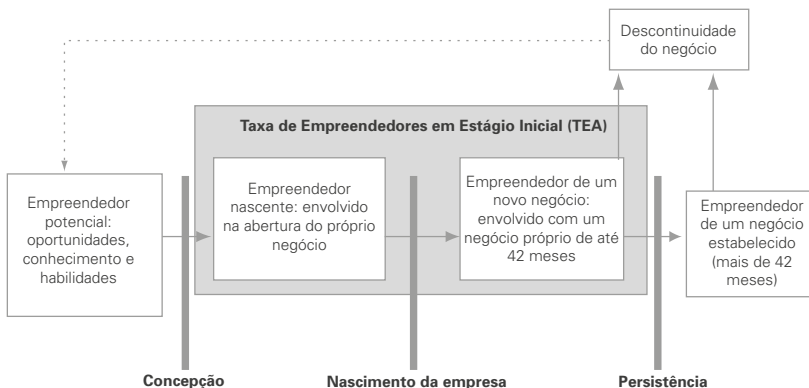
de um empreendimento, segundo a metodologia GEM. Os indivíduos que estão ativamente comprometendo recursos (tempo e/ou dinheiro) para iniciar um negócio de que sejam proprietários, mas que não chegou a esse evento de “nascimento”, são rotulados como *empreendedores nascentes*. Os indivíduos que são proprietários e gerenciam um novo negócio que remunerou alguém mais de três e menos de 42 meses são conhecidos como *empreendedores novos*. O ponto de corte de 42 meses foi feito a partir de fundamentos teóricos e operacionais, tomando por base que uma grande parcela dos novos empreendimentos não sobrevive além de três ou quatro anos.

A composição das taxas de empreendedores nascentes e novos leva ao indicador mais importante na pesquisa GEM, que é a taxa de *empreendedores em estágio inicial*, conhecida também por TEA. Ela representa a dinâmica da criação de novos negócios pela população de um país.

Um empreendedor é considerado *estabelecido* quando o empreendimento por ele criado está em operação há mais de 42 meses. Altas taxas de empreendedores estabelecidos podem indicar condições positivas para a sobrevivência da empresa. Finalmente, o GEM identifica os indivíduos que interromperam (descontinuaram) um negócio nos últimos 12 meses. Esses indivíduos podem entrar no processo empreendedor novamente.

A figura 1.2 sintetiza o processo empreendedor e as definições operacionais do GEM.

FIGURA 1.2 – O PROCESSO EMPREENDEDOR E DEFINIÇÕES OPERACIONAIS DO GEM



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

O quadro 1.3 contém definições específicas dos indicadores de atitudes, atividades e aspirações empreendedoras utilizados no presente relatório.

QUADRO 1.3 – GLOSSÁRIO DE TERMINOLOGIAS E PRINCIPAIS MEDIDAS DO GEM

Medida	Descrição
Atitudes e Percepções Empreendedoras	
Percepção de oportunidades	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que identifica boas oportunidades de iniciar um negócio na localidade em que vive.
Percepção de capacidades	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que acredita ter as habilidades e conhecimentos necessários para iniciar um negócio.
Taxa de medo do fracasso	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que percebe boas oportunidades de negócio e afirma que o medo de fracassar impediria de montar um negócio.
Intenção de empreender	Porcentagem da população (18 – 64 anos; indivíduos não envolvidos com a atividade empreendedora) que pretende iniciar um negócio dentro de três anos.
Empreendedorismo como escolha de carreira aceitável	Porcentagem 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	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país, empreendedores de sucesso possuem elevado <i>status</i> perante a sociedade.
Atenção da mídia para o empreendedorismo	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país são vistas na mídia em geral histórias sobre o sucesso de novos negócios e empreendedores.
Atividade empreendedora	
Taxa de empreendedores nascentes	Porcentagem da população (18 – 64 anos) ativamente envolvida na estruturação de um negócio do qual será proprietária. Esse negócio ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de três meses.
Taxa de empreendedores novos	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que administra um novo negócio do qual é proprietária, negócio este que pagou salários, pró-labores 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)	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que é empreendedor nascente ou novo (cf. definição acima).
Taxa de empreendedores estabelecidos	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que administra e é proprietária de um negócio estabelecido, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de pagamento para os proprietários por mais de 42 meses.
Taxa de descontinuidade de negócios	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que nos últimos 12 meses encerrou sua participação em um negócio, vendeu, desistiu ou teve qualquer outra forma de descontinuidade de um empreendimento de que era administradora e proprietária. Obs.: esta não é uma medida de falha nos negócios.
Empreendedorismo por necessidade	Taxa - Porcentagem da população (18 – 64 anos) envolvida com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho. Proporção - Porcentagem de empreendedores em estágio inicial envolvidos com empreendedorismo por não terem outra opção de trabalho.
Empreendedorismo por oportunidade	Taxa - Porcentagem da população (18 – 64 anos) envolvida com empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho e sim por ter identificado uma oportunidade de negócio que desejou perseguir. Proporção - Porcentagem de empreendedores em estágio inicial envolvidos com empreendedorismo por oportunidade (conforme descrito acima).

QUADRO 1.3 – GLOSSÁRIO DE TERMINOLOGIAS E PRINCIPAIS MEDIDAS DO GEM

Medida	Descrição
Aspirações empreendedoras	
Empreendedorismo em estágio inicial de alto crescimento (HEA)	Porcentagem da população (18 – 64 anos) que é empreendedora em estágio inicial e espera gerar pelo menos 20 postos de trabalho no prazo de cinco anos.
Empreendedorismo em estágio inicial orientado a novos produtos e mercados	Porcentagem de empreendedores em estágio inicial que indicam que seus produtos e serviços serão considerados novos para pelo menos alguns de seus clientes e afirmam não haver muitos concorrentes oferecendo o mesmo produto ou serviço na sua localidade de atuação.
Empreendedorismo com inserção internacional	Porcentagem de empreendedores em estágio inicial em que mais de 25% de seus clientes são provenientes de outros países.

2

O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL EM 2009

Este capítulo mostra como as atitudes, atividades e aspirações empreendedoras se comportaram no Brasil em 2009, considerando uma perspectiva longitudinal na qual se avalia a evolução dos indicadores ao longo dos anos, assim como a inserção do país no contexto internacional.

2.1 Atitudes empreendedoras e percepções

Como dito anteriormente, para a atividade empreendedora ocorrer em um país, as oportunidades para o empreendedorismo e a capacidade de empreender devem estar presentes. No entanto, é igualmente importante os indivíduos perceberem as oportunidades de iniciar um negócio no ambiente em que vivem e que eles percebam que possuem a capacidade necessária para iniciar um negócio. 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).

No Brasil, nota-se (quadro 2.1) uma avaliação positiva em relação tanto à existência de oportunidades no ambiente quanto à existência de capacidade individual para a abertura de novos negócios. É importante notar que, de forma esperada, a percepção se mostra mais positiva entre os empreendedores em estágio inicial.

QUADRO 2.1 – PERCEPÇÃO DE OPORTUNIDADES E HABILIDADES PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO - BRASIL (2009)

Afirmações	Empreendedores		População Total
	Iniciais	Estabelecidos	
	Proporção (%)		
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem	57,3	48,1	47,9
Consideram possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para começar um novo negócio	72,0	69,3	56,9

Fonte: Pesquisa GEM, 2009

De acordo com Bosma e Levie (2010),

Há mais do que esses fatores em jogo. Se as pessoas veem mais e mais empresários bem sucedidos em sua localidade ou na mídia, isso afeta o reconhecimento e o valor social do empreendedor no seio de uma sociedade, além de poder aumentar a percepção de suas próprias capacidades (não implicando necessariamente o aumento das capacidades reais). Esse efeito pode ser mais forte quando

o clima econômico é favorável. Além disso, pode haver diferenças demográficas na (percebida) capacidade empreendedora devido a razões históricas de natureza socioeconômica ou cultural. Nesse sentido, é possível afirmar que são pertinentes políticas e programas públicos ou privados que atuem em públicos-alvo de percepção mais negativa em relação às capacidades empreendedoras, assim como a atuação na melhoria de capacidades reais.

QUADRO 2.2 – RECONHECIMENTO, VALOR SOCIAL E PRESENÇA NA MÍDIA DE ATIVIDADES EMPREENDEDORAS - BRASIL (2009)

Afirmações	Empreendedores		População Total
	Iniciais	Estabelecidos	
	Proporção (%)		
Afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	54,2	49,3	35,6
Consideram que no Brasil a maioria das pessoas avalia o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	70,2	69,3	80,3
Consideram que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar em um novo negócio têm <i>status</i> e respeito perante a sociedade	68,3	66,2	79,4
Consideram que no Brasil se veem frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	73,3	74,4	78,3

Fonte: Pesquisa GEM, 2009

Pode-se depreender, a partir dos dados apresentados no quadro 2.2, que a sociedade brasileira é, em larga escala, receptiva aos empreendedores e seus empreendimentos, da mesma forma que tem se acostumado a ver cada vez mais histórias relacionadas à criação de novos negócios na mídia. De modo concreto, essas condições contribuem sobremaneira para a criação de um caldo cultural propício para a dinâmica do empreendedorismo.

No transcorrer do processo de empreender, existem várias avaliações a serem feitas pelos indivíduos, realizadas ou não de forma consciente. Primeiro, há a avaliação dos custos de oportunidade, que consiste em comparar o retorno esperado do empreendimento com alguma atividade alternativa. A alternativa mais comum é “ser empregado”. Estar empregado pode ser uma opção mais atraente para muitos, especialmente em países onde as oportunidades de emprego são escassas e empreender, em geral, não é muito gratificante. Há também uma avaliação de risco-recompensa. Mesmo que o retorno esperado do empreendimento seja consideravelmente maior do que a melhor alternativa, a percepção dos riscos envolvidos também pode ser muito alta para

quem está pensando em começar um negócio. A tolerância de um indivíduo ao risco pode ser um fator significativo na transição do empreendedorismo potencial (ou latente) à atividade empreendedora efetivada (Khilstrom; Laffont, 1979, citados por Bosma; Levie, 2010). Ao mesmo tempo, o indivíduo também pode ser influenciado por características demográficas, como idade, sexo, origem ou etnia, e também pelas instituições à sua volta. Por exemplo, a legislação de falência pode afetar as atitudes dos indivíduos. As pessoas mais velhas podem incluir a sua saúde e as especificidades do sistema de saúde na avaliação de risco-recompensa, enquanto imigrantes podem perceber menos opções alternativas para ganhar a vida.

Avaliações intrínsecas, como descrito acima, podem conduzir a uma intenção proclamada (e subsequente ação) para iniciar um negócio típico do empreendedorismo por oportunidade, haja vista que a decisão de empreender deriva de uma escolha feita entre mais de uma alternativa. Para muitas pessoas, o envolvimento no empreendedorismo se dá por necessidade: simplesmente não existem outras opções para ganhar a vida e não há uma avaliação comparativa a ser feita.

Todo ano, o GEM pergunta aos entrevistados se o medo do fracasso os impediria de criar uma empresa. No Brasil, mais uma vez, nota-se uma postura considerada positiva no que tange à inserção em atividades empreendedoras, pois apenas 32% dos respondentes teria no medo um fator impeditivo para o início de um novo negócio. Percentual semelhante é verificado quando se restringe o foco da análise apenas para aqueles que percebem boas oportunidades de negócios: nesse contexto, 30% manifestam que o medo do fracasso é um bloqueio para iniciar um empreendimento, percentual abaixo da média de todos os grupos de países (quadro 2.3).

O quadro 2.3 enumera vários indicadores GEM relativos às atitudes e percepções dos indivíduos sobre o empreendedorismo em cada uma das 54 nações do GEM 2009. Alguns países têm a percepção favorável do empreendedorismo combinada com baixos índices de intenção de empreender (esse indicador é tomado a partir dos indivíduos não envolvidos com atividade empreendedora). Esse é o caso de muitas economias europeias voltadas à inovação (*innovation-driven*). Em outras palavras, apesar de as atitudes e percepções para o empreendimento serem bastante altas, a atratividade de se envolver em empreendedorismo parece ser baixa para muitos europeus, em comparação com outras possíveis fontes de renda.

Para muitos países *factor-driven* ou *efficiency-driven*, nota-se que a diferença entre a percepção de oportunidades e intenções empreendedoras é relativamente pequena. Não é de surpreender, portanto, que esses países

tenham proporções relativamente elevadas de atividade empreendedora baseada na necessidade, ou seja, em muitos casos, as pessoas manifestam sua intenção de empreender baseadas mais em uma questão de necessidade pessoal e familiar do que devido à identificação de uma oportunidade interessante de negócio.

Outro aspecto que chama a atenção diz respeito à percepção das capacidades pessoais para se iniciar um empreendimento. O resultado revela que, no grupo de países de menor desenvolvimento econômico, maior é a percepção de possuir os conhecimentos requeridos para a condução de um empreendimento. O oposto também se verifica: no grupo de países *innovation-driven*, registra-se a menor média nesse indicador. Esse aparente contrassenso pode ser explicado por duas vertentes: nos países *factor-driven*, dada a singeleza e rudimentariedade dos empreendimentos tradicionalmente criados, a população percebe que de fato possui as capacidades requeridas para tais empreendimentos. Na segunda perspectiva, em função dos baixos níveis de escolaridade e capacitação para o empreendedorismo, as pessoas sequer supõem que não possuem determinados conhecimentos úteis e necessários para uma carreira empreendedora. De maneira inversa, explica-se a menor percepção obtida entre os países mais desenvolvidos: o ambiente de negócios é mais complexo, exigindo mais dos empreendedores, e a consciência das lacunas de capacitação se mostram presentes como reflexo da melhor qualidade da educação nesses países.

QUADRO 2.3 – ATITUDES E PERCEPÇÕES EMPREENDEDORAS NOS PAÍSES SEGUNDO A FASE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO GEM 2009

	Percepção de oportunidade	Percepção de capacidade	Medo do fracasso*	Intenção de empreender**	Empreendedorismo como boa opção de carreira	Elevado status dos empreendedores de sucesso
Factor-driven						
Argélia	50	56	31	22	57	55
Guatemala	58	68	32	18	76	72
Jamaica	45	81	24	29	79	78
Libano	56	82	18	22	85	79
Marrocos	56	83	22	39	85	78
Arábia Saudita	67	75	41	34	81	90
Síria	59	66	16	54	90	91
Tonga	59	57	64	6	90	51
Uganda	75	86	28	58	82	85
Venezuela	52	64	24	29	77	72
Cisjordânia e Faixa de Gaza	52	63	33	24	87	79
Iêmen	16	62	61	9	94	97
Média	54	70	33	29	82	77

QUADRO 2.3 – ATITUDES E PERCEÇÕES EMPREENDEDORAS NOS PAÍSES SEGUNDO A FASE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO GEM 2009

	Percepção de oportunidade	Percepção de capacidade	Medo do fracasso*	Intenção de empreender**	Empreendedorismo como boa opção de carreira	Elevado status dos empreendedores de sucesso
<i>Efficiency-driven</i>						
Argentina	48	70	34	14	69	75
Bósnia e Herzegovina	37	63	28	17	74	58
Brasil	48	57	30	21	80	79
Chile	54	71	21	35	87	71
China	28	41	32	23	69	79
Colômbia	54	68	27	57	90	76
Croácia	38	63	32	8	70	50
República Dominicana	52	82	26	25	92	88
Equador	48	77	31	31	79	72
Hungria	4	47	36	13	43	71
Irã	37	62	27	22	59	80
Jordânia	46	64	36	25	82	84
Letônia	19	58	33	10	58	67
Malásia	48	37	64	5	60	71
Panamá	50	68	26	11	73	67
Peru	65	79	30	32	89	75
Romênia	16	33	51	6	58	69
Rússia	19	29	50	2	62	64
Sérvia	30	76	26	22	69	56
África do Sul	40	40	30	11	67	67
Tunísia	15	40	34	54	87	94
Uruguai	48	73	27	21	66	73
Média	38	59	33	21	72	72

QUADRO 2.3 – ATITUDES E PERCEPÇÕES EMPREENDEDORAS NOS PAÍSES SEGUNDO A FASE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO GEM 2009

	Percepção de oportunidade	Percepção de capacidade	Medo do fracasso*	Intenção de empreender**	Empreendedorismo como boa opção de carreira	Elevado status dos empreendedores de sucesso
<i>Innovation-driven</i>						
Bélgica	17	43	27	5	49	51
Dinamarca	36	41	34	3	46	74
Finlândia	40	44	23	4	45	88
França	24	27	47	16	65	70
Alemanha	24	45	32	5	53	74
Grécia	28	65	40	15	64	69
Hong Kong	16	25	37	7	46	55
Islândia	46	57	35	15	52	62
Israel	33	45	36	14	62	74
Itália	26	47	37	4	72	69
Japão	9	18	49	3	28	50
Coreia do Sul	13	54	21	11	63	65
Holanda	40	55	25	5	84	66
Noruega	51	51	21	8	62	69
Eslovênia	34	58	26	10	55	78
Espanha	17	51	43	4	63	55
Suíça	39	56	26	7	66	83
Reino Unido	27	53	28	4	47	74
Emirados Árabes Unidos	49	73	27	36	74	79
Estados Unidos	31	61	24	7	66	75
Média	30	49	32	9	58	69
* Denominador: população de 18 a 64 anos que percebe boas oportunidades de iniciar um negócio.						
** Denominador: população de 18 a 64 anos que não está envolvida em atividade empreendedora.						

Fonte: Bosma; Levie (2010).

2.2 Atividade empreendedora

Como já elucidado, no campo das atividades empreendedoras, reside o aspecto mais quantitativo e objetivamente verificado no âmbito da pesquisa GEM. O quadro 2.4 resume as taxas de empreendedorismo nas diversas fases do processo empreendedor (ver figura 1.2) para cada um dos 54 países do GEM 2009. Os países estão agrupados de acordo com as fases de desenvolvimento econômico, conforme a classificação do *Global Competitiveness Report 2009-2010* (Schwab, 2009). Tomados em conjunto, os números na tabela fornecem um retrato completo das características da atividade empreendedora dos países.

**QUADRO 2.4 – ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES SEGUNDO
A FASE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO GEM 2009**

	Taxa de empreendedores nascentes	Taxa de empreendedores novos	Empreendedores em estágio inicial (TEA)	Taxa de empreendedores estabelecidos	Empreendedores por necessidade (% TEA)	Empreendedores por oportunidade (% TEA)
Factor-driven						
Argélia	11,3	5,6	16,7	4,7	18	73
Guatemala	17,1	12,2	26,8	3,3	23	74
Jamaica	13	10,6	22,7	16,3	33	65
Libano	6,7	8,8	15	16	18	77
Marrocos	56	83	22	39	85	78
Arábia Saudita	2,9	1,9	4,7	4,1	12	85
Síria	3,4	5,1	8,5	6,7	37	60
Tonga	6,5	11,1	17,4	2,3	33	61
Uganda	12,4	22,7	33,6	21,9	45	55
Venezuela	13,3	5,4	18,7	6,5	32	67
Cisjordânia e Faixa de Gaza	3	5,9	8,6	6,9	37	62
lêmen	22,8	1,2	24	2,9	35	56
Média	10,2	8,9	17,9	8,3	29	67

**QUADRO 2.4 – ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES SEGUNDO
A FASE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO GEM 2009**

	Taxa de empreendedores nascentes	Taxa de empreendedores novos	Empreendedores em estágio inicial (TEA)	Taxa de empreendedores estabelecidos	Empreendedores por necessidade (% TEA)	Empreendedores por oportunidade (% TEA)
<i>Efficiency-driven</i>						
Argentina	6.1	9.3	14.7	13.5	47	50
Bósnia e Herzegovina	3.1	1.3	4.4	3.9	39	61
Brasil	5.8	9.8	15.3	11.8	39	61
Chile	9.6	5.6	14.9	6.7	25	73
China	7.4	11.8	18.8	17.2	48	50
Colômbia	15.0	8.0	22.4	12.6	34	65
Croácia	3.5	2.2	5.6	4.8	37	54
República Dominicana	8.8	9.2	17.5	11.4	34	65
Equador	6.3	9.7	15.8	16.1	32	68
Hungria	5.4	3.7	9.1	6.7	24	71
Irã	8.2	4.1	12.0	6.5	35	59
Jordânia	5.9	4.9	10.2	5.3	28	59
Letônia	5.3	5.4	10.5	9.0	32	66
Malásia	1.7	2.7	4.4	4.3	25	74
Panamá	6.2	3.5	9.6	4.2	24	76
Peru	16.1	5.1	20.9	7.5	28	70
Romênia	2.8	2.3	5.0	3.4	34	55
Rússia	1.8	2.3	3.9	2.3	29	68
Sérvia	2.2	2.8	4.9	10.1	41	51
África do Sul	3.6	2.5	5.9	1.4	33	64
Tunísia	2.2	7.2	9.4	10.2	20	70
Uruguai	8.1	4.2	12.2	5.9	22	74
Média	6.1	5.3	11.2	7.9	32	64



**QUADRO 2.4 – ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES SEGUNDO
A FASE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO GEM 2009**

	Taxa de empreendedores nascentes	Taxa de empreendedores novos	Empreendedores em estágio inicial (TEA)	Taxa de empreendedores estabelecidos	Empreendedores por necessidade (% TEA)	Empreendedores por oportunidade (% TEA)
<i>Innovation-driven</i>						
Bélgica	2.0	1.6	3.5	2.5	9	81
Dinamarca	1.6	2.0	3.6	4.7	7	87
Finlândia	2.9	2.3	5.2	8.5	19	74
França	3.1	1.4	4.3	3.2	14	78
Alemanha	2.2	2.1	4.1	5.1	31	62
Grécia	4.5	4.7	8.8	15.1	26	73
Hong Kong	1.6	2.2	3.6	2.9	19	69
Islândia	7.6	4.2	11.4	8.9	10	80
Israel	3.4	2.7	6.1	4.3	25	67
Itália	1.8	1.9	3.7	5.8	14	80
Japão	1.9	1.3	3.3	7.8	30	67
Coreia do Sul	2.7	4.4	7.0	11.8	45	53
Holanda	3.1	4.1	7.2	8.1	10	70
Noruega	5.0	3.9	8.5	8.3	9	86
Eslovênia	3.2	2.1	5.4	5.6	10	88
Espanha	2.3	2.8	5.1	6.4	16	80
Suíça	4.3	3.5	7.7	8.4	7	90
Reino Unido	2.7	3.2	5.7	6.1	16	76
Emirados Árabes Unidos	6.5	7.4	13.3	5.7	9	90
Estados Unidos	4.9	3.2	8.0	5.9	23	69
Média	3.4	3.1	6.3	6.8	17	76

Fonte: Bosma; Levie (2010).

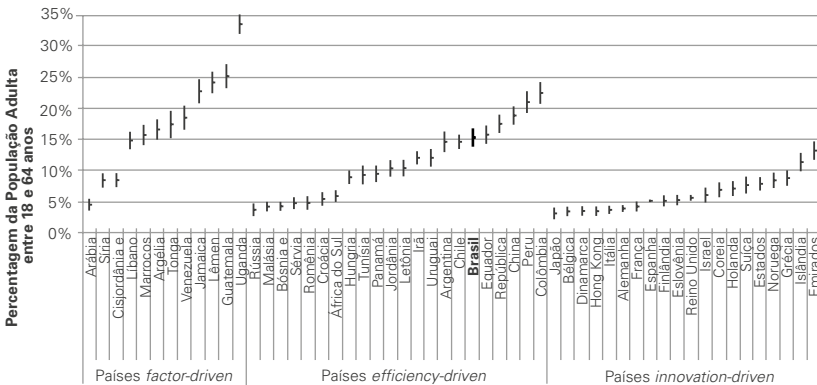
Uma das principais medidas é a taxa de empreendedorismo em estágio inicial, ou TEA. A TEA é a proporção de pessoas com idade entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras na condição de empreendedores de negócios nascentes ou empreendedores à frente de negócios novos, com menos de 42 meses de existência.

Entre os países *factor-driven*, a Arábia Saudita, por exemplo um Estado rico com grande dependência do rendimento de extração de petróleo, tem uma TEA muito baixa (4,7%), e a proporção de empreendedorismo por necessidade também baixa (12%). Uganda, o país mais pobre da amostra, tem uma TEA alta (34%) e uma alta proporção de empreendedorismo por necessidade (45%). No segundo grupo de países (*efficiency-driven*), os latino-americanos têm taxas de empreendedorismo

em estágio inicial (TEA) sensivelmente superiores às dos países da Europa Oriental. Entre as economias orientadas à inovação, os Emirados Árabes Unidos e a Islândia têm as maiores TEA, com Estados Unidos, Grécia e Noruega também apresentando taxas elevadas. Japão, Bélgica, Dinamarca, Hong Kong e Itália têm as menores taxas. Nesse grupo de países, Alemanha, Japão e Coreia do Sul evidenciaram proporções relativamente elevadas de empreendedorismo por necessidade, 30% ou mais. Os comentários anteriores ajudam a reforçar que o fenômeno do empreendedorismo possui variadas facetas que tornam muito complexo o desafio de ajustar o comportamento empreendedor a uma ou poucas variáveis sem uma profunda análise de contexto a partir de uma perspectiva histórica e sociocultural, haja vista que países com similitudes no processo de desenvolvimento econômico podem apresentar números bastante diversos em suas taxas de empreendedorismo. É importante salientar que o Brasil, mesmo tendo aumentado sua taxa, decaiu uma posição no *ranking* de empreendedorismo: era 13º em 2008 e é 14º em 2009. Isso se explica pelo simples fato da entrada de novos países em 2009, com taxas superiores à brasileira, ou seja, como o conjunto de países varia ano a ano, a avaliação segundo *rankings* deve ser feita com as devidas ressalvas devido a essa característica da pesquisa.

O Brasil, no grupo de países *efficiency-driven* (composto por 22 países), tem a sexta maior TEA nominal (15,3%), entretanto, diferem significativamente apenas Colômbia, Peru e China, com 22,4%, 20,9% e 18,8%, respectivamente (figura 2.1). É curioso notar, a partir de uma análise específica desse grupo de países, a disparidade na taxa de empreendedorismo entre países europeus e latino-americanos, que difere de forma muito flagrante. Dos sete países europeus que fazem parte desse grupo, seis estão entre os dez que têm a menor taxa, enquanto dos nove da América Latina oito estão entre as dez maiores taxas. Adicionalmente, o Brasil apresenta diferença significativa em relação a todos os países europeus.

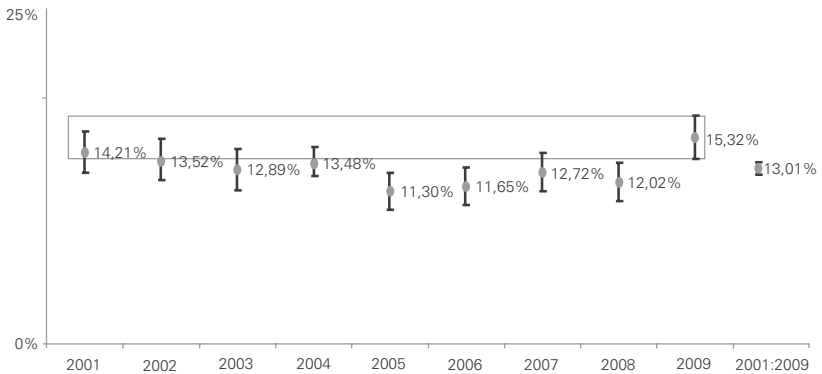
FIGURA 2.1 – TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) POR PAÍSES (2009)



Fonte: Bosma; Levie (2010).

A atividade empreendedora no Brasil tem como traço característico uma considerável estabilidade. De 2001 a 2008, a TEA manteve-se em torno de 13%, com pequenas variações (figura 2.2). Em 2009, contudo, é verificada a maior taxa do período (15,3%), que, ainda assim, difere significativamente em relação a 2005, 2006 e 2008. Ressalte-se, porém, a necessidade do contínuo acompanhamento da taxa nos próximos anos a fim de verificar seu comportamento.

FIGURA 2.2 – EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL (2001:2009)



Fonte: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

Assim como a criação de novos negócios é importante para a compreensão do fenômeno empreendedor num determinado país, também o é a taxa de indivíduos que deixam de atuar em uma atividade empreendedora, aqui tratada com a expressão descontinuidade de negócios. Essa taxa conta com nuances específicas que merecem comentário, pois nem sempre, quando um indivíduo encerra seu envolvimento em um empreendimento, significa *a priori* que o negócio deixe de existir.

No Brasil (quadro 2.5), a taxa de descontinuidade de negócios (indicador que demonstra o percentual de entrevistados no ciclo 2009 que encerraram alguma atividade empreendedora) foi de 5,9%. Contudo, essa taxa não indica diretamente o encerramento de uma atividade empreendedora. Em 2009, mais da metade dos empreendimentos cujos empreendedores deixaram de participar da atividade continuam existindo. Nesse quesito, 2009 apresentou um comportamento diferente dos demais anos em que esse indicador foi avaliado, pois ocorreu proporcionalmente menos descontinuidade do empreendedor juntamente com seu negócio do que empreendedores encerrando participação em uma atividade empreendedora.

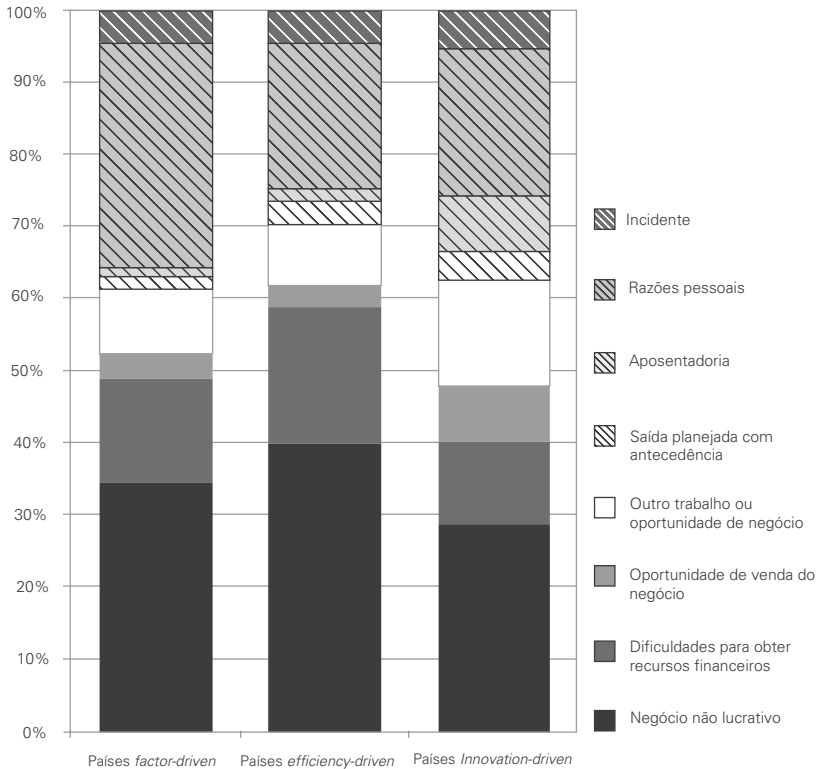
QUADRO 2.5 – PESSOAS QUE ENCERRARAM SUA PARTICIPAÇÃO NO EMPREENDIMENTO NOS ÚLTIMOS 12 MESES DESCONTINUIDADE - BRASIL (2007-2009)

DESCONTINUIDADE	Taxa (%)			
	2009	2008	2007	2007 a 2009
Descontinuidade do empreendedor e do negócio	2,5	2,2	4,5	3,1
Descontinuidade do empreendedor	3,4	1,3	2,0	2,2
Taxa de pessoas que encerraram algum negócio	5,9	3,5	6,5	5,3
Principal motivo do encerramento do negócio	Proporção (%)			
	2009	2008	2007	2007 a 2009
Oportunidade de vender o negócio	2,0	0,0	0,9	1,0
O negócio não era lucrativo	33,6	24,2	39,4	32,4
Dificuldades na obtenção de recursos financeiros	19,2	25,2	26,0	23,4
Outro trabalho ou oportunidade de negócio	5,1	13,7	5,3	8,0
Saída planejada com antecedência	6,2	0,0	8,7	5,0
Aposentadoria	0,0	0,0	0,9	0,3
Razões pessoais	26,8	34,9	15,7	25,8
Incidente	4,2	2,0	3,1	3,1
Outro	2,9	0,0	0,0	1,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

FONTE: Pesquisa GEM 2007 a 2009.

Aos entrevistados que descontinuaram sua participação em algum empreendimento, também foi questionado o motivo dessa atitude. Como resultado, observa-se que a principal razão tem relação com dificuldades financeiras inerentes ao empreendimento. Juntas, as opções “o negócio não era lucrativo” e “dificuldades na obtenção de recursos financeiros” respondem por aproximadamente 55% do total, considerando-se os três anos em que esse item é avaliado, de 2007 a 2009. Comparando-se os dados com a figura 4, é possível destacar que o panorama das razões que levam os brasileiros a descontinuarem uma atividade empreendedora se assemelha ao perfil presente no seu grupo de países (*efficiency-driven*), com pequena participação das opções aposentadoria e oportunidade de vender o negócio, fatores mais relevantes em economias baseadas em inovação.

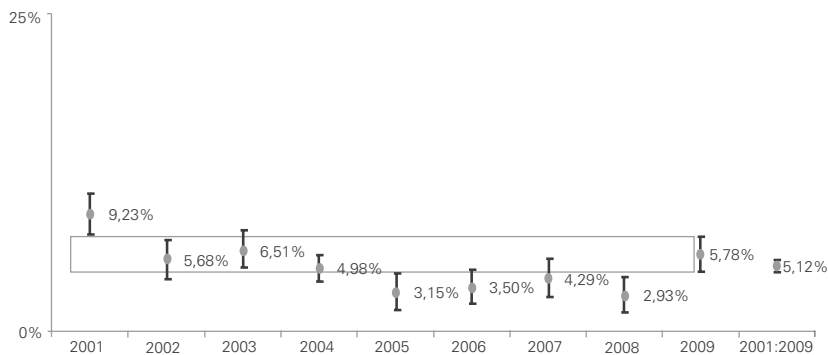
FIGURA 2.3 – RAZÕES EXPRESSAS PARA A DESCONTINUIDADE DE NEGÓCIOS, POR GRUPO DE PAÍSES (2009)



Fonte: Bosma; Levie (2010).

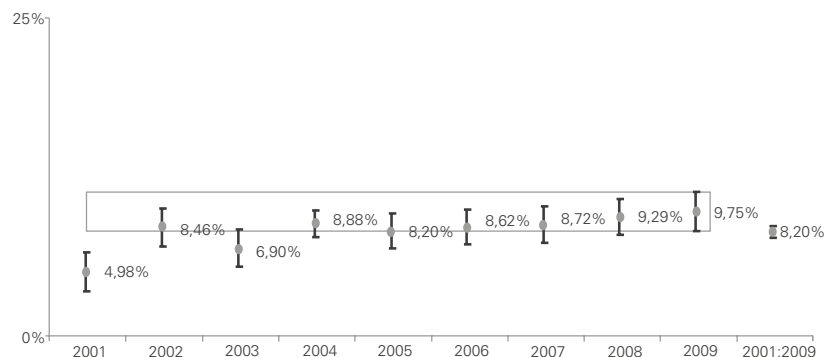
Retornando as análises para o contexto da criação de negócios, nota-se que o crescimento da TEA deu-se devido ao aumento considerável na taxa de empreendedores nascentes na comparação 2008-2009, já que praticamente se manteve inalterada a taxa de empreendedores novos (figuras 2.4 e 2.5).

FIGURA 2.4 – EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES NO BRASIL (2001:2009)



Fonte: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

FIGURA 2.5 – EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NOVOS NO BRASIL (2001:2009)



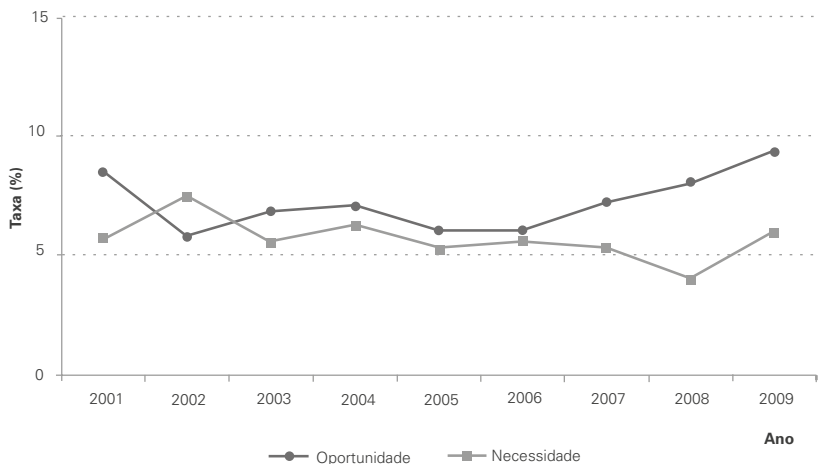
Fonte: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

A explicação para o aumento considerável da taxa de empreendedores de negócios nascentes é tarefa complexa, que depende da continuidade de levantamento de dados nos próximos ciclos da pesquisa GEM. Entretanto, algumas inferências podem ser pertinentes. Deve ser levado em conta o aspecto explorado no tópico anterior deste capítulo, no qual se coloca em relevo a valorização e o elevado *status* de que a carreira empreendedora goza perante a sociedade brasileira, criando um pressuposto cultural favorável à adesão a esse tipo de atividade por parte de uma parcela da população. Soma-se a isso o fato de que 2009, sobretudo nos dois primeiros trimestres, foi um ano em que a ameaça ao emprego se deu de forma retumbante, com inúmeras notícias de

demissões severas, com setores industriais cortando postos de trabalho, o que de alguma forma pode ter impelido um contingente considerável de pessoas a abraçar o empreendedorismo como forma de proteção a uma situação anunciada.

Quanto à motivação para empreender¹, tanto o empreendedorismo por oportunidade quanto o empreendedorismo por necessidade registraram aumento em suas taxas em 2009, acompanhando o aumento da TEA (figura 2.6).

FIGURA 2.6 – MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER - BRASIL (2001:2009)

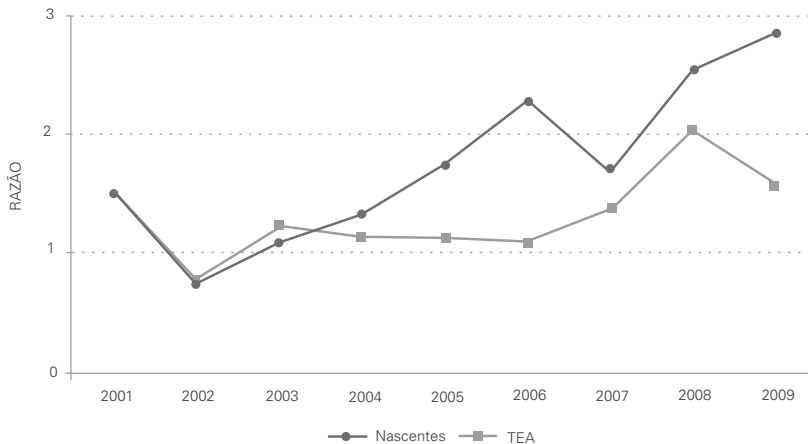


Fonte: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

Quando analisada a razão entre empreendedores por oportunidade e necessidade, 2009 registrou uma redução, indo de 2:1 em 2008, para 1,6:1 em 2009 (figura 2.7). Essa redução é influenciada pelo aumento da participação de empreendedores por necessidade entre os empreendedores de negócios novos, uma vez que entre os empreendedores de negócios nascentes verificou-se um pequeno aumento na participação de empreendedores por oportunidade.

¹ Algumas informações complementares a esse tema, sobretudo nos aspectos comparativos com outros países, são tratadas no capítulo 3.

FIGURA 2.7 – RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES POR OPORTUNIDADE E NECESSIDADE (TEA E NASCENTES) BRASIL (2001-2009)



Fonte: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

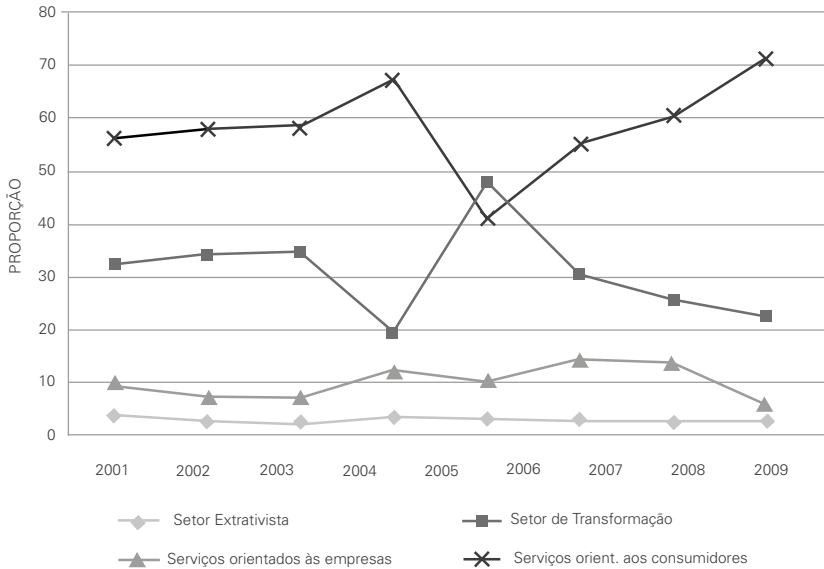
É interessante destacar que, se por um lado houve essa redução na razão oportunidade:necessidade entre os empreendedores em estágio inicial, por outro, verifica-se um aumento quando isolados apenas os empreendedores de negócios nascentes: 2,6:1 em 2008 e 2,9:1 em 2009 (figura 2.7).

O ano de 2009, no que tange ao setor de atividade em que são criados os novos empreendimentos, reforça as conclusões já apresentadas em outros relatórios. O empreendedorismo no Brasil é demasiadamente marcado por empreendimentos até certo ponto rudimentares, com foco em serviços orientados ao consumidor final. Mais uma vez, destacam-se o segmento de comércio de produtos alimentícios e confecções. A figura 2.8 revela que, em toda a série histórica, 2009 teve a maior proporção desse tipo de empreendimento. Em contrapartida, os empreendimentos baseados na prestação de serviços para empresas registraram o menor índice do período. É importante chamar a atenção para o fato de que esse perfil de empreendimentos baseados no atendimento direto ao consumidor final possui forte propensão à informalidade, baixa necessidade de recursos financeiros para a abertura do negócio e poucas exigências em termos de complexidade organizacional.

Comparativamente aos grupos de países analisados (quadro 2.6), pode-se dizer que a proporção de empreendimentos do setor extrativista no Brasil (1,9%) está abaixo da média dos três grupos de países. O setor de serviços orientados às empresas (5,2%) é menos representativo do que no conjunto

dos países *factor-driven*, metade do que este setor representa entre os *efficiency-driven* e um quinto entre os *innovation-driven*. O Setor de serviços orientados aos consumidores no Brasil (70,9%) supera a média registrada entre os países de menor desenvolvimento econômico. Vale lembrar que esse tipo de empreendimento costuma ser mais comum em países mais pobres.

FIGURA 2.8 – SETORES DE ATIVIDADE NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO (2002-2009)



Fonte: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

QUADRO 2.6 – SETORES DE ATIVIDADE DOS EMPREENDIMENTOS EM ESTÁGIO INICIAL POR GRUPOS DE PAÍSES (2009)

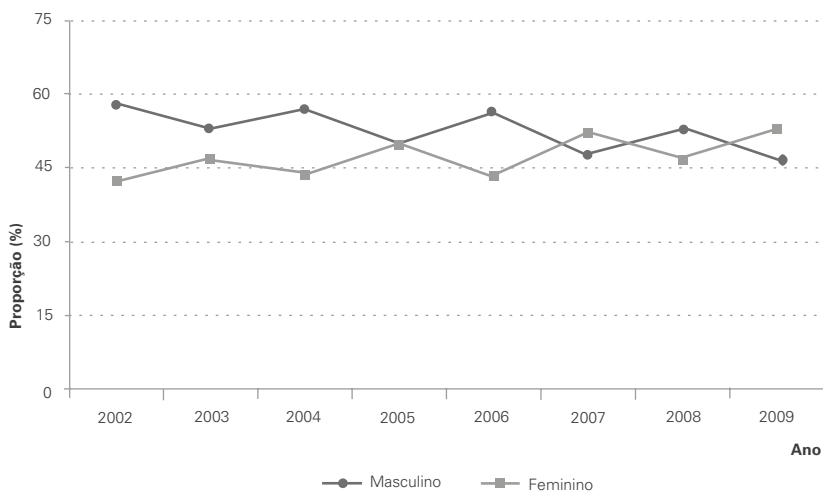
Setor de atividade	Grupo de Países Proporção (%)		
	<i>Factor-driven</i>	<i>Efficiency-driven</i>	<i>Innovation-driven</i>
Setor Extrativista	11	10	5
Setor de transformação	17	23	23
Serviços orientados às empresas	8	11	24
Serviços orientados aos consumidores	64	57	48

Fonte: Bosma; Levie (2010).

2.2.1 Idade e gênero no empreendedorismo brasileiro

O Brasil é um país em que mais uma vez se comprova o equilíbrio entre gêneros, ao menos no que se refere ao empreendedorismo. Poucas diferenças se observam na proporção da participação de mulheres e homens na atividade empreendedora nacional, em 2009. Mais uma vez, as mulheres se sobrepõem numericamente aos homens: dos empreendedores brasileiros, 53% são mulheres e 47% homens. Como se observa na figura 2.9, há uma constante oscilação entre homens e mulheres no empreendedorismo brasileiro, o que não inviabiliza a afirmação de que a mulher brasileira é historicamente uma das mais empreendedoras no mundo. Em 2009, além do Brasil, apenas outros dois países registraram taxas de empreendedorismo feminino mais elevadas que as taxas de empreendedorismo masculino: Guatemala e Tonga.

FIGURA 2.9 – EMPREENDEDORISMO E GÊNERO NO BRASIL (2002-2009)



Fonte: Pesquisa GEM 2002 a 2009.

Além do fato de mais uma vez numericamente as mulheres terem ultrapassado os homens na atividade empreendedora, cumpre destacar que ao longo do período analisado, em 2009, é a primeira vez que a proporção de mulheres empreendendo por oportunidade supera a proporção de homens na mesma condição (quadro 2.7).

QUADRO 2.8 – EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE E GÊNERO (2002-2009)

Gênero	Empreendedores por Oportunidade - Brasil Proporção (%)								
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2002:2009
Masculino	46,6	51,3	54,3	64,3	52,2	60,3	53,0	61,6	55,4
Feminino	53,4	48,7	45,7	35,7	47,8	39,7	47,0	38,4	44,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

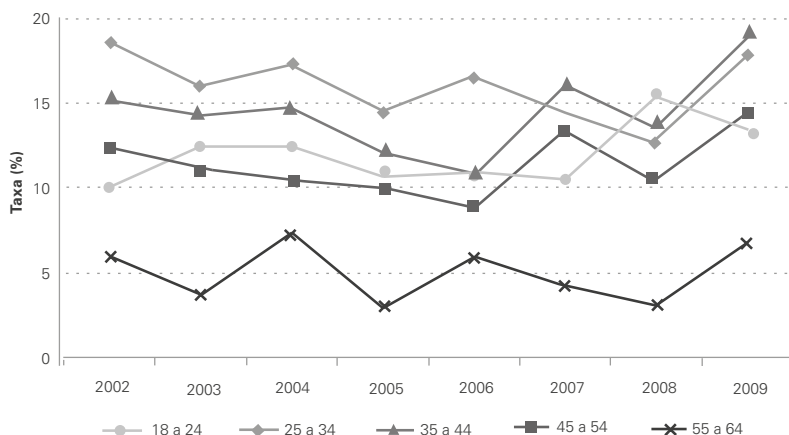
Fonte: Pesquisa GEM 2002 a 2009.

Em 2007, ano em que a proporção de mulheres envolvidas em atividades empreendedoras também foi maior do que a dos homens, a participação delas nos negócios por oportunidade foi inferior, evidenciando que mais um reduto tipicamente masculino, o de empreendedorismo por oportunidade, foi alcançado pela parcela feminina da população brasileira.

Com relação à faixa etária do empreendedorismo no Brasil, verifica-se a ocorrência de alterações ao se comparar em 2008 e 2009. Ao se analisar a taxa de empreendedorismo e a idade do empreendedor, ou seja, a incidência de indivíduos empreendedores na população de cada faixa etária considerada, verifica-se que em todas as faixas pesquisadas houve aumento nas taxas, exceto entre os mais jovens (18-24 anos), que em 2008 apresentaram a mais alta taxa e em 2009 superaram apenas os empreendedores de mais idade (55-64 anos) (figura 2.10). Apesar dessa redução nominal na atividade empreendedora juvenil, considerados os erros amostrais, não se observam diferenças significativas entre 2008 e 2009.

Em 2009, a faixa etária que tem a mais alta taxa é a que vai dos 35 aos 44 anos (18,7%), como pode ser visto no quadro 2.8. Nesse ponto, o Brasil, embora não diferindo significativamente, contrasta com a média dos grupos de países analisados, nos quais a faixa etária que prevalece é a dos 25 aos 34 anos.

FIGURA 2.10 – EMPREENDEDORISMO E FAIXA ETÁRIA NO BRASIL



Fonte: Pesquisa GEM 2002 a 2009.

QUADRO 2.8 – EMPREENDEDORES SEGUNDO FAIXA ETÁRIA - BRASIL (2009)

Faixa Etária(anos)	TEA Total	
	Taxa (%)	Proporção (%)
18 a 24	13,5	20,8
25 a 34	17,9	31,7
35 a 44	18,7	28,2
45 a 54	14,4	15,0
55 a 64	6,5	4,3

Fonte: Pesquisa GEM 2009.

Quando se avalia a proporção dos empreendedores brasileiros segundo a faixa etária, mais uma vez, em toda a série histórica, esse comportamento nunca se alterou: é na faixa de 25 a 34 anos que está concentrada a maior parte dos empreendedores brasileiros, 31,7%.

2.3 Aspirações empreendedoras

Neste tópico, são utilizados dados acumulados de seis anos da pesquisa GEM (2004-2009) e dados de países cujo tamanho de amostra acumulada nesse período foi suficiente para a realização dos cálculos e análises (Bosma; Levie, 2010).

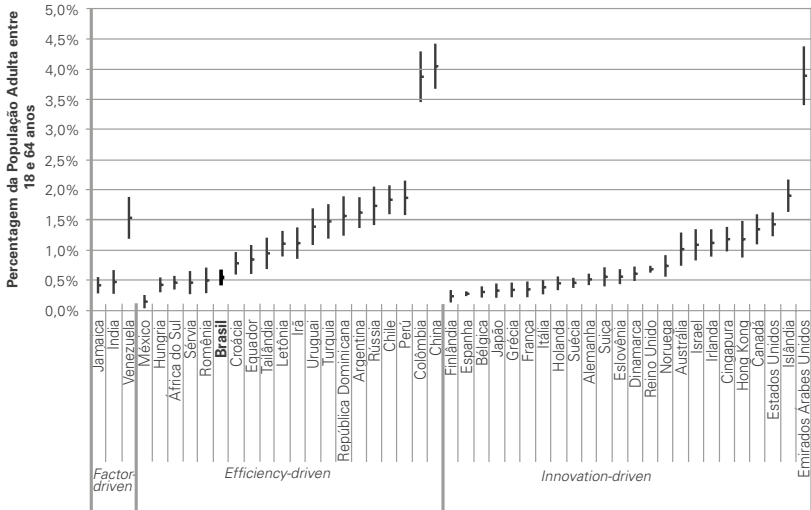
2.3.1 Empreendedorismo de Alto Potencial de Crescimento

O método GEM permite a categorização do empreendimento em estágio inicial de acordo com sua expectativa de crescimento, expectativa essa que representa de certa forma os objetivos do negócio manifestados pelo empreendedor. O GEM pergunta a todos os empreendedores identificados na pesquisa quantos funcionários (com exceção dos proprietários) esperam ter no prazo de cinco anos. Em termos mundiais, de cada dez empreendedores em estágio inicial, sete esperam gerar pelo menos um emprego. No entanto, as expectativas de crescimento rápido são raras entre os empreendedores iniciais: apenas 14% pretendem criar 20 ou mais postos de trabalho. No Brasil, esse percentual é ainda menor, em torno de 5%, considerando-se a média do período 2004-2009.

Empreendimentos de alto crescimento, também conhecidos como gazelas, costumam receber grande atenção dos formuladores de políticas públicas porque esses negócios contribuem com uma parcela significativa dos empregos criados por novas empresas em um país (Autio, 2007; Acs, 2008, citados por Bosma; Levie, 2010). A figura 2.11 mostra as taxas de prevalência de expectativa de alto crescimento dos empreendedores em estágio inicial (HEA) em meio à população adulta (18-64 anos) no período de 2004 a 2009.

O padrão apresentado na figura 2.11 é coerente com a noção de que as taxas HEA variam com o contexto econômico. A taxa HEA para o Brasil, no período mencionado, foi de 0,5%, atrás de países como Argentina, Chile, Rússia, China e praticamente todos os demais países da América Latina considerados nesta análise.

FIGURA 2.11 – TAXA DE EMPREENDEDORISMO EM ESTÁGIO INICIAL DE ALTO CRESCIMENTO (HEA) POR GRUPO DE PAÍSES (2004-2009)



Fonte: Bosma; Levie (2010).

Com relação à intenção de criação de postos de trabalho propriamente dita, os empreendedores brasileiros mostram-se pouco confiantes nas possibilidades de expansão dos seus empreendimentos, como indica o quadro 2.9. Pouco mais de 50% dos empreendedores (2009) não possuem expectativa de criação de empregos no prazo de cinco anos, e menos de 15% objetivam gerar seis ou mais postos de trabalho. O ano de 2009 pode ser considerado um dos mais limitados no que se refere à expectativa de criação de novos empregos. Ao mesmo tempo em que aumenta a proporção dos empreendedores que não pretendem gerar postos de trabalho, diminui a proporção daqueles mais ambiciosos, com forte intenção geradora de empregos (figura 2.12). Em comparação com o ano anterior (2008), houve uma redução de 30% na proporção de empreendedores que declaram a intenção de gerar seis ou mais postos de trabalho no prazo de cinco anos. Esse dado pode ser explicado pelo fato de que, no período em que a pesquisa de campo foi realizada, em 2008, ainda não haviam eclodido os principais fatos relacionados à crise econômica

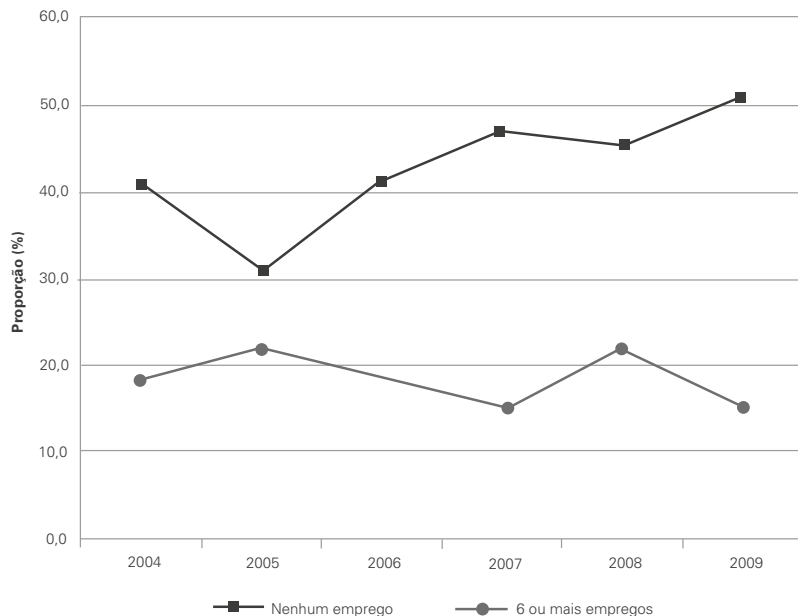
mundial, e o país mostrava constantemente fortes sinais de crescimento na sua economia. Portanto, o otimismo era a tônica do ambiente de negócios, enquanto em 2009, apesar de sinais de recuperação nos principais indicadores econômicos, persistia ainda a insegurança quanto às possibilidades reais de recuperação.

QUADRO 2.9 – PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORES SEGUNDO EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE EMPREGO - BRASIL (2002-2009)

Expectativa de criação de emprego (5º ano)	Empreendedores Iniciais-Brasil Proporção (%)						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2004:2009
Nenhum emprego	50,6	45,5	46,6	40,9	31,3	40,9	42,6
De 1 a 5 empregos	34,2	32,8	38,2	40,9	47,2	40,4	39,0
De 6 a 19 empregos	11,4	13,8	12,6	10,9	17,6	13,9	13,4
Mais de 20 empregos	3,8	7,9	2,6	7,3	4,0	4,8	5,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM 2004 a 2009.

FIGURA 2.12 – EXPECTATIVA DE GERAÇÃO DE EMPREGO PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORES EM ESTÁGIO INICIAL - BRASIL (2004-2009)



Fonte: Pesquisa GEM 2004 a 2009.

Vale ressaltar que esse é um aspecto que merece atenção especial dos formuladores de políticas de apoio às atividades empreendedoras. Criar mecanismos legais, tributários ou fiscais que estimulem e encorajem os empreendedores a buscar crescimento mais acelerado, facilitando a estruturação de equipes de trabalho, gera mais ocupação, renda e riqueza no país.

2.3.2 Orientação à inovação na atividade empreendedora

O GEM avalia a inovação no empreendedorismo, investigando junto aos empreendedores o quanto o produto ou serviço pode ser considerado novo perante os consumidores. Em outras palavras, quanto menos familiar for o produto para o público-alvo do empreendimento, maior conteúdo inovador o empreendimento apresenta. Ainda no sentido de oferecer parâmetros para a análise da inovação no empreendedorismo, o GEM averigua a intensidade da concorrência a que os negócios criados estão submetidos. Os empreendedores são instados a avaliar se há muitos, poucos ou nenhum concorrente operando no mesmo ambiente do seu empreendimento, oferecendo produtos e serviços semelhantes.

Nesses aspectos, pouca variação tem ocorrido no país nos últimos anos (quadro 2.10). A grande maioria dos empreendedores afirma que os produtos ou serviços disponibilizados serão conhecidos por todos os consumidores, pouco mais de 80%, considerando-se a média do período 2004 a 2009. Dito de outra forma, o Brasil possui um dos menores índices de novidade de produto entre todos os países participantes: pouco mais de 15% dos empreendedores afirmam que seu produto será reconhecido como novidade por pelo menos alguns de seus consumidores.

QUADRO 2.10 – EMPREENDEDORES SEGUNDO CONHECIMENTO DO PRODUTO - BRASIL (2004 - 2009)

Produto ou serviço	Empreendedores Iniciais - Brasil Proporção (%)						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2004:2009
Novo para todos	5,4	3,4	3,3	13,7	4,5	1,9	5,4
Novo para alguns	11,1	13,1	17,1	9,7	10,9	13,6	12,6
Ninguém considera novo	83,5	83,5	79,7	76,5	84,5	84,5	82,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM 2004 a 2009.

Quando se trata da intensidade da concorrência a que será ou está submetido um empreendimento, nota-se que os empreendedores brasileiros têm pouca percepção quanto à ocupação de nichos de mercado, pois cerca de 95% dos empreendimentos se localizam em ambientes onde são expostos a algum nível de concorrência direta. Complementarmente a essa avaliação, em torno de dois terços dos empreendimentos estão submetidos a muita concorrência (quadro 2.11).

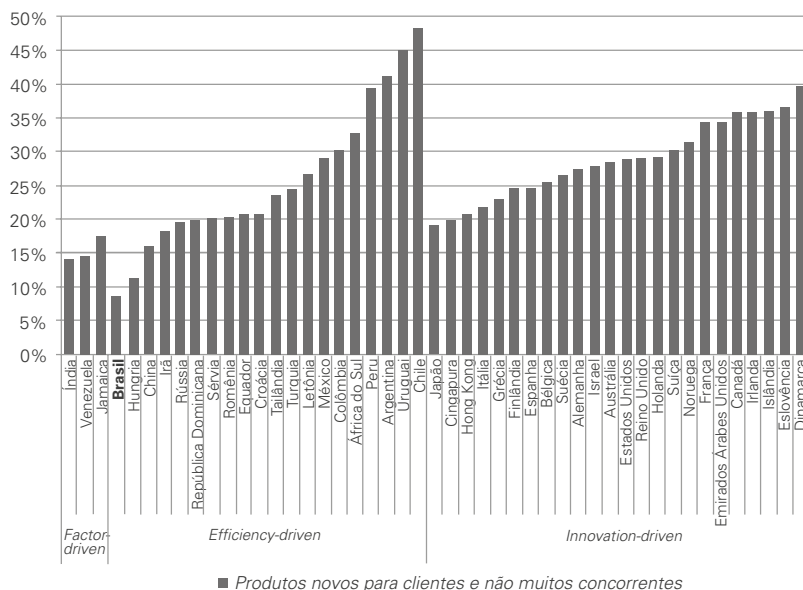
QUADRO 2.11 – EMPREENDEDORES SEGUNDO QUANTIDADE DE CONCORRENTES - BRASIL (2004-2009)

Concorrência	Empreendedores Iniciais-Brasil Proporção (%)						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2004:2009
Muitos concorrentes	67,6	65,0	56,1	61,5	68,6	65,3	64,0
Poucos concorrentes	26,4	27,8	37,0	33,2	28,6	28,7	30,3
Nenhum concorrente	6,0	7,2	6,9	5,3	2,7	6,0	5,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM 2004 a 2009.

Associando-se as duas medidas, combinando-se produto x mercado, ou seja, considerando-se os empreendedores que simultaneamente afirmam que seus produtos são considerados novos para pelo menos alguns consumidores e que terão pouca ou nenhuma concorrência no ambiente onde estão inseridos, verifica-se que o Brasil tem a menor proporção (8,2%) de empreendimentos com algum conteúdo inovador entre todos os países analisados (figura 2.13).

FIGURA 2.13 – EXPECTATIVA DE INOVAÇÃO (PRODUTO X MERCADO) POR GRUPOS DE PAÍSES (2004-2009)

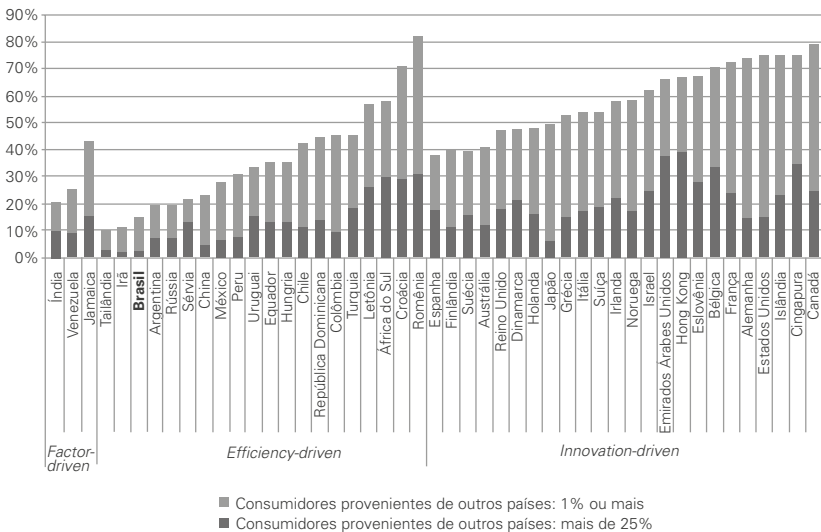


Fonte: Bosma; Levie (2010).

Outra medida da aspiração empreendedora descreve a orientação internacional dos empreendimentos em estágio inicial. Esse indicador baseia-se na quantidade de clientes provenientes de outros países, portanto, refere-se tanto às exportações como ao atendimento a clientes estrangeiros que compram produtos via comércio eletrônico ou a turistas em visita ao país.

A figura 2.14 mostra um indicador abrangente com duas componentes. As barras de cor escura refletem a porcentagem de empreendedores em estágio inicial com uma orientação internacional significativa de seus negócios (pelo menos 25% dos seus clientes são de um país diferente). As barras de cor clara refletem o percentual de empreendedores que atuam com a expectativa de contar com pelo menos algum cliente vindo do exterior.

FIGURA 2.14 – INSERÇÃO INTERNACIONAL DE EMPREENDIMENTOS EM ESTÁGIO INICIAL, POR GRUPOS DE PAÍSES (2004-2009)



Fonte: Bosma; Levie (2010).

O Brasil, nessa referência de análise, apresenta uma das menores intenções de inserção no mercado internacional. Isso pode ser explicado, em parte, pela extensão territorial brasileira, na qual o percentual da população situado em áreas de fronteiras é baixo, e pelo forte apelo que a demanda de consumo interno exerce sobre os vetores da economia nacional.

**QUADRO 2.12 – EMPREENDEDORES EM ESTÁGIO INICIAL
E EXPECTATIVA DE EXPORTAÇÃO - BRASIL (2004-2009)**

Concorrência	Empreendedores Iniciais -Brasil Proporção (%)						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2004:2009
De 75 a 100% dos consumidores	1,4	0,4	0,9	4,2	0,0	0,6	1,3
De 25 a 74% dos consumidores	2,4	3,6	3,1	4,2	2,3	0,6	2,7
De 1 a 24% dos consumidores	6,8	11,2	11,6	10,7	16,3	9,1	10,9
Nenhum	89,5	84,8	84,4	80,9	81,4	89,7	85,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM 2004 a 2009

Em 2009, houve uma redução de 30% de empreendedores que manifestam a intenção de atuarem com alguma orientação internacional (10,6% dos empreendedores) em relação a 2008, ano em que 15,2% dos empreendedores manifestaram tal intenção (quadro 2.12).

3

EMPREENDEDORISMO E A CRISE DE 2008-2009

No dia 15 de setembro de 2008, os jornais americanos noticiaram a maior declaração de falência da história americana, quando o banco Lehman Brothers sucumbiu finalmente a um lento e mal sucedido processo de busca por auxílio. Sua fragilidade surgiu do imenso volume de títulos que perderam valor com a crise de confiança no sistema bancário mundial. Cerca de oito meses depois, a Sadia S/A é comprada pela Perdigão S/A, e surgiu em 19 de maio de 2009 o segundo maior conglomerado frigorífico do Brasil. A fusão foi motivada pela situação delicada nas finanças da Sadia causada por excessivos investimentos no mercado financeiro em detrimento de investimentos na produção.

Os fatos acima são eventos que marcaram a crise e sua dimensão na economia americana e seus reflexos pelo mundo. No Brasil, a crise tornou-se também evidente, porém, os impactos foram sentidos em proporções menores do que nos Estados Unidos da América (EUA). Os resultados da economia brasileira em termos de Produto Interno Bruto mantiveram-se em torno de 5% em 2007 e 2008, quando a economia americana já enfrentava forte desaceleração. Em 2009, a crise atingiu seu auge, e a recessão foi confirmada por três trimestres consecutivos de recuo do PIB tanto na economia brasileira quanto na americana.

A escolha dos EUA como termo de comparação foi feita para explicitar as possíveis diferenças entre os dois países no que concerne à atividade empreendedora. Inicialmente, por ter sido a economia americana o epicentro da crise que atingiu em cadeia a economia mundial, mas também por serem os dois países importantes atores no cenário geopolítico atual. A derradeira razão é por ambos possuírem uma estimativa elevada de empreendedores em termos absolutos.

Uma questão a ser melhor compreendida com base nessa comparação é como a atividade empreendedora é afetada pela recessão, particularmente aquele empreendedorismo em estágio inicial, pois é ele que está contido nesse período de intempéries e mudanças.

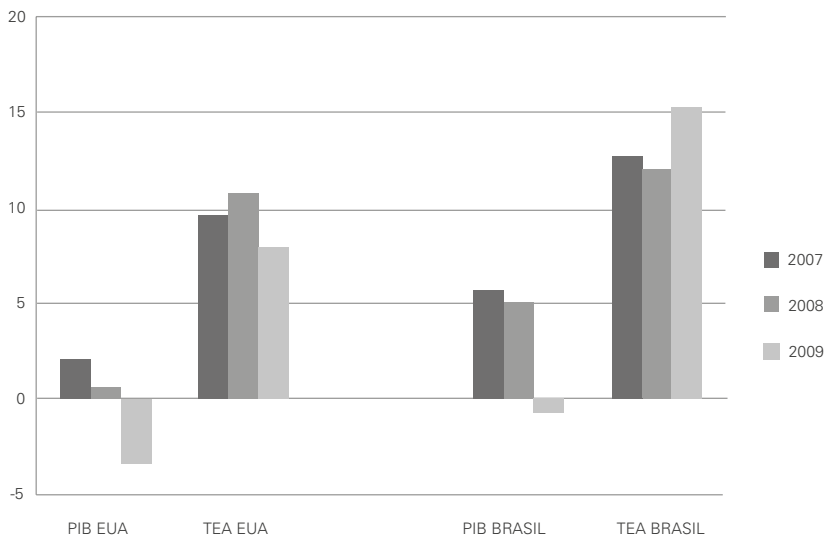
Não é trivial encontrar uma relação entre a atividade empreendedora medida pela pesquisa GEM e os indicadores usuais de atividade econômica, pois o empreendedorismo investigado pela pesquisa considera o indivíduo como foco de análise e amplia a concepção de atividade empreendedora para além daquela que se estabelece formalmente como empresa. O indicador de interesse nesse contexto é a TEA, que capta o empreendedorismo em seu estágio inicial. Uma primeira comparação que pode ser feita para buscar informações sobre como se comportou a atividade empreendedora durante a recessão é com a variação da produção nos países.

Ao se comparar a TEA com a variação anual do Produto Interno Bruto (PIB) nos anos de 2007, 2008 e 2009 (estimado) (FMI, 2009), pode-se observar, conforme a figura 3.1, que a economia americana sofreu uma desaceleração de 2007 para 2008 e uma retração de 2008 para 2009. Na economia brasileira, o padrão foi semelhante, com desaceleração de 2007 para 2008 e retração de 2008 para 2009. A diferença entre os dois países está no patamar de crescimento entre as duas, que no caso do Brasil estava em torno de 5% e para os EUA estava em torno de 1%. A retração americana também foi mais significativa do que a brasileira.

O indicador da atividade empreendedora, considerando-se o mesmo período, apresentou um pequeno crescimento de 2007 para 2008 nos EUA e sofreu um decréscimo em 2009. Ressalte-se que a TEA não se refere à variação anual da atividade empreendedora e sim à quantidade estimada de pessoas empreendendo em cada grupo de 100; portanto, a correlação entre as duas variáveis terá sempre ressalvas. No Brasil, a atividade empreendedora apresentou um decréscimo de 2007 para 2008 e elevou-se em 2009.

Uma primeira constatação pode ser feita pela aparente proporcionalidade entre a menor velocidade da economia americana e o menor nível da TEA e a maior velocidade da atividade econômica no Brasil e o maior nível da TEA no país.

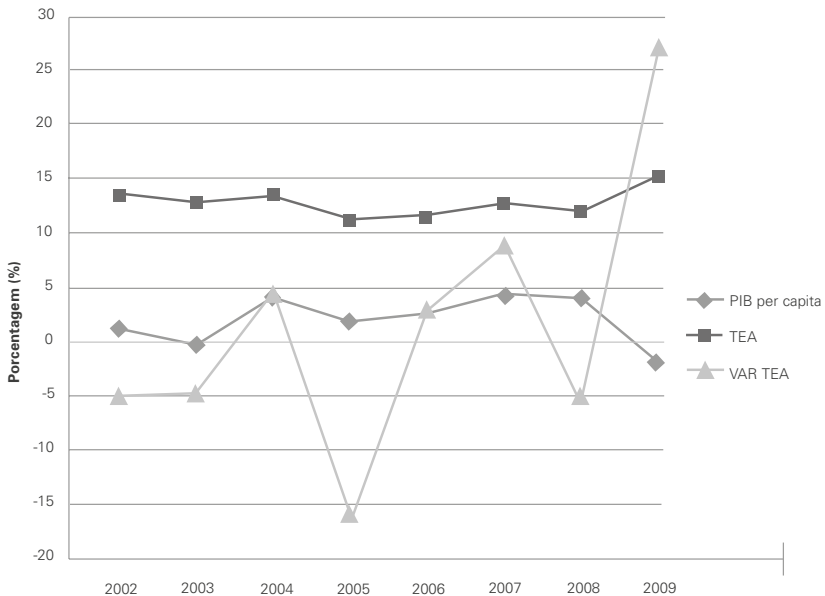
FIGURA 3.1 – COMPARAÇÃO ENTRE BRASIL E USA



Fonte: *World Economic Outlook*, out. 2009 e GEM 2009.

Olhando-se mais detalhadamente para economia brasileira e estendendo-se o período de análise até 2002, pode-se observar que a variação anual do PIB *per capita* e o valor anual da TEA têm comportamentos semelhantes, com exceção do ano de 2009, quando caminham em direções opostas. Ao se considerar a variação anual da TEA, a semelhança torna-se menos explícita, mas a divergência na direção para o ano de 2009 é evidente. A figura 3.2 apresenta as duas formas de comparar a TEA com o PIB *per capita*.

FIGURA 3.2 – PRODUTO INTERNO BRUTO E EMPREENDEDORISMO



Fonte: IBGE e GEM 2009.

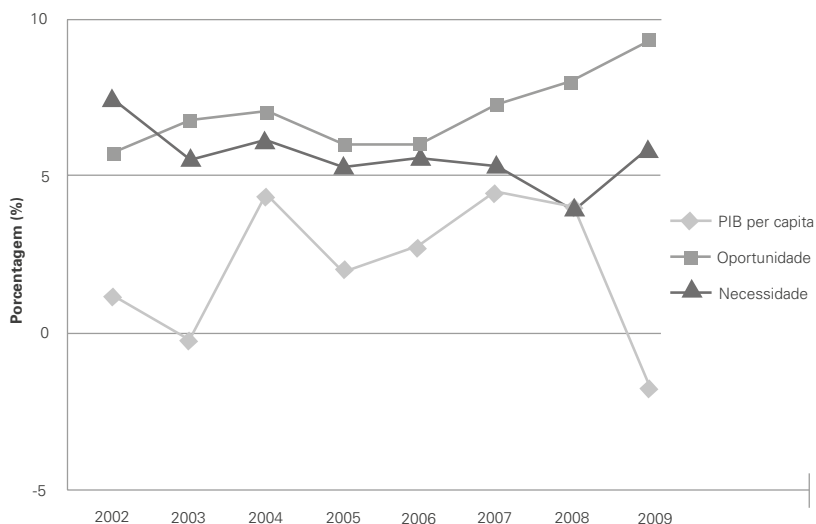
Outra questão relevante nesse contexto de crise é entender em que medida o empreendedorismo presta-se como mecanismo para reverter uma tendência de queda na atividade econômica e transformá-la em uma tendência de alta. No Brasil, o impacto da crise foi sentido mais fortemente pelos indicadores de atividade econômica em 2009, entretanto, a atividade empreendedora observou um aumento. Ao longo do período, a atividade empreendedora e a atividade econômica caminharam em trajetórias semelhantes. Certamente, não se pode estabelecer uma causalidade ou covariância entre as duas séries, entretanto, uma conclusão possível é que a atividade empreendedora é uma das causas para a geração de renda e elevação do PIB dos países. O ponto de

interesse então é saber por que ocorreu esse aparente descolamento entre os caminhos da atividade econômica e a capacidade empreendedora nacional.

Uma possível explicação seria que, embora a economia brasileira tenha entrado em estado de alerta em função da crise na economia financeira mundial, o crescimento recente, fortemente pautado no investimento e no consumo de máquinas e equipamentos, gerou um ambiente de cautela, mas ainda favorável ao espírito empreendedor brasileiro. Isso é, de certa forma, o que indica a curva da taxa de empreendedorismo por oportunidade, principalmente para os anos de 2007, 2008 e 2009. Complementarmente, a crise também teve efeitos sobre o emprego, o que gerou um contingente significativo de pessoas que tiveram que buscar na atividade empreendedora uma solução para a manutenção do padrão de consumo.

Se a curva de oportunidade se manteve crescente mesmo com a desaceleração da produção real, a curva de necessidade inverte sua direção em 2009 (figura 3.3), quando a crise atinge seu ponto mais grave no período analisado. Cabe destacar que, mesmo com a atividade empreendedora em estágio inicial crescendo nos anos da crise econômica mundial, o resultado sobre o agregado da riqueza nacional ainda foi negativo. Isso certamente reflete o peso da economia formal e consolidada, que depende mais fortemente de fluxos externos de capital para ampliar a produção e até mesmo continuar a atuar.

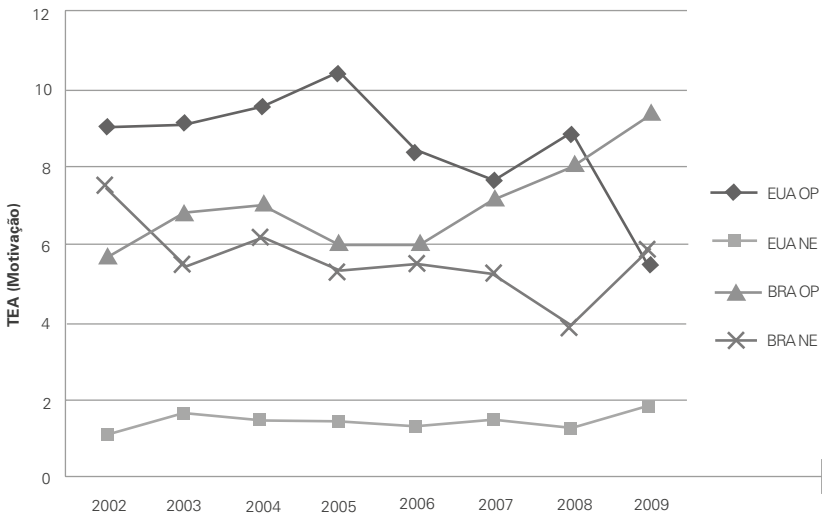
FIGURA 3.3 – PRODUTO INTERNO BRUTO E MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER



Fonte: IBGE e GEM 2009.

Ao se retomar a comparação com a economia norte-americana, a diferença entre a motivação para empreender apresenta-se significativa nos anos de crise. Em 2009, a TEA brasileira de empreendedores por oportunidade ultrapassa a TEA dos EUA para o mesmo quesito. Uma possível explicação para isso está na menor dependência das empresas brasileiras, no período recente, das receitas extraordinárias geradas no mercado financeiro. Outra explicação possível está na disponibilidade de títulos públicos com rentabilidade elevada e cada vez mais acreditados no mercado financeiro nacional. A figura 3.4 apresenta a comparação entre os dois países em relação à motivação para empreender.

FIGURA 3.4 – COMPARAÇÃO ENTRE BRASIL E EUA: MOTIVAÇÃO



Fonte: GEM 2009

A atividade empreendedora nos EUA sofreu fortemente com o agravamento da crise, não por uma substituição da motivação para iniciar um empreendimento, mas com o desaparecimento de oportunidades visíveis de negócios que estimulassem a ação empreendedora. Com o crescimento recente e a melhoria nas instituições nacionais, o Brasil tornou-se um lugar com mais oportunidades para empreender do que os EUA. Essa tendência possivelmente foi resultado das opções diferentes nos anos recentes.

O primeiro ponto divergente se refere à postura do governo em relação ao controle do mercado financeiro. Nos EUA, a busca por entidades autorreguladas e com baixa interferência do Estado levou a uma crise de confiança que resultou na intervenção do governo americano para auxiliar as instituições que estavam em risco. No Brasil, a regulamentação do sistema financeiro nacional permitiu que episódios com fraudes contábeis de enormes proporções (como o caso Enron) não ocorressem. Nesse contexto, a forte dependência do mercado financeiro para alavancar a produção e o consumo nos EUA certamente foi um fator para a redução das oportunidades para empreender durante o período de recessão, o que não se observou no Brasil.

Outro ponto importante está na diferença de postura na política internacional, pois a política externa americana, pautada na manutenção da “guerra contra o terror”, gerou um crescente déficit nas contas do governo americano que limitou a capacidade de implementação de políticas anticíclicas para evitar um aumento do desemprego e a redução no consumo das famílias. No caso do Brasil, que por muitos anos manteve-se com uma política de austeridade fiscal para redução do endividamento externo e controle da proporção dívida/PIB em patamares inferiores a 50% do PIB, o governo pôde implementar políticas como a isenção fiscal e tributária em segmentos mais duramente atingidos pelo encolhimento do mercado internacional e pela ausência de crédito.

4

FINANCIAMENTO AO EMPREENDEDORISMO EM 2008-2009¹

¹Este tópico consiste numa adaptação para o português do texto original produzido pelo professor William Bygrave que é parte constitutiva do relatório *Global Entrepreneurship Report 2009*, de autoria de Niels Bosma e Jonathan Levie.

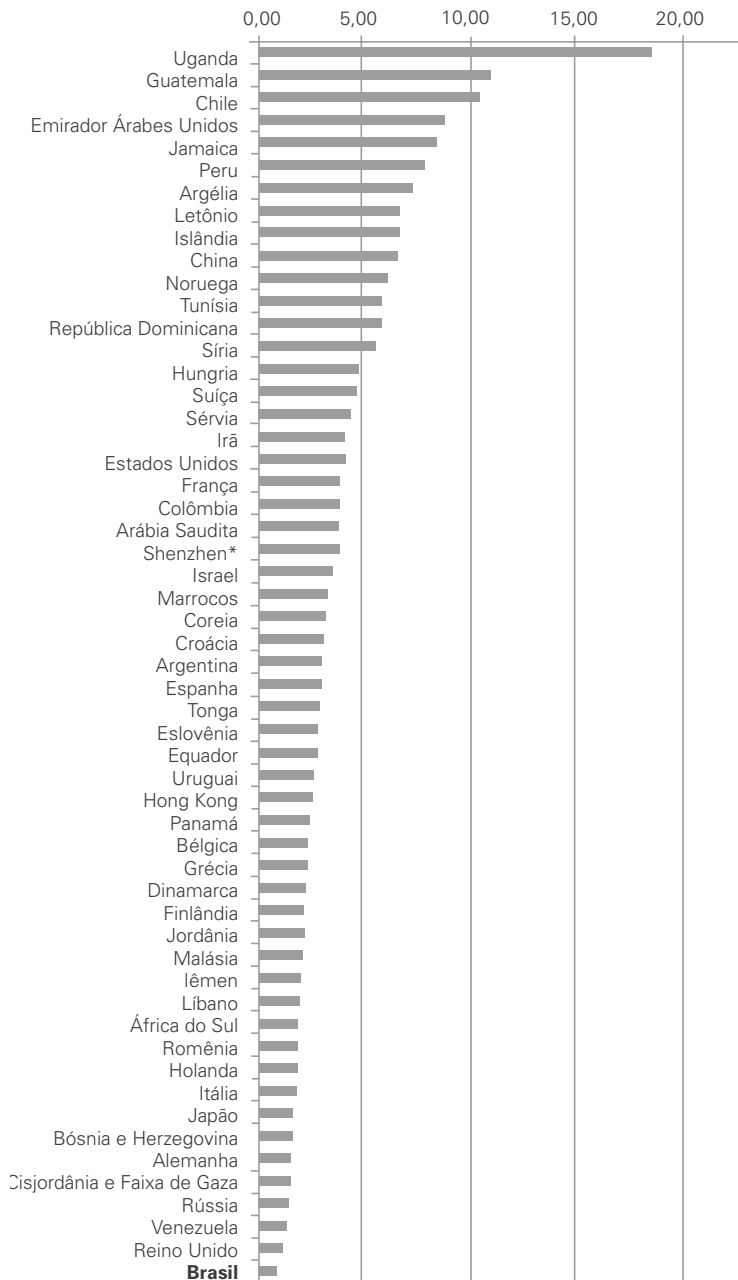
Investidores informais tendem a utilizar o dinheiro de sua poupança e renda atual quando investem em empreendedores. Assim, quando os mercados de ações caíram em cascata durante o colapso do setor bancário internacional em setembro-outubro de 2008, era de se esperar que os investidores informais, especialmente aqueles que estavam ligados aos mercados financeiros globais, se tornassem cautelosos quanto a colocar dinheiro em empreendimentos de risco. O objetivo desta seção é observar se os dados comprovam se houve ou não redução do investimento informal.

O investimento informal é relativamente raro na maioria dos países. O GEM pergunta aos entrevistados se eles investiram em alguma nova empresa que não seja de sua propriedade nos últimos três anos. É, portanto, uma medida suavizada, não é uma medida da atividade em apenas um ano.

Observando-se esse indicador, há evidência de uma redução da atividade de investimento informal em parte dos países investigados. Ela foi superior em 16 países do GEM em 2009, se comparada com 2008, e foi inferior em 19 países em 2009. Esse foi o caso dos países epicentro da crise, como os Estados Unidos e o Reino Unido. A taxa de investidores informais do Reino Unido foi a mais baixa desde que a pesquisa GEM começou, em 1999, e a taxa da União Europeia foi a terceira menor no mesmo período. Entre os países do G7, Alemanha, Itália e Japão apresentaram taxas de investidores informais mais baixas em 2009, embora o decréscimo não tenha sido tão significativo como nos Estados Unidos e no Reino Unido. No geral, houve um declínio significativo na taxa do investidor informal na média das nações do G7 em 2009 (Bygrave, 2009).

As taxas de investidores informais dos países participantes da pesquisa GEM em 2009 é mostrada na figura 4.1.

FIGURA 4.1 – TAXA DE INVESTIDORES INFORMAIS (2009)

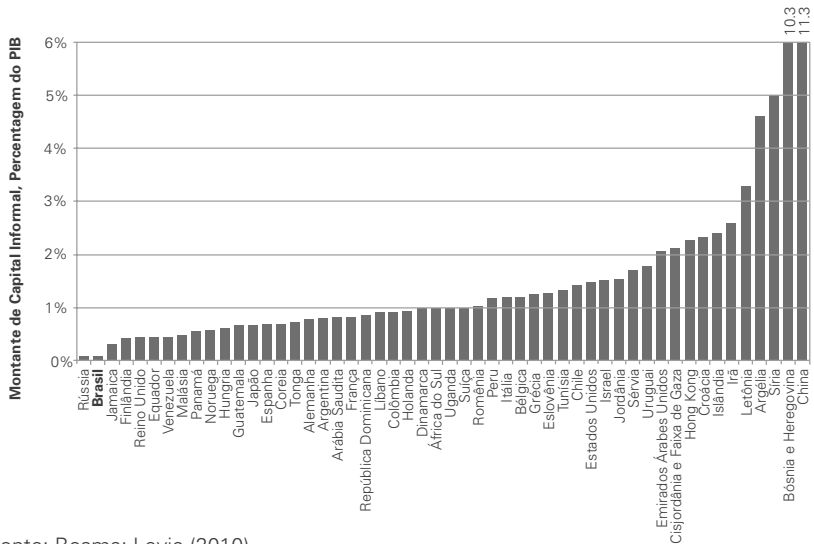


Fonte: Bygrave, 2010.

Entre os países do G7, Estados Unidos e França apresentaram taxas de pouco menos de 4%, enquanto Itália, Alemanha, Japão e Reino Unido apresentaram taxas entre 1% e 2%. Rússia e Brasil também tiveram taxas baixas, com cerca de 1%, enquanto a China apresentou uma taxa muito mais elevada, cerca de 6%. Embora Islândia e Letônia tenham sofrido mais do que outros países europeus os efeitos do colapso financeiro, suas taxas de investimento informal foram as mais altas das nações europeias. A taxa de investidores informais de Uganda (18,6%) colocou-a no topo do *ranking*. O investimento informal no Chile tem subido desde que o país participou pela primeira vez do GEM, em 2002, e em 2009 ultrapassou o Peru, que tem diminuído sua taxa desde 2006, quando participou pela primeira vez.

O montante total do investimento informal no país é estimado com o valor médio investido, a taxa de investidores informais e a população, corrigindo-se para o período de investimento de três anos. Para comparar o impacto potencial sobre a economia de uma nação, o investimento informal é expresso como uma porcentagem do PIB (2008). Os valores para os países são apresentados na figura 4.2.

FIGURA 4.2 – PERCENTUAL DO INVESTIMENTO INFORMAL NO PIB (2009)



Fonte: Bosma; Levie (2010).

Representando 11,3% do seu PIB, a China tem o maior montante de investimento informal entre todos os países do GEM 2009. Isso é consistente com os resultados do GEM para a China em 2006 e 2007. Os Estados Unidos, com 1,5%, lideram os países do G7, seguidos por Itália (1,2%), França (0,8%),

Alemanha (0,8%), Japão (0,7%) e Reino Unido (0,4%). Rússia e Brasil, com 0,1%, têm valores de investimento informal mais baixos que qualquer nação do GEM.

O montante do investimento informal de uma nação é um lado da equação de financiamento de empresas nascentes (*start-ups*), o outro lado é a quantidade de dinheiro que os empresários necessitam para fazer negócios. Empreendedores em países com elevados custos para abertura de negócios necessitam de mais investimento informal. O poder de compra da moeda de um país também deve ser levado em conta na comparação entre os países.

A figura 4.3 apresenta o valor médio para iniciar um novo negócio, estimado pela pesquisa GEM 2009 dos empreendedores nascentes em relação ao PIB (paridade de poder de compra) *per capita* em 2008.

É necessário utilizar mais recursos financeiros para iniciar um negócio nos países acima da linha de tendência na figura 4.3 do que abaixo dela. Isso é ilustrado nas figuras 4.3 e 4.4, onde a diferença percentual entre o custo de começar um negócio e a linha de tendência determina que uma nação tem custo elevado para os empreendedores nascentes. Os países onde são utilizados menos recursos para começar um negócio estão na extremidade esquerda da figura, e os mais caros estão na extremidade direita.

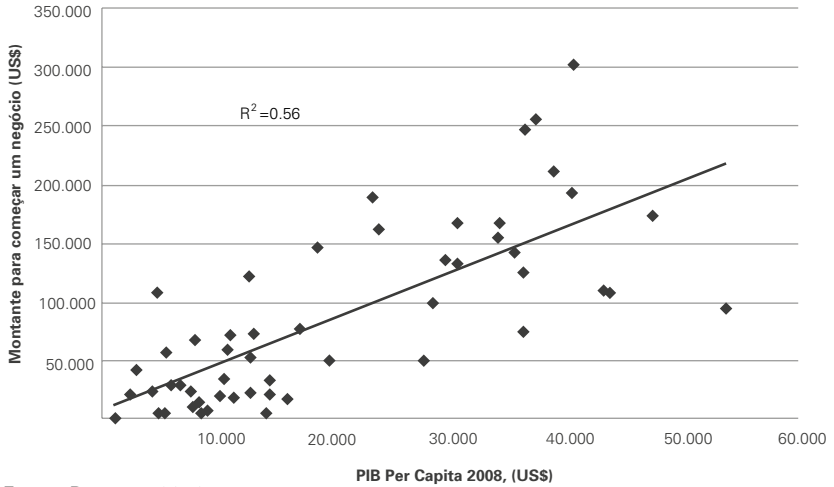
Um país com “investimento informal sobreabundante” cairia no canto direito da figura 4.2, o que significa que teria um montante elevado de investimento informal em relação ao PIB, e na extremidade esquerda da figura 4.4, o que significa que seria um lugar em que se começa um negócio com menos recursos financeiros. Não há países sobreabundantes em investimento informal no conjunto de dados do GEM 2009. No entanto, alguns países, como Chile e Peru, por exemplo, que estão entre os países mais “baratos” para se começar um negócio, estão no segundo quartil dos países GEM no quesito investimento informal como percentual do PIB, pois têm relativa abundância de investimento informal.

Um país com “escassez de investimento informal” cairia no canto direito da figura 4.4 e na extremidade esquerda da figura 4.2. Não há nenhum país do GEM onde o investimento informal seja extremamente escasso, mas é relativamente escasso em alguns países. Arábia Saudita e Holanda, por exemplo, estão entre o quartil dos países onde se consomem mais recursos financeiros para se começar um negócio, mas no terceiro quartil de países no investimento informal como percentual do PIB.

Eslovênia e Suíça poderiam ser descritos como países com “investimento informal equilibrado”, uma vez que estão localizados no meio do leque de países

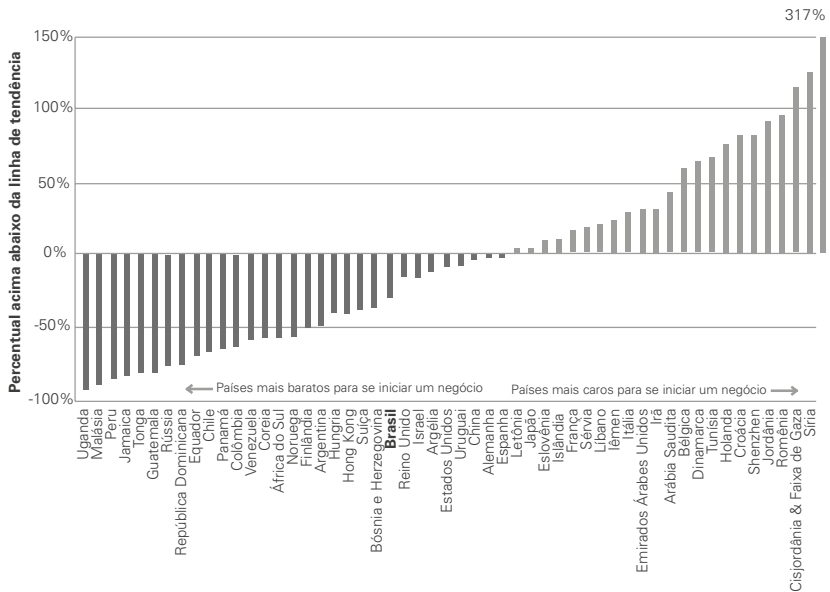
em ambas as medidas. Outro exemplo de país equilibrado são os Emirados Árabes Unidos, o 13º país mais “caro” e também o 13º no investimento informal.

FIGURA 4.3 – MONTANTE PARA COMEÇAR UM NEGÓCIO E PIB PER CAPITA



Fonte: Bygrave, 2010.

FIGURA 4.4 – MONTANTE PARA COMEÇAR UM NEGÓCIO: PERCENTUAL ACIMA OU ABAIXO DA LINHA DE TENDÊNCIA (2009)



Fonte: Bygrave, 2010.

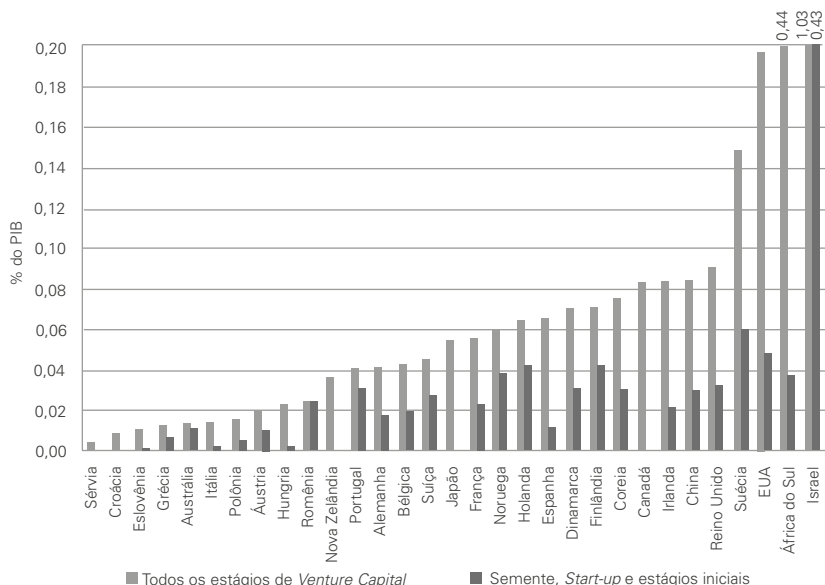
Grande parte das *start-ups* obtêm financiamento inicial dos próprios fundadores ou de investidores informais. Em um grupo seletivo de países, também é possível levantar dinheiro junto a empresas de capital de risco (*Venture Capital*). Mesmo nesses países, o número de empresas que conseguem esse tipo de fomento é reduzido. Isso pode ser visto a partir do fato de que nos Estados Unidos há cerca de 30 milhões de empresas, mas, nos últimos 40 anos, não mais que cerca de 30.000, ou cerca de uma em mil, receberam capital de risco. Dito de outra maneira, apenas 1.179 empresas dos Estados Unidos receberam a sua primeira rodada de capital de risco em 2008, e dessas apenas 330 foram empresas em estágio de criação. Em toda a Europa, apenas 594 empresas em fase de criação receberam capital de risco em 2008.

A participação desse tipo de investimento, em número de empresas, é reduzida, porém, as contribuições das empresas que foram bem sucedidas no mercado para a economia global foram gigantescas.

Nos Estados Unidos, desde a década de 1970, cerca de 456 bilhões de dólares foram gerados por 27.000 empresas apoiadas por capital de risco. Em 2008, as *joint-ventures* empregavam mais de 12 milhões de pessoas, ou 11% do emprego no setor privado americano, o que gerou uma receita de US\$ 2,9 trilhões, ou 21% do PIB dos Estados Unidos.

Nos últimos anos, cerca de US\$ 25 bilhões de capital de risco, ou 0,2% do PIB, foram investidos anualmente em empresas norte-americanas; cerca de 7 bilhões em empresas europeias, ou aproximadamente 0,05% do PIB da Europa, e aproximadamente ¥ 250 bilhões em empresas japonesas, ou 0,05% do PIB do Japão. A quantidade total de investimento de capital de risco em percentagem do PIB, em países para os quais existem dados disponíveis para 2008, é apresentada na figura 4.5.

FIGURA 4.5 – INVESTIMENTO “VENTURE CAPITAL” NO PIB



Fonte: Bygrave, 2010.

Israel é o país mais notável neste gráfico: o investimento de capital de risco é pouco mais de 1% do PIB. De certa forma, os capitais de risco em Israel e nos Estados Unidos são semelhantes, pois a maioria é investida em empresas de alta tecnologia, mas Israel investe cerca de cinco vezes mais do seu PIB do que os Estados Unidos. A África do Sul, com investimentos de risco de 0,44% do PIB, ocupa a segunda posição, depois de Israel, mas a maior parte é investida em indústrias completamente diferentes daquelas de Israel e Estados Unidos. Por exemplo, 52% dos investimentos sul-africanos do capital privado em 2008 foram em infraestrutura, mineração e recursos naturais e varejo.

O investimento de capital ascendeu a 0,054% do PIB da Europa em 2008, com a Suécia na liderança, com 0,15% do PIB, seguida por Reino Unido (0,09%) e Irlanda (0,084%). Países europeus com os menores montantes de investimento de risco em termos de PIB foram Sérvia (0,004%), Croácia (0,008%) e Eslovênia (0,01%). Entre os países do G7, o Japão, com 0,055%, foi mais alto do que Itália (0,014%) e Alemanha (0,041%) e igualou a França (0,055%), mas foi inferior a Canadá (0,083%), Reino Unido (0,09%) e Estados Unidos (0,2%).

A figura 4.5 mostra como os investimentos de capital de risco em vários estágios estão ligados aos níveis do PIB. Todas as etapas do capital de risco incluem os investimentos em várias fases do empreendimento: capital semente, para a expansão do empreendimento e empreendimentos consolidados. O investimento de capital de risco europeu em 2008 foi composto por 39,5% em financiamentos para empreendimentos em estágio inicial e 60,5% em empreendimentos consolidados. Os números nos Estados Unidos eram 24,2% e 75,8%, respectivamente.

Em 2008, mais capital de risco foi investido em empresas semente, *start-ups*, e empresas em fase inicial nos Estados Unidos (US\$ 6,86 milhões) do que na Europa (US\$ 3,95 milhões). Em número de empresas, a Europa atingiu 3.701 empresas, em comparação com 1.462 nos Estados Unidos. A explicação é que, apesar de capitalistas de risco americanos terem feito investimentos em menos empresas do que as suas congêneres europeias na criação de empresas em estágio inicial, a quantidade média de cada investimento americano foi muito superior. Em média, US\$ 4,7 milhões foram investidos em cada semente, *start-up* e empresa em fase inicial nos Estados Unidos, em comparação com US\$ 1,1 milhão na Europa (dólares nominais), US\$ 0,97 milhão no Japão, US\$ 3,35 milhões no Canadá e colossais US\$ 8,96 milhões na China.

Parece que os capitalistas de risco nos Estados Unidos não só são mais seletivos ao escolherem as empresas do que os da maioria dos outros países, mas também investem muito mais dinheiro por operação e por empresa em todos os estágios de desenvolvimento. Talvez isso ajude a explicar por que empresas que receberam capital de risco e foram bem sucedidas, como eBay, Amazon e Google, dominam seus mercados de atuação em escala global.

Capitalistas de risco da China parecem estar seguindo uma estratégia similar aos norte-americanos, pois investiram principalmente em empresas de tecnologia, com US\$ 8,96 milhões investidos por empresa. Na China, a indústria de capital de risco está crescendo rapidamente, alcançando montantes muito próximos aos aplicados na Europa. O investimento de capital em 2008 caiu 8% nos Estados Unidos e 12,8% na Europa em comparação com 2007, mas ambos foram ainda mais elevados do que em 2006. No entanto, o investimento de capital de risco no Japão aumentou 18,9% em 2008 em relação a 2007, e 2008 foi um ano recorde para o capital de risco investido na China. Depois da crise do setor bancário, a quantidade de capital de risco nos Estados Unidos caiu 39% no quarto trimestre de 2008 em comparação com o mesmo período de 2007 e continuou diminuindo em 2009, com queda no investimento prevista em 46% e baixa de 38% no número de negócios nos três primeiros trimestres face ao mesmo período de 2008.

Outro fator importante na diminuição do mercado de capital de risco americano em 2008 foi a falta de IPOs (abertura do capital da empresa em bolsa de valores) de empresas bem sucedidas que receberam capital de risco. No segundo trimestre de 2008, nenhuma empresa com esse perfil abriu seu capital. A última vez em que isso aconteceu foi há mais de 30 anos! Apenas seis empresas abriram o capital em todo o ano de 2008.

No panorama do empreendedorismo, o investimento informal é muito mais importante do que o capital de risco. Em todas as nações GEM combinadas, foram apenas 15.000 as empresas financiadas com capital de risco em 2008, em comparação com dezenas de milhões que foram financiadas com investimento informal. A probabilidade de aumento de capital de risco é extremamente remota. Para ilustrar: nos Estados Unidos, uma pessoa tem uma maior chance de ganhar um milhão de dólares ou mais em uma loteria estadual do que obter capital de risco para lançar um novo empreendimento. No curto prazo, o investimento informal tem um impacto muito maior do que o capital de risco na atividade empresarial. Se todos os investimentos informais secassem, o efeito sobre a economia seria imediato e desastroso. Em contrapartida, uma queda no investimento em capital de risco tem pouco efeito de curto prazo sobre a economia nacional. Mas, no longo prazo, o capital de risco é vital para o financiamento de empresas *superstars* com potencial de transformar indústrias existentes e em alguns casos lançar novas.

5

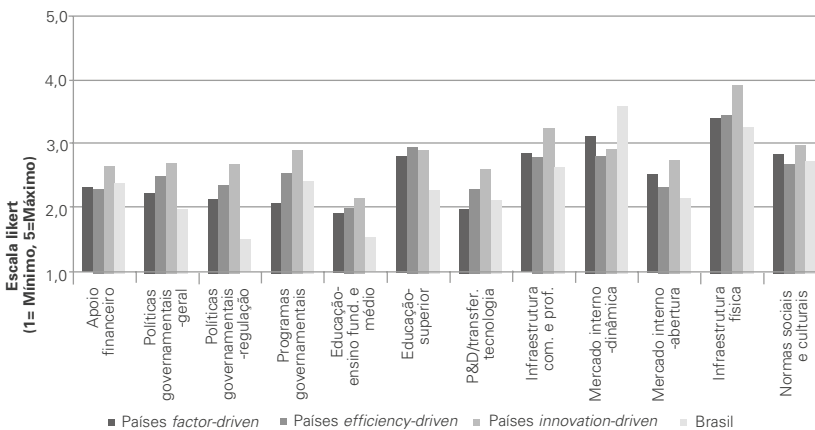
AVALIAÇÃO DOS ESPECIALISTAS NACIONAIS - As condições que afetam o empreendedorismo (EFCS)

As EFCs refletem as principais características do ambiente socioeconômico de um país, em relação às quais se espera que tenham um impacto significativo na atividade empreendedora.

Para cada uma destas EFCs¹ (já descritas no capítulo 1), pelo menos 36 especialistas em cada país realizaram sua avaliação, de forma objetiva, utilizando a escala Likert de cinco pontos para verificar se as condições atuais existentes configuram-se como fatores favoráveis ou limitantes ao empreendedorismo e à inovação em seus respectivos países.

Uma visão geral dos resultados de cada condição nos diferentes grupos de países, divididos por seu estágio de desenvolvimento econômico, é fornecida na Figura 5.1.

FIGURA 5.1 – AVALIAÇÃO DAS ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS (EFCs) PELOS ESPECIALISTAS NACIONAIS, POR GRUPOS DE PAÍSES 2009



Fonte: Bosma; Levie (2010) e GEM Brasil 2009.

Em geral, os especialistas em países economicamente mais desenvolvidos atribuem classificações mais altas às EFCs. O único item em que a avaliação dos especialistas brasileiros é superior àquela realizada pelos especialistas de países *innovation-driven* é o que se refere a dinâmica do mercado interno, fator este em que a média do Brasil é superior também à média dos demais grupos de países.

¹São 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 à entrada, acesso à infraestrutura física, normas culturais e sociais.

Evidentemente, os especialistas nas economias *factor-driven* podem ter diferentes pontos de referência em comparação com seus colegas em países *innovation-driven*. Isso pode explicar por que as diferenças observadas entre os três grupos de países não são muito elevadas. Fatores que mostram as diferenças mais pronunciadas entre as fases de desenvolvimento econômico incluem as políticas governamentais, programas de governo, transferência e desenvolvimento de tecnologia, infraestrutura comercial e profissional, abertura de mercado interno e infraestrutura física.

A avaliação do fator apoio financeiro foi particularmente baixa em 2009. Isso pode refletir a crise financeira global. Comparando-se as avaliações obtidas nos três diferentes grupos de países e a percepção dos especialistas brasileiros, é possível perceber um posicionamento mais crítico dos brasileiros em relação aos seguintes fatores: políticas governamentais, educação básica e educação superior.

Comparando-se os escores em cada item, não é possível perceber diferenças entre os países; desse modo, a fim de possibilitar análises comparativas entre eles, há no quadro 5.1 a identificação dos três principais itens com escores mais altos e mais baixos em cada país.

Em praticamente todos os países, o item relativo a educação e formação no ensino primário e secundário é classificado como um dos três piores EFCs (as exceções são Letônia, Rússia e Dinamarca).

Quase dois terços dos países *factor-driven* classificam o item educação superior como positivo, em comparação com cerca de um sexto nos países *innovation-driven*. No Brasil, esse item não está entre os três principais, sejam eles positivos ou negativos.

No Brasil, os especialistas, além da educação básica, reputam que os fatores mais limitantes referem-se às políticas governamentais de apoio ao empreendedorismo, tanto àquelas de cunho geral quanto às que versam sobre a regulação da atividade das empresas novas e em crescimento. As condições melhor avaliadas foram a dinâmica econômica do mercado interno no Brasil, a infraestrutura física disponível no país (em praticamente todos os países essa condição foi uma das melhor avaliadas), sobretudo no que se refere a telecomunicações e internet, e, por fim, o fator normas sociais e culturais, visto pelos especialistas como favorável ao desenvolvimento de atividades empreendedoras.

**QUADRO 5.1 – CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO
(EFCS) MAIS POSITIVAS (+) E MAIS NEGATIVAS (-), POR PAÍSES**

	1 Apoio Financeiro 2a Política Governamental - Geral 2b Política Governamental - Regulação 3 Programas Governamentais				4a Educação - Ensino Fundamental e Médio 4b Educação - Ensino Superior 5 P&D Transferência de Tecnologia 6 Infraestrutura Comercial				7a Mercado Interno Dinâmico 7b Abertura do Mercado Interno 8 Infraestrutura Física 9 Normas Culturais e Sociais			
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Factor-driven												
Guatemala		-		-	-	+		+			+	
Jamaica			-		-	+	-				+	+
Arábia Saudita	+			-	-		-		+		+	
Síria				-	-		-		+		+	+
Tonga	-			-		+	-		+		+	
Uganda			-		-		-	+	+			+
Venezuela		-	-		-	+			+		+	
Efficiency-driven												
Argentina		-	-		-	+		+			+	
Bósnia e Herzegovina		-	-				-	+	+		+	
Brasil		-	-		-				+		+	+
Chile		+			-		-			-	+	+
Colômbia	-				-	+	-				+	+
Croácia			-		-	+			+	-	+	
República Dominicana	-				-	+	-				+	+
Equador	-				-	+	-	+			+	
Hungria		-	-		-	+		+			+	
Lituânia	-	-					-	+		+	+	
Malásia			-		-				+	-	+	+
Panamá	-		+		-		-	+			+	
Peru			-		-	+	-				+	+
Rússia	-		-	-				+	+		+	
Sérvia			-		-	+		+	+	-		
África do Sul				-	-	+	-	+			+	
Tunísia		+		+	-		-			-	+	
Uruguai				+	-			+	-		+	-

QUADRO 5.1 – CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO (EFCs) MAIS POSITIVAS (+) E MAIS NEGATIVAS (-), POR PAÍSES

	1 Apoio Financeiro 2a Política Governamental - Geral 2b Política Governamental - Regulação 3 Programas Governamentais				4a Educação - Ensino Fundamental e Médio 4b Educação - Ensino Superior 5 P&D Transferência de Tecnologia 6 Infraestrutura Comercial				7a Mercado Interno Dinâmico 7b Abertura do Mercado Interno 8 Infraestrutura Física 9 Normas Culturais e Sociais			
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Innovation-driven												
Bélgica			-		-			+	-	+	+	
Dinamarca	-			+			-	+	-		+	
Finlândia		+			-		-	+		-	+	
Alemanha			-	+	-	-		+			+	
Grécia			-		-		-	+	+		+	
Hong Kong		-	+		-		-	+			+	
Islândia	-	-			-	+					+	+
Israel		-	-		-			+			+	+
Itália	-		-		-	+			+		+	
Holanda		-			-	+	-	+			+	
Noruega		-		+	-			+		-	+	
Eslovênia			-		-			+	+		+	-
Coréia do Sul	-	+			-			-	+		+	
Espanha	-		-	+	-			+			+	
Suíça		-			-		+	+	-		+	
Emirados Árabes Unidos				-	-		-	+	+		+	
Reino Unido			-		-			+		+	+	
Estados Unidos			-		-		-	+			+	+

Fonte: Bosma; Levie (2010).

5.1 PROPOSIÇÕES PARA O FORTALECIMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Ao longo dos dez anos da pesquisa GEM no Brasil, inúmeras sugestões, proposições e sinalizações para desenvolver e aprimorar o ambiente do empreendedorismo no país foram efetuadas. Os pontos levantados são fruto da experiência do time GEM Brasil no tema, de pontos de vista dos diferentes parceiros que durante esse período colaboraram com a pesquisa, mas são principalmente resultado dos mais de 300 especialistas nacionais entrevistados. A título de lembrança, mas, sobretudo, para reavivar aspectos que ainda não foram abordados, apresenta-se aqui uma compilação das contribuições, para além da informação pura e simples, que o GEM Brasil apresentou à sociedade com o intuito de trazer a lume e motivar o debate acerca das condições para se empreender neste país.

As proposições a seguir estão organizadas de acordo com as EFCs em que é suscitado o maior número de menções por parte dos especialistas.

Programas orientados para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil

- Agências de desenvolvimento estaduais deveriam criar mecanismos de incentivos à criação de rede de *angels* em duas frentes: a) apoio na articulação e criação dessas redes; b) recursos para aportar em conjunto com os investidores nos primeiros anos, caindo o montante ao longo dos anos conforme a maturidade da rede.

Os segmentos de empreendedores com potencial de inovação merecem um olhar atento para as suas potencialidades, buscando-se colocar à disposição desses empreendedores:

- informações técnicas e sobre mercado;
- colaboração e parcerias entre os produtores e dos produtores com fornecedores e clientes;
- incentivo às aglomerações de empresas;
- programas de melhorias da qualidade e produtividade;
- possibilidades do mercado nacional e internacional por meio do estímulo a feiras, viagens internacionais e visitas de técnicos especializados;
- laboratórios de pesquisa.
- Facilitar o acesso a espaço físico para os empreendedores estabelecerem seus negócios.
- Montar um “banco de imóveis para empreendimentos” composto por proprietários interessados em se tornarem sócios de novos negócios, cujo capital será seu imóvel.
- Entidades de apoio ao empreendedorismo devem desenvolver programas gerais de assessoramento e capacitação aos formuladores de políticas públicas, especialmente em âmbito municipal e microrregional, direcionadas ao fortalecimento do empreendedorismo local.
- Agentes públicos (governos, prefeituras) precisam criar programas para fortalecer o associativismo local, aproveitando potencialidades comunitárias, como exportação, necessidade de realização de pesquisas científicas na área etc.
- Criação de fóruns de discussão e experiência entre empreendedores de diferentes segmentos para que haja o compartilhamento de conhecimento. Tais iniciativas deveriam alcançar o público (eventos abertos ou publicações) de modo a inspirar e disseminar a cultura empreendedora.
- O governo, em suas diferentes instâncias, deveria patrocinar programas que seriam veiculados na mídia visando a despertar o interesse e orientar ações empreendedoras explorando as características favoráveis presentes

em cada indivíduo, de modo a promover a conscientização das pessoas sobre os seus atributos e estimulá-las a se tornarem empreendedores por meio do desenvolvimento da cultura empreendedora.

- Em virtude do grande número de programas e projetos de apoio ao empreendedorismo, que contam inclusive com recursos públicos, seria fundamental constituir e aplicar rígidos indicadores para a avaliação da efetividade de políticas e programas voltados ao empreendedorismo, além de estabelecer uma sistemática para o acompanhamento de empreendedores, melhorando a compreensão evolutiva do ato de empreender. Essa ação deveria ser feita por organizações independentes.
- Agentes públicos também devem criar programas de sensibilização e orientação a potenciais investidores informais (dada a importância desse ator social para a dinâmica empreendedora), criando condições que facilitem o surgimento de empreendimentos exitosos.
- Desenvolver um trabalho específico de incentivo e preparação ao empreendedorismo junto ao crescente público formado por mulheres brasileiras que são chefes de família.
- Sindicatos, Ministério do Trabalho e Emprego, agências de fomento e Caixa Econômica Federal, em parcerias, devem criar mecanismos para identificar indivíduos que, por qualquer razão, saem do mercado formal de trabalho e prestar-lhes assessoria sobre oportunidades efetivas de negócios e como abrir e conduzir empresas de maneira profissional, propiciando orientações diferenciadas àqueles que sabidamente empreendem por necessidade.
- Integrar, em um único órgão, os programas e informações relacionados à abertura e condução dos negócios.
- Realizar pesquisas que indiquem as oportunidades de novos negócios, pela avaliação de necessidades de serviços não supridos pelo ambiente local e das comunidades circunvizinhas.
- Identificar, analisar, adaptar e implementar práticas nacionais e internacionais bem sucedidas para abertura e fechamento de empresas de modo a otimizar esse processo no Brasil.
- Diminuição dos elevados custos cartoriais e profissionais a que estão sujeitas as empresas no Brasil.
- Desenvolver projetos integrados que promovam a melhoria das condições de transporte no Brasil.
- O governo deve fazer uso de seu poder de compra e usar, inteligentemente, esse poder para incentivar o nascimento e principalmente o fortalecimento de novas empresas.
- Integrar todas as informações de que o empreendedor necessita, o que pode ser feito em um único órgão governamental que tenha ainda o perfil de distribuição do conhecimento e de articulação com outros órgãos públicos e privados, estaduais e municipais.

- Manter nas equipes de seus programas de apoio ao empreendedor outros empreendedores que já tenham vivido todo o ciclo de criação de um novo negócio.
- A expansão das experiências com incubadoras de vocação tecnológica, para empreendimentos de natureza diversa, é vista como desejável, evitando maiores perdas por falta de uma estrutura básica de suporte nas fases iniciais de um empreendimento, independentemente da área ou segmento de atuação.
- É altamente desejável estimular uma maior integração entre empresas e universidades, fomentando, dessa forma, o desenvolvimento de conhecimento relevante para a comunidade e contribuindo com a produção de tecnologia local.
- Buscar a simplificação e agilização dos processos de registro e proteção de invenções e inovações tecnológicas, divulgando e educando o empreendedor sobre sua importância no estímulo ao desenvolvimento tecnológico nacional.
- Intensificar a criação de incubadoras tecnológicas², incentivando sua aproximação e integração com universidades e centros de pesquisa e de capacitação gerencial.
- Trazer à consciência dos meios de comunicação a importância de promover de forma sistemática e apreciativa a imagem do empreendedor como elemento realizador, que cumpre um papel crítico na renovação e na capacidade de adaptação da sociedade, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico e social do país. Estabelecer espaços próprios para a promoção constante das ações e conquistas de empreendedores, valorizando e prestigiando seu sucesso mediante uma divulgação mais sistemática e elaborada de sua trajetória profissional, de sua biografia pessoal, assim como dos desafios enfrentados no projeto de criação e consolidação de seu empreendimento, humanizando e desmitificando o personagem.

²Mais informações sobre o bem sucedido processo de estímulo à atividade empreendedora de base tecnológica por meio de incubadoras de empresas podem ser vistos no livro sobre os 20 anos de história da Incubadora Tecnológica de Curitiba - Intec (Felix, 2009).

Políticas governamentais

- Simplificação dos procedimentos e regulamentos de natureza legal, fiscal, trabalhista e tributária que interferem na velocidade e facilidade de constituição e registro de novas empresas, bem como nos trâmites exigidos nas alterações estruturais e societárias. A simplificação deveria incluir os três níveis de governo (federal, estadual e municipal), unificando e integrando os sistemas de cadastro e processamento de informações.
- Introduzir modificações na legislação trabalhista, com incentivos para que pequenos empreendedores contratem mão de obra formal.
- Criar uma Política Nacional específica para o empreendedorismo para facilitar acesso a crédito, exportação, capacitação e treinamento etc., mas considerando as diferenças regionais, ou seja, criar mecanismos diferenciados, dadas as particularidades de cada região (governos federal, estaduais e municipais).
- Criar mecanismos para estimular as empresas informais a formalizarem-se .
- Estabelecer carga tributária diferenciada e reduzida, bem como menores encargos trabalhistas, para micro, pequenas e médias empresas, além de adequar os prazos de recolhimento de tributos com o fluxo de caixa das empresas.
- Uma ampla reforma tributária, fiscal e legal, que tenha atenção especial à condição e particularidades do processo empreendedor. Inclui-se neste item a simplificação radical dos trâmites burocráticos exigidos para criação e administração de um novo empreendimento.
- Políticas de estímulo aos financiamentos pessoais e familiares para novos negócios.
- Introduzir aperfeiçoamentos na lei de proteção de marcas e patentes, assimilando as novas situações de propriedade e autoria intelectual, com atenção especial às condições das empresas nascentes e em crescimento, e tornar a fiscalização mais rigorosa para punir as infrações a tal legislação.

Apoio financeiro

- Ampliar alternativas para o acesso ao crédito, como, por exemplo, o Programa Juro Zero da Finep.
- Criar mecanismos de acesso ao capital de risco para a criação de empresas.
- Facilitar acesso ao crédito para as micro e pequenas empresas (criar mecanismos de avaliação de projetos sem serem meramente baseados em critérios bancários; criar fundos alternativos de aval e de garantia para concessão de empréstimos), pois as instituições financeiras priorizam

empresas consolidadas e com resultados positivos. Definir taxas de juros menores para empresas nascentes.

- O acesso ao crédito para o pequeno empresário encontra resistência nas agências bancárias, pois existe carência de informações por partes dos analistas (na agência) e por parte dos empresários, que não se preparam adequadamente para realizar suas demandas e dessa forma ficam desacreditados. Para tanto, seriam necessários treinamentos voltados aos analistas de crédito dos bancos, de modo que estes possam conhecer melhor a realidade do pequeno empresário e os auxiliem verdadeiramente a conseguir os recursos fundamentais para o crescimento do empreendimento. Dada a baixa qualificação do empreendedor brasileiro, é necessário que os operadores de crédito nas instituições financeiras sejam capacitados a atuar não apenas como agentes da burocracia mas também como consultores financeiros para os empreendimentos, reduzindo dessa forma riscos na operação de crédito.
- Ampliação da oferta de mecanismos como o *seed money*. Para isso, adaptar modelos existentes em países como Inglaterra e EUA às condições brasileiras. Operacionalmente, implantação de fundos financiados por governos para negócios ainda sem condições de buscar o capital de risco.
- Desenvolver programas e instrumentos de suporte financeiro, investimento e crédito que façam a necessária distinção entre o empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade, observando suas particularidades e atendendo de forma diferenciada os empreendimentos segundo o segmento de atuação, o ramo de atividade, a complexidade do projeto e o potencial de crescimento. Deve-se levar em consideração também as especificidades regionais.

Educação e capacitação para o empreendedorismo

- Instituir parcerias entre as instituições de ensino e as empresas para promover a prática do empreendedorismo, seja por meio de estágios, programas, cursos ou palestras (nestes últimos casos, levando também a experiência dos empreendedores para dentro das instituições de ensino). Deve-se criar formas de apresentar o mundo empresarial aos estudantes.
- Facilitar o acesso das empresas formalizadas à informação e à capacitação.
- Treinar os professores nos vários níveis da educação formal para o desenvolvimento de atividades pedagógicas empreendedoras. Comprometer-se com o ensino formal fundamental e médio, pois o baixo nível educacional leva ao empreendedorismo por necessidade ou a empregos com baixa remuneração.
- Instituir disciplinas sobre a criação de novos negócios, em todos os níveis

da educação formal. Fortalecer a criatividade como elemento essencial do empreendedorismo.

- Escolas e governo devem criar programas para difusão de inovação de forma extensiva aos produtores, vinculando inclusive a concessão de benefícios à adoção de novas tecnologias.
- As universidades e escolas precisam rever seus currículos para “contaminar” seus projetos pedagógicos, mesclando formação técnica com desenvolvimento de habilidades empreendedoras, com uso da metodologia de solução de problemas. As instituições de ensino não podem se limitar a oferecer cadeiras eletivas de empreendedorismo, o tema deve ser tratado como um conteúdo transversal a todas as disciplinas. O Ministério da Educação deve promover maior flexibilidade, indução e alterações dos conteúdos programáticos, não somente no que tange à disciplina de empreendedorismo, mas também a recursos que permitam explorar a capacidade criativa dos estudantes. Os alunos devem ser mais desafiados. Incentivar as escolas a detectar alunos “talentosos” em suas respectivas áreas de atuação e oferecer oportunidades diferenciadas no processo educacional.
- Como o Brasil é um país muito grande, seria muito interessante fortalecer os programas de capacitação virtual, a educação a distância, como veículo de qualificação muito barato e de alta qualidade para os empreendedores.
- Incentivar a que as pessoas, quando vão empreender, busquem informações consistentes, superando o traço cultural que faz com que muitas vezes os empreendedores abram negócios sem fundamento técnico, mas se fiando em suas próprias crenças e na opinião de parentes, conhecidos, etc. Essa iniciativa deve vir acompanhada do apoio aos muitos empreendedores por necessidade na escolha de seu negócio e na análise de viabilidade e, na fase de implementação, pela oferta de melhores ferramentas de gestão, para redução dos riscos de insucesso.
- Intensificar e aprimorar programas de formação de formadores para o empreendedorismo.

Infraestrutura de apoio técnico-gerencial para a atividade empreendedora

- Os programas de apoio ao empreendedor devem ter em suas equipes outros empreendedores que tenham vivido todo o ciclo de criação de um negócio.
- Orientação competente, rápida (gratuita) para avaliação da viabilidade do negócio.
- Subsidiar o acesso dos empreendedores às empresas que executam

pesquisa de mercado. Realizar pesquisas que indiquem as oportunidades de novos negócios, pela avaliação de necessidades de serviços não supridos pelo ambiente local.

- Facilitar o acesso a serviços jurídicos, de gestão e contábeis de qualidade, o que, por si só, é um mecanismo de geração de ocupação e renda para profissionais liberais, o que poderia ser propiciado por organizações como o Sebrae a custos simbólicos. O auxílio seria tanto para orientação na concepção do negócio quanto para a execução dos serviços relacionados ao processo de abertura e funcionamento da empresa: elaboração de planos, análise de viabilidade, análise financeira, contratos, registros, alvarás etc.
- O apoio para a captação de recursos é importante para a manutenção dos negócios numa fase inicial. Qualificação do empreendedor/ assessoria especializada na redação de projetos com vistas a aumentar as possibilidades para acesso a programas específicos (crédito).
- Orientar os empreendedores sobre o potencial do comércio internacional, na medida em que ainda são poucos os que têm a intenção de exportar. Dentre essas orientações, ressalta-se a necessidade de buscar superar barreiras, como a representada pelo idioma, o que exige investimento em capacitação.
- Empresário não sabe vender o seu produto, usa terceiros e *tradings*; é necessário que haja o esforço do empresário para investir em “capital de relacionamento” com seu cliente, conhecendo-o para atender suas expectativas. Para tanto, é necessário investir em qualificação dos gestores do negócio, sobretudo no quesito informações estratégicas.
- Deve haver algum tipo de subsídio para que o empreendedor iniciante possa ter acesso a empresas competentes que executam análise de mercado, planos de marketing e publicidade.
- Aperfeiçoar os meios e instrumentos especializados na informação e divulgação de temas e questões de interesse direto e imediato ao potencial empreendedor e aquele que se encontra nas fases iniciais de criação e consolidação de seu negócio, em especial sobre novas oportunidades de negócio e inovações tecnológicas disponíveis e sobre o potencial comercial de novos segmentos de mercado.

6

SUMÁRIO SOBRE A ATIVIDADE EMPREENDEDORA DOS PAÍSES SELECIONADOS

Esta seção foi elaborada com a colaboração das equipes nacionais de alguns países participantes da pesquisa GEM 2009, notadamente daqueles considerados, pela avaliação dos autores, mais relevantes para fins de comparação com o Brasil e representativos da dinâmica empreendedora dos grupos de países aos quais pertencem.

Os conteúdos apresentados consistem naquilo que melhor caracteriza a dinâmica empreendedora dos países selecionados, abaixo listados, analisando-se o impacto que a crise econômica teve nas atividades empreendedoras em cada país, segundo a visão dos próprios pesquisadores locais.

ÁFRICA DO SUL

ARÁBIA SAUDITA

ARGENTINA

CHILE

CHINA

COLÔMBIA

ESTADOS UNIDOS

JAMAICA

JAPÃO

PERU

REINO UNIDO

RÚSSIA

UGANDA

VENEZUELA

ÁFRICA DO SUL

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	5,9%
Empreendedores nascentes	3,6%
Empreendedores de negócios novos	2,5%
Empreendedores estabelecidos	1,4%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	66%
Necessidade	34%
Homem	60%
Mulher	40%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A atividade empreendedora na África do Sul manteve-se bastante consistente. Apesar da queda do ano passado, a taxa de empreendedorismo em estágio inicial de 5,9% está em linha com a taxa média de 5% registrada para o período 2004-2006. A taxa de empreendedores nascentes é de 3,6%, enquanto a de empreendedores de negócios é de 2,5% – o declínio pode ser atribuído principalmente a uma queda de 40% no número de *start-ups* em relação a 2008.

A taxa de atividade empreendedora masculina (7,2%) continua sendo 1,5 vezes superior à feminina (4,7%). Embora esteja em linha com a média do GEM, a discrepância é ainda motivo de preocupação – especialmente porque pesquisas sobre o mercado de trabalho indicam que, independentemente do grupo populacional, as taxas de desemprego entre as mulheres são superiores às dos seus colegas do sexo masculino.

A taxa de empreendedores estabelecidos é de 1,4%, reafirmando que o prognóstico para a sobrevivência das empresas em estágio inicial na África do Sul continua pobre. Em termos de motivação para começar um negócio, quase o dobro citou oportunidade (3,8%) em oposição a necessidade (1,9%).

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

A crise econômica mundial (GEC) teve um efeito devastador sobre a vontade de iniciar uma atividade empreendedora. Como mencionado acima, houve um declínio de 40% no número de *start-ups*. Além disso, a proporção de

empreendedores motivados por oportunidades percebidas diminuiu para a metade (2% contra 3,8% em 2008). Quase um terço dos respondentes considerou que a GEC tinha reduzido as oportunidades para seus negócios, enquanto quase dois terços relataram que começar um negócio era mais difícil do que no ano anterior.

A falta de liquidez no setor financeiro, a aplicação rigorosa da nova Lei do Crédito Nacional (em vigor desde junho de 2007) e o aumento da robustez para demandas comerciais exigidas pelos bancos comerciais têm dificultado o acesso ao financiamento. Consequentemente, a Corporação de Desenvolvimento Industrial, organismo do governo, por exemplo, tem sentido um aumento de 50% em pedidos de financiamento.

O setor de varejo tem estado sob significativa pressão – os gastos dos consumidores caíram por quatro trimestres consecutivos, mostrando sua maior queda em 24 anos. Uma vez que quase dois terços da atividade empreendedora em estágio inicial no país é do setor de serviços ao consumidor, isso não caminha bem para a sustentabilidade das pequenas empresas.

Dado o baixo nível de qualificação e educação da população sul-africana, os setores mais resistentes (de acordo com pesquisa nacional anual sobre as pequenas e médias empresas), são os de comunicação, serviços financeiros e de TI, tornando-se inacessível para muitos empreendedores em potencial.

O custo da criminalidade, sempre um fator para as pequenas empresas, tem sido agravado pela GEC. As estatísticas criminais para 2008-09 indicam um aumento de 45% nos roubos em empresas de pequeno porte. Globalmente, mais de 70% dos alvos dos roubos são as pequenas empresas.

Embora o governo reconheça a importância de estimular o empreendedorismo, as intervenções políticas estão atualmente mais focadas na redução da pobreza (extendendo benefícios sociais) e nos sistemas de retenção de trabalho.

GEM EM AÇÃO

O GEM África do Sul é financiado (entre outros) pelo Departamento de Comércio e Indústria (DTI) e pela Agência de Desenvolvimento do Pequeno Empreendimento (Seda), ambos departamentos do governo, que regularmente cita as conclusões do GEM. O governo provincial de Western Cape faz uso regular de dados do GEM. A maioria das universidades atualmente utiliza os dados do GEM no ensino do empreendedorismo. Pesquisadores GEM são requisitados para várias conferências e workshops no continente. O GEM é amplamente divulgado e citado em jornais e revistas, que recentemente formaram o núcleo de suplementos sobre empreendedorismo.

ARÁBIA SAUDITA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	4,7%
Empreendedores nascentes	2,9%
Empreendedores de negócios novos	1,9%
Empreendedores estabelecidos	4,1%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	88%
Necessidade	12%
Homem	92%
Mulher	8%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPRESARIAL

Em 2009, 4,7% da população adulta da Arábia Saudita (com idade entre 18 e 65 anos) participaram de atividade empreendedora no seu estágio inicial. Aproximadamente 2,9% de todos os adultos estão começando uma empresa nascente, e 1,9% estão em empresas novas (menos de 3,5 anos). Cerca de 88% dos empreendedores em estágio inicial (4% dos adultos entrevistados) citaram oportunidade, em vez de necessidade, como o principal motivo para iniciar um empreendimento; destes, 29% consideram o aumento na renda como sua motivação principal para empreender.

As taxas de atividade empreendedora feminina são muito menores que as do sexo masculino. Menos de 1% da população feminina é empreendedora, comparada a quase 8% da população masculina. Isso significa que 92% dos empresários da Arábia Saudita são do sexo masculino.

A avaliação inicial da população adulta e os estudos de especialistas nacionais tendem a confirmar as expectativas dos membros da equipe de pesquisa. Os dados recolhidos permitirão à equipe medir com precisão a situação do empreendedor no país. Uma análise comparativa detalhada será realizada e utilizada para as recomendações visando a aumentar a atividade empreendedora na Arábia Saudita. Uma grande porcentagem dos especialistas entrevistados compartilha pontos de vista semelhantes, particularmente no que diz respeito à ampla disponibilidade de liquidez no mercado, através de diferentes instituições financeiras, para apoiar as atividades empreendedoras em estágio inicial. No

entanto, a falta de políticas adequadas e regulamentações específicas para promover as PME tendem a dificultar o processo de empréstimos e apoio financeiro.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Há fortes indicações de que as atividades empreendedoras existentes não têm sido muito afetadas pela recente crise financeira mundial. Isso pode ser atribuído às limitações existentes nas atividades empreendedoras e também às políticas conservadoras das instituições financeiras na Arábia Saudita.

A pesquisa indicou que 36,7% dos empreendedores em estágio inicial e 39,2% dos empreendedores estabelecidos informaram que começar um negócio este ano foi mais difícil do que antes.

Além disso, 26,9% dos empreendedores em estágio inicial e 35,5% dos donos de empresas estabelecidas acreditava que era mais difícil desenvolver um negócio agora que há um ano.

GEM EM AÇÃO

Considerando que este é o primeiro ano do estudo GEM no Reino da Arábia Saudita, seu uso deve necessariamente ser um pouco especulativo, embora vários sinais indiquem que os dados serão de grande importância para as instituições no país, incluindo agências governamentais, universidades e organizações não governamentais.

O impulso para esses usos surge do Ministério da Economia, que, em seu 8º Plano de Desenvolvimento Nacional e Visão Nacional para 2020, articulou a necessidade de diversificação econômica por meio de diversas estratégias nacionais, incluindo um eficaz sistema de inovação, com avanço da competitividade empresarial.

Para apoiar essas estratégias e de acordo com sua carta régia para ajudar os jovens homens e mulheres da Arábia Saudita a alcançar a independência financeira, ajudando-os a iniciar com sucesso seus próprios negócios, o Fundo Centenário está financiando a pesquisa do GEM no país. Os resultados serão utilizados pelo Fundo Centenário, por meio do Centro Nacional de Empreendedorismo, para apoiar recomendações de políticas para o governo nacional e proporcionar uma base para a pesquisa em curso, bem como para melhorar a eficácia dos serviços de fundos de desenvolvimento de negócios a empreendedores individuais. Além disso, os dados serão utilizados pela Universidade Alfaisal e outras que começaram recentemente a apostar no empreendedorismo como motor da prosperidade econômica de longo prazo na Arábia Saudita.

ARGENTINA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	14,7%
Empreendedores nascentes	6,1%
Empreendedores de negócios novos	9,3%
Empreendedores estabelecidos	13,5%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	52%
Necessidade	46%
Homem	61%
Mulher	39%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A taxa de empreendedores em estágio inicial chegou a 14,7% em 2009, tendo diminuído de 16,5% em 2008, composta por 6,1% de adultos envolvidos no empreendedorismo nascente e 9,3% de adultos em empreendimentos novos. Além disso, 13,5% são empreendedores estabelecidos (para os quais os vencimentos ou salários têm sido pagos por mais de 42 meses), mesmo índice que em 2008.

Entre as mulheres, a taxa de atividade empreendedora foi de 11,4% (15,9% em 2008), enquanto entre os homens as taxas foram de 18% (17,9% em 2007) indicando uma diminuição significativa no número de mulheres, o que pode explicar em parte a diminuição da taxa de empreendedorismo na fase inicial.

A tendência para o aumento do empreendedorismo por necessidade nos últimos anos se mantém: de 26% em 2006 para 34,8% em 2007, 38,4% em 2008 e 46,4% em 2009.

Em termos de motivação, existe uma diferença enorme entre homens e mulheres. Apenas 27% dos empreendedores do sexo masculino foram impulsionados pela necessidade em 2008, número que aumentou para 46,5% em 2009. Isso significa que não só as mulheres, mas os homens também estão sendo empurrados pela crise econômica para iniciar um empreendimento por não terem outras opções de renda. Neste ano, 53,5% (72% em 2008) de empreendedores do sexo masculino foram motivados por oportunidade e 46,5% (27% em 2008) por necessidade, enquanto para as mulheres os valores (49% oportunidade e 51% necessidade) são muito semelhantes aos de 2008.

Quanto às aspirações de crescimento, 15,4% podem ser classificados como empresários individuais, não pretendendo criar qualquer emprego atual ou sem a expectativa de criar quaisquer postos de trabalho no prazo de cinco anos do início das atividades.

Ser um empreendedor de sucesso é garantia de *status* e respeito no país. Os argentinos, por natureza, não são avessos ao risco, e os empresários também sentem que têm o nível adequado de conhecimentos e competências para iniciar um novo negócio. O medo do fracasso não impede a criação de uma empresa, mas a porcentagem de empresas que trabalham com clientes internacionais é pequena.

O acesso ao capital é o obstáculo mais importante para os empreendedores. O ambiente geral de negócios é a principal fraqueza de acordo com especialistas, como pode ser visto pela posição da Argentina no *ranking* do *Doing Business*, do Banco Mundial (o país é o nº 109)

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Antes da crise econômica global, a Argentina já fora afetada por uma crise interna, devido a problemas políticos, o que se refletiu na atividade empreendedora, já que as taxas para 2007 e 2008 indicaram aumento da necessidade como motivação para surgimento de empreendimentos nascentes. Em 2009, esse percentual cresceu de novo, para quase 50%.

GEM EM AÇÃO

Quando o GEM começou na Argentina, no final de 1999, o conceito de empreendedorismo não era definido, e, em muitos casos, a mídia não apresentava empresários de sucesso, muito poucas universidades e organizações educacionais ofereciam programas de apoio aos empresários e quase não havia iniciativas públicas para fomentar o espírito empreendedor como motor fundamental do desenvolvimento econômico e social. O GEM tem contribuído enormemente para mudar essa situação.

Existe agora uma perspectiva positiva sobre o futuro da atividade empreendedora no país, particularmente devido à consolidação de um importante ecossistema, construído sobre o esforço conjunto das instituições privadas, universidades, organizações de pesquisas, organismos internacionais, ONGs e alguns programas de governo, especialmente em nível local, de apoio e promoção empresarial.

Novos Centros de Empreendedorismo estão sendo criados no país: as ONGs e os governos locais estão promovendo o espírito empreendedor; dois terços da população considera o empreendedorismo como uma carreira desejável; a mídia tem destacado muitos exemplos de empreendedores bem sucedidos. Pela primeira vez, em 2009, o GEM tem patrocínio público do Governo de Buenos Aires e da Agência Nacional de Investimento (Prosperar).

O Ministério de Desenvolvimento Econômico de Buenos Aires está usando os dados do GEM para projetar novos programas para a cidade. Pela primeira vez, o evento mais importante para os negócios, chamado *Idea*, incluiu em um dos seus painéis o relatório do GEM; o mesmo aconteceu no *World Business Fórum* em Buenos Aires e muitas outras conferências e eventos relacionados à criação de riqueza e desenvolvimento econômico. Os dados do GEM também são utilizados por jornais, revistas e cursos acadêmicos.

CHILE

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	14,9%
Empreendedores nascentes	9,6%
Empreendedores de negócios novos	5,6%
Empreendedores estabelecidos	6,7%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	74%
Necessidade	26%
Homem	66%
Mulher	34%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A taxa de empreendedorismo em estágio inicial atingiu 14,9% em 2009, representando um aumento sobre os 13% registrado em 2008.

Uma das razões para esse aumento foi a taxa de empreendedores de negócios novos, que subiu de 4,8% em 2008 para 5,6% em 2009. A taxa de empreendimentos nascentes também aumentou nesse período, de 8,2% para 9,6%.

A participação das mulheres na atividade em estágio inicial cresceu de 10,3% em 2008 para 12,9% em 2009. Atualmente, a taxa masculina é de 17% e as diferenças entre homens e mulheres têm diminuído nos últimos sete anos. A taxa de empreendimentos estabelecidos é a única que diminuiu, de 6,9% para 6,7%.

De 2008 a 2009, a taxa de empreendedorismo por oportunidade aumentou de 9,6% para 10,9%, enquanto a taxa por necessidade também aumentou, de 3% para 3,8%.

Nesta pesquisa, 22,1% dos empreendedores em estágio inicial esperam oferecer mais de dez postos de trabalho ou crescer mais de 50% nos próximos cinco anos.

A maior parte da atividade empresarial é ainda vinculada ao autoemprego e ao "estilo de vida" do empreendedorismo, trabalhando basicamente na

comercialização de produtos ou serviços com baixo valor agregado. Os dados mostram que 59,1% dos empreendimentos são orientadas aos consumidores.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Como esperado, uma razão que pode explicar o aumento no empreendedorismo no estágio inicial é a crise econômica, bem como o aumento da taxa de desemprego, que pode ter produzido uma quantidade maior de pessoas em busca do próprio empreendimento. A taxa de desemprego subiu 2,6 pontos percentuais entre agosto de 2008 e agosto de 2009.

A crise econômica também causou um impacto na opinião dos empreendedores: 61,7% destes em estágio inicial disseram que 2009 foi mais difícil para começar um negócio, em comparação com um ano atrás. E 60,7% deles observaram que, como consequência da crise global, surgiram menos oportunidades de negócios. Os empreendedores estabelecidos eram ainda mais pessimistas.

Apesar da crise, o parecer dos especialistas consultados foi mais positivo. Em 2009, foram coletados 293 exames de especialistas de sete diferentes regiões do país. Transferência de Pesquisa & Desenvolvimento e educação para o empreendedorismo foram os mais baixos segmentos avaliados (de modo similar ao ano anterior), mas em média todos os especialistas fizeram avaliações mais positivas, sugerindo algumas melhorias no ecossistema empreendedor.

GEM EM AÇÃO

O GEM continua ganhando presença nas iniciativas públicas e privadas. Entre as instituições públicas que usam os relatórios do GEM estão: Innova Chile, Conselho Nacional de Inovação, Ministério das Finanças e Ministério da Economia. Dados do GEM são usados como conteúdo para cursos de empreendedorismo nas universidades, especialmente em nível de pós-graduação.

As incubadoras de empresas e redes de “investidores anjos” também estão usando os dados do GEM como fonte chave de informação. A Confederação da Produção e do Comércio utiliza dados do GEM para seu programa Re-empreendedor (empreendedores que falharam são trazidos de volta às atividades), programa realizado com o BID.

Sobre as implicações políticas, a última reforma nos mercados de capitais (MK2) deu isenção de impostos sobre ganhos de capital para os investidores de capital de risco, iniciativa que tomou como base os resultados do GEM desde 2003, destacando que o financiamento foi uma das maiores dificuldades para o sistema empreendedor no Chile.

CHINA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	18,8%
Empreendedores nascentes	7,4%
Empreendedores de negócios novos	11,8%
Empreendedores estabelecidos	17,52%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	51%
Necessidade	49%
Homem	56%
Mulher	44%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A taxa de empreendedores em estágio inicial é de 18,8%, com a taxa de nascentes em 7,4% e a de novos negócios em 11,8%. A taxa de atividade empreendedora feminina na China é de 16,5%, enquanto a masculina é mais elevada, 21,2%. A taxa de negócios estabelecidos é de 17,2%.

Cerca de 9,4% da população adulta citam a oportunidade como motivo principal para começar um negócio, enquanto para 9% a necessidade é a motivação principal.

A proporção de empreendedores em estágio inicial com a expectativa de criar dez ou mais postos de trabalho (ou expandir por mais de 50%) nos próximos cinco anos foi de 15,7%

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Existem vários índices para descrever o impacto da crise econômica para a China:

- A percentagem de empreendedores em estágio inicial que acreditam que é mais difícil começar um negócio em 2009 do que foi em 2008 é de 63,1%. Além disso, 28,7% acreditam que é mais difícil crescer um negócio agora que ano passado, e 48,5% consideram que a crise resultou em menos oportunidades de negócios no mesmo período.

- A percentagem de empreendedores estabelecidos que acreditam que é mais difícil começar um negócio em 2009, em comparação com o ano anterior, é de 63,8%, enquanto 37,6% acreditam que é mais difícil crescer um negócio agora que o ano passado. Para 53,4%, a crise resultou em menos oportunidades de negócios no mesmo período.

GEM EM AÇÃO

Os relatórios do GEM são usados em vários departamentos do governo da China, por exemplo, o Centro de Pesquisa de Desenvolvimento do Conselho de Estado, o Escritório de Pesquisa Política do Município de Beijing, a Comissão Nacional de Desenvolvimento e Reforma, o Ministério de Recursos Humanos e da Segurança Social, o Ministério da Indústria da Informação, entre outros.

O GEM é amplamente utilizado em instituições acadêmicas na China. Desde 2002, o National Entrepreneurship Research Center (NERC) da Universidade de Tsinghua foi a primeira instituição na China centrada na pesquisa GEM. O Centro publica o *Global Entrepreneurship Monitor da China*, que é o relatório mais influente no campo, com significativo e profundo impacto tanto na pesquisa quanto na prática em atividades empreendedoras da China. Os relatórios do GEM China têm recebido amplo reconhecimento entre os funcionários governamentais, acadêmicos e empresários. A partir dos relatórios do GEM China, são avaliadas as tendências sobre as propriedades e os dirigentes empreendedores

Os relatórios do GEM são divulgados em jornais, revistas, sites de notícias, blogs pessoais, banco de dados on-line, bibliotecas, etc., como, por exemplo: FT chinês, Wanfang Dados, Modern Economics, Biblioteca Nacional da China, Biblioteca Nacional Digital da China, China Development Observation.

COLÔMBIA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	22,4%
Empreendedores nascentes	15%
Empreendedores de negócios novos	8%
Empreendedores estabelecidos	12,6%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	66%
Necessidade	34%
Homem	57%
Mulher	43%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

O ano de 2009 foi muito difícil para a Colômbia, devido aos efeitos da crise econômica mundial e também devido a questões diplomáticas, políticas e comerciais com os países vizinhos, que têm sido o mercado natural para as exportações colombianas. No entanto, a taxa de empreendedorismo em estágio inicial foi de 22,4%, apenas dois pontos abaixo do nível de 2008, de 24,5%. O valor total foi distribuído da seguinte forma: 15% como empreendedores nascentes e 8% empreendedores de negócios novos. A taxa de empreendedores estabelecidos foi de 12,6% (mais uma vez, inferior à de 2008, que havia sido de 14,1%).

O equilíbrio entre os sexos aumentou ligeiramente, com 25,7% dos homens e 19,2% das mulheres que exercem uma atividade em estágio inicial, uma razão de 1,3:1; em 2008, essa relação foi de 1,6:1.

O empreendedorismo por oportunidade foi de 14,6% e o por necessidade de 7,5%. Isto indica que duas em cada três pessoas que começam um negócio na Colômbia estão fazendo isso porque identificaram uma oportunidade. A relação é muito semelhante à do ano anterior.

As principais razões para a atividade empreendedora são as seguintes: manutenção de renda ou falta de oportunidades (42,2%); aumento da renda (23%); ser independente (22,4%).

Em termos de aspirações de crescimento, 38,3% dos empreendedores em estágio inicial esperam gerar dez ou mais empregos em cinco anos. Esse valor subiu em comparação aos 30% registrados em 2008.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

A crise teve um efeito muito importante nas estatísticas colombianas: após um crescimento do PIB de 6,7% em 2006 e 7,5% em 2007, o valor para 2008 foi de 2,5%, e o valor esperado para 2009 é de crescimento zero.

A taxa de inflação diminuiu para 2,3% em 2009, e a taxa de câmbio apresenta uma valorização do peso colombiano de 18%, fazendo com que seja muito difícil exportar. A instabilidade cambial, as dificuldades econômicas dos Estados Unidos (principal parceiro comercial) e os problemas políticos e comerciais com a Venezuela e o Equador (segundo e terceiro mercados comerciais) estão causando um decréscimo de 20% na atividade de exportação. A taxa de desemprego subiu para 12,6% (era de 10,5% em 2008).

Todos esses dados macroeconômicos estão afetando os empresários, conforme os dados apurados:

- Iniciar um empreendimento em 2009 foi mais difícil do que em 2008, de acordo com 58% dos empreendedores de novos negócios e de 66,4% dos donos de empresas estabelecidas.
- O crescimento de um negócio foi mais difícil em 2009 do que em 2008, de acordo com 26,2% dos empreendedores de negócios novos e de 48,1% dos empreendedores estabelecidos.
- A crise econômica global teve um efeito negativo sobre a atividade de acordo com 58,6% dos empreendedores de novos negócios e de 74% dos empreendedores estabelecidos.

GEM EM AÇÃO

Até 2009, muitas organizações governamentais e do setor privado utilizaram os dados de 2008, especialmente o Ministério Nacional do Comércio, Indústria e Turismo, o Departamento Nacional de Planejamento e as Câmaras de Comércio. Muitos dos jornais econômicos, analistas econômicos e pesquisadores da área empresarial também estão usando os resultados do GEM como base para seus artigos

ESTADOS UNIDOS

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	8%
Empreendedores nascentes	4,9%
Empreendedores de negócios novos	3,2%
Empreendedores estabelecidos	5,9

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	76%
Necessidade	24%
Homem	63%
Mulher	37%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A taxa de empreendedores em estágio inicial nos Estados Unidos para o ano de 2009 foi de 8%, uma combinação dos empreendedores nascentes (4,9%) e dos empreendedores de negócios (3,2%). A soma dos empreendedores de negócios novos e os estabelecidos é de 9%.

A diferença entre homens e mulheres no empreendedorismo em estágio inicial nos Estados Unidos está diminuindo, com as mulheres se aproximando dos homens. Apesar de 63,5% dos empreendedores em estágio inicial serem do sexo masculino e 36,5% do sexo feminino, as mulheres são mais do que um terço dos empreendedores no estágio inicial. Destas, a maioria é motivada pela oportunidade (66,7% do sexo masculino e 73% das mulheres) e não pela necessidade. Empreendedores em estágio inicial acreditam que suas empresas têm elevado potencial de 20,2% com a expectativa de criar mais de dez postos de trabalho e crescimento superior aos 50% em cinco anos, em comparação com apenas 4,5% dos proprietários de empresas estabelecidas.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

A crise econômica recente afetou tanto empreendedores no estágio inicial quanto as empresas estabelecidas. A taxa de empreendedores em estágio inicial e dos já estabelecidos foram alteradas de 10,8% e 8,3%, respectivamente, em 2008, para 8% e 5,9%, respectivamente, em 2009, um declínio de cerca de 30% em 2009 em comparação com 2008.

A porcentagem total de motivação por oportunidade na atividade empreendedora em estágio inicial desceu de 87,2% em 2008 para 75,3% em 2009. Já a motivação por necessidade quase duplicou, passando de 12,8% em 2008 para 24,7% em 2009.

A pesquisa GEM com os especialistas indicou que mais de 60% dos entrevistados acreditavam que havia risco de financiamento insuficiente disponível para empresas novas e em crescimento em 2009 comparados a 27% em 2008. No entanto, os especialistas pesquisados também mostraram uma ligeira melhora quanto aos subsídios governamentais disponíveis para empresas novas e em crescimento. Para alguns tipos de financiamento, patrimônio, dívida privada e IPOS, cerca de 40% dos especialistas informaram que não havia financiamento suficiente disponível para empresas novas e em crescimento em 2009 comparados a 55% em 2008.

Mais de 54% dos empreendedores em estágio inicial e 77% dos proprietários de empresas estabelecidas informaram que era mais difícil iniciar um negócio em 2009 em comparação com 2008. Cerca de 40% dos empreendedores em estágio inicial e 53% dos empresários estabelecidos informaram que manter um negócio em crescimento foi mais difícil nos Estados Unidos em 2009, em comparação com o ano anterior. Cerca de 48% dos empreendedores em estágio inicial e 69% dos donos de empresas estabelecidas relataram que suas oportunidades de negócios foram menores em consequência da crise econômica mundial.

GEM EM AÇÃO

Algumas publicações e trabalhos onde o GEM foi citado:

Abril de 2008 –Paper de trabalho para o Conselho de Relações Exteriores por Maurice Greenberg: “Quais os países que são empreendedores?”

Maio de 2008 – Departamento de Estado, Princípios de Empreendedorismo: “Aids Empreendedorismo da Economia: A maioria dos economistas concorda que o empreendedorismo é fundamental para qualquer economia.”

Maio de 2008 – Escritório Nacional de Pesquisa Econômica: “As diferenças no Empreendedorismo Internacional: Características Individuais e Restrições Regulatórias.”

Setembro de 2008 – o senador John F. Kerry sobre “Oportunidades e Desafios para as Mulheres Empreendedoras no 20º aniversário do Women’s Business Ownership Act”

JAMAICA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	22,7%
Empreendedores nascentes	13,0%
Empreendedores de negócios novos	10,6%
Empreendedores estabelecidos	16,3%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	66%
Necessidade	34%
Homem	57%
Mulher	43%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A taxa de empreendedores em estágio inicial na Jamaica em 2009 foi de 22,7%, sendo 7% a mais em relação aos números do ano anterior. Desse montante, 13% são empreendedores nascentes, enquanto 10,6% de novos negócios.

Empreendedores do sexo masculino representaram 26,2% da população enquanto as mulheres são 19,4%. Empreendedores de empresas estabelecidas foram 16,3%, comparando favoravelmente com os 9,1% de 2008.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

O impacto da recessão mundial na Jamaica tem sido significativo. A economia continua a diminuir, com o crescimento do PIB para 2009 previsto para -2,6%. O poder de compra do consumidor foi corroído por altas taxas de inflação (9,6% de janeiro a junho), resultando em redução na demanda por bens e serviços.

Contribuiu com as altas taxas de inflação a desvalorização do dólar jamaicano por cerca de 20% para o ano fiscal de 2008-09. Taxas de juros persistentemente elevadas no setor bancário (média de 22,9% em julho de 2009) continuam inibindo o empreendedorismo. A remessa de entradas diminuiu 13% nos primeiros seis meses do ano, e as exportações tiveram cortes significativos

(65%) na produção de bauxita e alumina, devido à queda na demanda nos Estados Unidos.

A crise no setor de turismo tem afetado a taxa de criação de empresas ligadas ao setor, como na agricultura, transporte e entretenimento. A indústria do turismo, porém, registrou uma recuperação de 1,7% no primeiro semestre de 2009.

A diminuição da produção de açúcar e bananas afetou negativamente as micro e pequenas empresas de agroprocessamento e outras indústrias relacionadas.

Tem havido perdas em grande escala em hotéis, bauxita, companhias aéreas e outras indústrias. Cortes de empregos são esperados no setor público, pela pendência de acordo com o FMI. Por isso, é previsível que mais pessoas estarão se voltando para o empreendedorismo como forma de emprego.

No que diz respeito a novas empresas e à criação de emprego, a maioria dos entrevistados (75%) era da opinião de que foi mais difícil começar um negócio em 2009 do que no ano anterior, e 52% consideravam que o crescimento de negócios em 2009 era mais difícil quando comparado a 2008.

Apesar das adversidades, 46% dos especialistas entrevistados acreditam que há muitas boas oportunidades para a criação de novas empresas na Jamaica, enquanto 37% acreditam que não é bem assim. Duas vezes o número de consultados (14,8%) na população adulta relataram a oportunidade como motivo principal para começar um negócio, contra os que consideraram a necessidade como motivo maior (7,6%).

O governo reconheceu a necessidade de os empreendedores aproveitarem as oportunidades e introduziu várias iniciativas para apoiar o empreendedorismo – por exemplo, o Programa Jovens Empresários (YEP) – e fundos para ajudar os trabalhadores desempregados.

GEM EM AÇÃO

A utilização de dados do GEM por pesquisadores, bem como estudantes universitários, é moderada, mas como a consciência da publicação tem aumentado, o seu uso é evidenciado pelo número de citações. Foi feita referência a dados do GEM em muitos fóruns públicos e discursos.

Um dos objetivos do GEM Jamaica é informar os tomadores de decisões políticas, e algumas das recomendações feitas nas publicações do GEM foram realmente implementadas.

JAPÃO

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	3,3%
Empreendedores nascentes	1,9%
Empreendedores de negócios novos	1,3%
Empreendedores estabelecidos	7,8%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	70%
Necessidade	30%
Homem	76%
Mulher	24%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

O empreendedorismo em estágio inicial no Japão diminuiu de 5,4% em 2008 para 3,3% em 2009, após crescimento constante. No entanto, os 3,3% ainda são o terceiro nível mais alto registrado nos 11 anos da pesquisa. Esse valor compreende 1,9% no empreendedorismo nascente e 1,3% nos empreendimentos novos. O empreendedorismo nascente recuou 1,3%, e o de negócios novos diminuiu 1%. Em 2008 esses números foram de 3,2% e 2,3%, respectivamente.

A motivação principal para a atividade empreendedora foi a oportunidade (2,2%), enquanto a necessidade representou 1% da motivação para as atividades empreendedoras em estágio inicial em 2009. Os empreendimentos por oportunidade diminuíram de 4% em 2008 e os por necessidade diminuíram de 1,3% em 2008. A taxa dos empreendimentos estabelecidos a partir de 2008 manteve-se inalterada em 7,8%.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

O PIB continua em queda desde a crise econômica que atingiu o Japão. No primeiro trimestre de 2008, o PIB era de 519 trilhões de ienes (5,7 trilhões de dólares), mas no segundo trimestre foi de 478 trilhões de ienes (5,2 trilhões de dólares), depois de ser ajustado sazonalmente.

Devido a essa crise, o número de IPOs caiu de 49 em 2008 para 16 em 2009; a captação de recursos é cada vez mais difícil para os fundos de capital de risco. A fim de incentivar novas iniciativas para levantar fundos de investidores individuais (os chamados “anjos”) no momento do arranque, o sistema fiscal

foi melhorado em 2008, para que os investimentos até um máximo de 10 milhões de ienes (cerca de US\$ 100.000) por investidor individual que atenda a determinados critérios sejam classificados como doações, qualificando como deduções de impostos.

Os critérios são de que as empresas que investiram são empresas que lançaram ações no primeiro ano desde a fundação ou ações de empresas com déficit no segundo ou terceiro ano desde a fundação. O número de empresas aplicadas a esse sistema fiscal subiu para 85 em 2008, contra 26 em 2007. O montante de dinheiro investido quase quadruplicou: 974 milhões de ienes (US\$ 10,6 milhões) em 2008 contra 259 milhões de ienes (US\$ 2,8 milhões) em 2007.

O Ministério da Economia, Comércio e Indústria (Meti) tomou as iniciativas para desenvolver o ensino do empreendedorismo nas universidades desde 2007. Essa política vai continuar até 2010.

Um estudo realizado pela Universidade de Tsukuba constatou que 40% das universidades japonesas ofereceram cursos de empreendedorismo, e um inquérito realizado em 2008 pelo Daiwa Institute of Research descobriu que 46% das 536 universidades tinham cursos de empreendedorismo. Esses números ainda são baixos em relação ao Estados Unidos; assim, o Meti está tentando incentivar as universidades a terem mais cursos de empreendedorismo, proporcionando-lhes alguma assistência.

O programa “*New Start-up*” foi introduzido pela Corporação Financeira do Japão, uma instituição financeira governamental afiliada da antiga National Life Finance Corporation, anos atrás, a fim de aliviar o medo do fracasso. Esse empréstimo é concedido sem garantia e sem fiadores. O montante dos empréstimos concedidos é de 50 bilhões de ienes (pouco mais de US\$ 500 milhões). O número de empréstimos concedidos em 2008 foi de 14.776.

O Partido Democrático do Japão (DPJ), do governo, foi fundado em setembro deste ano, depois que o Partido Liberal Democrata do Japão perdeu a eleição em agosto. O DPJ dá mais atenção à vida das pessoas em comparação com as indústrias; o empreendedorismo não está incluído no seu manifesto. A taxa de desemprego ainda é alta no Japão, mas o DPJ não considera que a criação de novas empresas seja uma maneira eficiente de resolver essa questão.

GEM EM AÇÃO

O GEM é utilizado no Livro Branco sobre Pequenas e Médias Empresas em quase todos os anos. Além do Livro Branco, os dados do GEM são citados em vários artigos, porque é o único recurso que permite comparar a atividade empreendedora japonesa com outros países. O relatório do GEM japonês é publicado pelo Enterprise Venture Centre.

PERU

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	20,9%
Empreendedores nascentes	16,1%
Empreendedores de negócios novos	5,1%
Empreendedores estabelecidos	7,5%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	72%
Necessidade	28%
Homem	56%
Mulher	44%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Os empreendedores em estágio inicial atingiram 20,9% no Peru em 2009, em comparação com 25,6% em 2008. Assim, para 2009, o Peru é o país com a sétima maior taxa de atividade empreendedora entre as nações participantes.

A taxa de empreendedores nascentes em 2009 foi de 16,1%, mostrando uma diminuição de 3,6% em comparação com os 19,7% de 2008, enquanto a taxa de empreendedores de negócios novos diminuiu de 6,8% para 5,1% em 2009. A taxa das empresas estabelecidas também diminuiu, passando de 8,3% em 2008 para 7,5% em 2009.

O nível de participação das mulheres na atividade empreendedora atingiu 18,4%. Assim, o Peru teve novamente um dos mais elevados níveis de atividade empreendedora feminina. No entanto, deve notar-se que a taxa de participação das mulheres na atividade empresarial foi menor que a dos homens (23,6%).

A taxa de empreendedorismo motivado por oportunidade foi de 14,7%, enquanto que a taxa por necessidade foi de 5,8%. O percentual de todos os empreendedores em estágio inicial principalmente motivados pelo aumento da renda foi de 27,7%; motivados pela condição de ser independente foi de 16%; com motivações mistas foi de 25,8%; pela falta de oportunidade, ou seja, pela necessidade ou manutenção da renda foi de 30,9%.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Após vários anos de crescimento econômico sustentado e um crescimento do PIB de cerca de 10% em 2008, a projeção de crescimento para 2009 caiu para 1%. O setor mais afetado pela crise é o de produção manufatureira, com redução de 5%, devido à queda da procura interna e externa.

O estudo mostra que 57,5% dos empreendedores em estágio inicial e 63,1% dos proprietários de empresas estabelecidas relataram que a crise econômica global resultou em menos oportunidades para seus negócios. Além disso, 22% dos empreendedores em estágio inicial e 36,8% dos proprietários de empresas estabelecidas consideraram que crescer um negócio está mais difícil do que no ano passado. O estudo também mostra que as expectativas de crescimento diminuíram em 2009. Na verdade, apenas 10,9% esperam empregar mais de 20 trabalhadores em um período de cinco anos, enquanto em 2008 essa taxa foi de 17,6%.

GEM EM AÇÃO

Os resultados do GEM são utilizados principalmente por funcionários do governo no Ministério da Produção, mais especificamente pelo departamento encarregado de promover a criação e o desenvolvimento de PMEs.

Outros escritórios do governo que usam os dados do GEM incluem o Ministério do Trabalho e Promoção do Emprego, o Conselho Nacional de Competitividade, o Ministério das Mulheres e Desenvolvimento Social, etc.

Os resultados do GEM são apresentados e discutidos na mídia. Na academia, os resultados do GEM são referidos principalmente em nível universitário.

Alguns trabalhos de doutorado também têm utilizado esses resultados.

REINO UNIDO

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	5,7%
Empreendedores nascentes	2,7%
Empreendedores de negócios novos	3,2%
Empreendedores estabelecidos	6,1%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	83%
Necessidade	17%
Homem	68%
Mulher	32%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Em 2009, 2,7% da população adulta do Reino Unido iniciaram um negócio (empreendedores nascentes), 3,2% eram empreendedores de negócios novos, e 6,1% tinham suas empresas com mais de 42 meses de atividade (empreendedores estabelecidos). No estágio inicial da atividade empreendedora, a soma da taxa de empreendedorismo nascente e de empreendedores de novas empresas foi de 5,7% no Reino Unido. Isso é cerca de três quartos (71%) da taxa equivalente dos Estados Unidos, que foi de 7,9%.

Na atividade em estágio inicial, a taxa da mulher empreendedora em 2009 foi de 3,7%, pouco menos da metade (44,4%) da taxa de estágio inicial do sexo masculino, que foi de 7,8%. Em comparação, a taxa equivalente de empreendedorismo feminino nos Estados Unidos é de 5,8% (as mulheres são pouco mais da metade, 57,4%, dos homens empreendedores, que são 10,1%).

Dos indivíduos que eram empreendedores nascentes ou empreendedores de novos negócios, 76% foram empreendedores de oportunidade, ou seja, estavam se aproveitando de uma oportunidade de negócio; 16% foram empresários por necessidade, em outras palavras, engajados na criação de empresas porque não tinham opções melhores para o trabalho; 8% criaram um empreendimento comercial por uma mistura de oportunidade e razões de necessidade, bem como outros motivos; 16,7% esperam gerar pelo menos dez ou mais empregos em cinco anos ou pelo menos o dobro dos níveis de emprego atuais.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Embora o empreendedorismo total no estágio inicial tenha se mantido próximo aos níveis anteriores, 64% dos empreendedores do Reino Unido afirmaram que

começar um negócio em 2009 era mais difícil do que um ano antes. Esta é uma porcentagem maior do que nos Estados Unidos (54%), na França (45%) e no Japão (45%), mas próxima da Itália (66%) e da Alemanha (63%).

Embora a atual taxa de atividade empreendedora no Reino Unido esteja na média dos países orientados para a inovação, as taxas de intenção são baixas: 6% dos indivíduos em idade de trabalho no Reino Unido esperam iniciar um negócio nos próximos três anos. Essa taxa é metade da taxa média de todos os 19 países participantes orientados para a inovação, colocando o Reino Unido no quartil inferior dessa distribuição.

Em 2009, apenas 1% dos adultos em idade ativa no Reino Unido tinham investido em outro empreendedor nos últimos três anos. Isso coloca o Reino Unido, com o Brasil, como os países pior classificados no GEM para o investimento informal.

Não há alteração no percentual de empresários emergentes com expectativa de arrecadar dinheiro de bancos ou do governo. No entanto, era menos provável levantar dinheiro a partir de fontes informais em 2009 do que em 2008.

Isso sublinha a relevância dos esforços do governo para manter os fluxos de crédito, desde outubro de 2008 (quando o governo britânico assumiu a maioria das participações nos maiores bancos).

Por exemplo, a Garantia de Finanças das Empresas (EFG) é uma facilidade para as pequenas empresas melhorarem principalmente a disponibilidade de capital de giro com empréstimos de longo prazo.

GEM EM AÇÃO

Os dados do GEM são usados extensivamente em nível nacional e regional em todo o país como um dos indicadores estratégicos de atitudes e atividades. Os principais parceiros e patrocinadores incluem a Direção do Departamento de Negócios, Inovação e Habilidades (BIS), as Agências de Desenvolvimento Regional Inglesas, a Assembléia do Governo Galesa, Invest NI, NI Enterprise e os Conselhos das Cidades de Belfast e de Birmingham.

Dados do GEM Reino Unido são utilizados em publicações de alto nível do governo do Reino Unido sobre as tendências e estatísticas na atividade empreendedora e empresarial, por exemplo: o Relatório Regional de Indicadores de Desempenho para o Reino Unido (maio de 2009) utilizou dados do GEM, como o fez o Relatório de Tendências Regionais (junho 2009), que explorou o tema da mulher de negócios.

Dados do GEM reforçam o trabalho dos quatro centros de atuação da empresa no Reino Unido (isto é, de mulheres, de minorias étnicas, dos jovens e das empresas sociais) e da Enterprise Reino Unido, que controla a *Global Entrepreneurship Week*. O relatório "*Enterprise The Women's Task Force*" – Growe, mostrou um retorno maior sobre as empresas gerenciadas por mulheres, utilizando dados da tendência GEM Reino Unido para 2002-08.

RÚSSIA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	3,9%
Empreendedores nascentes	1,8%
Empreendedores de negócios novos	2,3%
Empreendedores estabelecidos	2,3%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	70%
Necessidade	30%
Homem	59%
Mulher	41%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Em geral, a sociedade russa superou os sentimentos negativos sobre os empreendedores: cerca de 70% da população aceita o *status* social desse papel e sente que os empreendedores estão ganhando respeito na sociedade. No entanto, o nível de atividade empreendedora continua baixo em comparação com outros países do GEM.

O empreendedorismo em estágio inicial em 2009 manteve-se praticamente inalterado em 3,9% (contra 3,5% em 2008). A taxa de empreendedores nascentes diminuiu para 1,8%, contra 1,9% em 2008, mas a taxa de empreendedores de negócios novos ascendeu a 2,3% (contra 1,9% no ano anterior). A percentagem de empreendedores estabelecidos cresceu para 2,3% e demonstra o mais alto índice em comparação com anos anteriores, em que o índice oscilou entre 1,2% em 2006 e 1,7% em 2008.

O empreendedorismo no estágio inicial na Rússia está em consonância com a tendência geral, sendo uma ocupação masculina. Na Rússia, 4,6% de todos os homens e 3,2% de todas as mulheres são empreendedores em estágio inicial.

Embora os empreendimentos estabelecidos apresentem maior nível de ocupação feminina, em 2009 os homens foram mais estáveis em seus negócios (2,4% contra 2,2% das mulheres).

Na Rússia, a proporção da motivação por necessidade pela de oportunidade manteve-se estável ao longo dos anos, com a oportunidade constituindo 70% da atividade contra 30% da impulsionada pela necessidade, porém, a motivação em manter a renda é de 29,8%. O empreendedorismo motivado pela independência

praticamente dobrou em 2009, subindo para 16,2% (contra 8,6% em 2008) entre os empreendedores em estágio inicial motivados por oportunidade. O aumento da renda motivou quase 22% dos empreendedores em estágio inicial motivados por oportunidade.

Cerca de 20% dos empreendedores em estágio inicial esperam crescer e gerar mais de dez postos de trabalho em cinco anos.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

O setor de pequenas e médias empresas é considerado uma reserva para o desenvolvimento do país e um dos alvos da política anticrise da Rússia. As estatísticas oficiais observam uma redução no volume de negócios, no número de empregados e nas despesas fixas de capital no setor de PME.

Entretanto, como mencionado acima, a pesquisa GEM em 2009 não mostrou flutuação significativa na atividade empreendedora de estágio inicial ou mudanças nas motivações por necessidade ou oportunidade.

A crise global impactou os empreendedores nas avaliações do ambiente de negócios. Assim, mais de 60% dos empreendedores em estágio inicial e 80% dos estabelecidos comentaram que começar um negócio ficou mais difícil em 2009 em comparação com o ano anterior. Essa proporção é verdadeira para ambos os tipos de empreendedores que perceberam menos oportunidades para seus negócios como resultado da recessão. Quase 45% dos empreendedores em estágio inicial e 79% dos estabelecidos acreditam que a crise global dificultou o crescimento das empresas.

GEM EM AÇÃO

Na Rússia, os dados do GEM são principalmente usados para propósitos educacionais. Ambas as equipes russas (em Moscou e em São Petersburgo) que integram o projeto GEM contam com bacharéis, mestres e PhDs em suas equipes. Como resultado disso, muitos projetos de pesquisa e *papers* em diferentes níveis são feitos com base nos dados do GEM.

Uma vez que as instituições governamentais estão agindo fortemente para mobilizar o país em discussões sobre o campo do empreendedorismo, foram feitas tentativas para envolver representantes regionais nas atividades do Centro de Empreendedorismo formado em 2008 na Faculdade de Administração da Universidade de São Petersburgo. Os representantes também participaram de diferentes eventos, como mesas redondas, conferências, feiras de negócios, fóruns de capital de risco, etc.

Em 2009, inúmeros executivos do Ministério Russo de Desenvolvimento Econômico fizeram parte da Pesquisa com Especialistas Nacionais, mostrando o interesse no assunto.

UGANDA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	33,6%
Empreendedores nascentes	12,4%
Empreendedores de negócios novos	22,7%
Empreendedores estabelecidos	21,9%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	55%
Necessidade	45%
Homem	56%
Mulher	44%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A atividade empreendedora em estágio inicial em Uganda foi de 33,6%. Isso significa que um entre cada três adultos no país é empreendedor. A taxa de empreendedorismo nascente é de 12,4%, e a de empreendedores de novos negócios é de 22,7%.

Os homens são mais empreendedores que as mulheres: 37,8% a 30%, e é comparativamente baixa a taxa de empreendedores estabelecidos, de 21,9%.

A atividade empreendedora motivada por oportunidade foi de 18,4%, e a por necessidade, 15,1%. Entre os motivados por oportunidade, o principal fator é o desejo de aumentar a renda (35,1%). Desde 2004, não houve mudanças significativas nas taxas de empreendedorismo por oportunidade ou necessidade.

Muitos dos empreendedores de Uganda não têm altas aspirações de crescimento de seus negócios: apenas 5,5% esperam gerar dez ou mais postos de trabalho nos próximos cinco anos.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Os especialistas consultados revelaram que empréstimos e investidores-anjos são as fontes de financiamento mais comuns disponíveis. Entretanto há uma alta penetração de instituições de concessão de empréstimos no mercado. As taxas de juros continuam altas, entre 18% e 23%. Isso ocorre

devido aos altos níveis de risco que as instituições avaliam ao emprestarem dinheiro ao público.

A taxa de câmbio do dólar subiu de UGX 1,645 em setembro de 2008 para UGX 2,216 em maio de 2009. A taxa de inflação chegou a 14,8% em fevereiro de 2009 e somente diminuiu levemente para 12,4% em maio de 2009.

A Autoridade de Receita de Uganda registrou pequena queda na arrecadação em setembro de 2009, de aproximadamente US\$ 3,6 milhões, o que foi atribuído ao aperto ocorrido no imposto sobre o empregado, deduzido na fonte, além de outros fatores, como a redução do mercado de trabalho.

Muitos setores mostraram quedas nas suas taxas de crescimento, comparadas com o ano anterior, notadamente no setor industrial, que foi de 3,8%, em comparação com os 9,1% do ano anterior. Entretanto, o setor agrícola teve crescimento de 2,6%, enquanto havia sido de 1,3% no ano anterior. Isso ocorreu porque a atividade agrícola em Uganda é basicamente de subsistência e em pequena escala, não dependendo de financiamento, o que fez com que a crise global influenciasse o setor em pequena escala.

O governo tem o objetivo de criar um fundo de empréstimo rotativo de aproximadamente US\$ 30 milhões para apoiar a mecanização com a compra de maquinaria e equipamentos para processamento agrícola. Conseqüentemente, foram concedidas facilidades ao crédito agrícola, no valor de US\$ 15 milhões, que será representado pelo equivalente em participação financeira por instituições de crédito, que emprestarão por uma taxa de juros que não exceda 10% anuais, pelo período máximo de oito anos.

GEM EM AÇÃO

Os dados do GEM são utilizados por departamentos governamentais, como: Escritório Nacional de Estatística, Empresa Uganda, Autoridade de Investimentos de Uganda, etc. A publicação do GEM é enviada para todos os ministérios e agências governamentais, mas não são repassadas informações sobre como os dados são utilizados por eles.

Os jornais diários frequentemente publicam excertos das conclusões da pesquisa do GEM.

Pesquisadores e estudantes em universidades usam os dados como *benchmark* para pesquisas sobre o empreendedorismo. Frequentemente, as conclusões são citadas em conferências e são solicitadas cópias do relatório nacional.

VENEZUELA

INDICADORES-CHAVE

Empreendedores iniciais	18,7%
Empreendedores nascentes	13,3%
Empreendedores de negócios novos	5,4%
Empreendedores estabelecidos	6,5%

PROPORÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Oportunidade	67%
Necessidade	33%
Homem	53%
Mulher	47%

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

A atividade empreendedora em estágio inicial na Venezuela é medida pela proporção da população que está iniciando um negócio ou que está empreendendo novos negócios em empresas com mais de 42 meses de atividades, comparando com os resultados medidos em anos anteriores.

Ano	Atividade empreendedora em estágio inicial	Motivação por oportunidade	Motivação por necessidade	Relação oportunidade/necessidade
2003	27,3	15,9	11,4	1,4
2005	25	15,6	9,4	1,7
2007	20,2	13,7	6,5	2,1
2009	18,7	12,5	6,4	2

A tabela mostra os resultados-chave nos intervalos dos últimos seis anos. A diminuição da atividade empreendedora em estágio inicial tem sido constante desde 2003, mostrando um decréscimo de aproximadamente 10% ao ano.

Em 2009, pela segunda vez, a população masculina é mais empreendedora que a feminina: 19,6% a 17,8%. Isso pode ser atribuído à presença de incentivos governamentais à participação feminina em programas sociais, diminuindo a prevalência das mulheres em criar negócios.

Em 2009, a taxa dos empreendedores estabelecidos subiu de 6% para 6,5%, e as expectativas de crescimento subiram significativamente, da estimativa de criação de 11 a 12 empregos para serem gerados nos próximos cinco anos de atividades para a criação de 24 a 25 novos empregos para o mesmo período.

ATIVIDADE EMPREENDEDORA E CRISE ECONÔMICA

Como mostrado na tabela acima, os níveis de motivação por oportunidade e necessidade foram decrescendo nos últimos seis anos, mas desde 2007 a proporção de motivação por necessidade em relação a oportunidade tem se mantido estável e superior aos levantamentos de 2003 e 2005.

A crise econômica não afetou particularmente a percepção de oportunidades na Venezuela. As atividades econômicas tradicionais não sofreram mudanças significativas.

Os setores alimentício, de telecomunicações, transporte e comércio em geral são os favoritos para os empreendedores venezuelanos. O setor têxtil é um segmento que está crescendo, provavelmente graças à provisão de microcrédito para os setores público e privado.

GEM EM AÇÃO

Os dados do GEM ainda não são utilizados pelas instituições públicas para guiar as decisões econômicas, mas o Instituto de Estudos Superiores de Administração (Iesa) baseia seu plano estratégico nos estudos do GEM.

Como a população venezuelana é uma das mais empreendedoras do mundo, as instituições têm decidido criar novos programas orientados para ajustar as necessidades empreendedoras de ferramentas de administração e *networking*.

REFERÊNCIAS

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

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

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

FELIX, J. C; FRANCISCHINELLI, M. F. P. *Desafios do empreendedorismo tecnológico inovador – INTEC 20+20*. Curitiba: Insight, 2009.

GRIES, T; NAUDE, W. *Entrepreneurship and Structural Economic Transformation*. Helsinki: UNU – Wider Research Papers, 2008.

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

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2004*. Curitiba: IBQP, 2005.

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2005*. Curitiba: IBQP, 2006.

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2006*. Curitiba: IBQP, 2007.

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2007*. Curitiba: IBQP, 2008.

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2008*. Curitiba: IBQP, 2009.

KIHLSTROM, R. E; LAFFONT, J.J. A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion: *Journal of Political Economy*, n.87, p.19–49, 1979.

REYNOLDS, P *et al.* Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003: *Small Business Economics*, 24(3), p.205-231. 2005.

SCHWAB, K. *Global Competitiveness Report 2009-2010*. Geneva: World Economic Forum, 2009. Disponível em <http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010_fullreport.pdf>.

APÊNDICE 1

PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DA COLETA DE DADOS NO PAÍS

1.1 Coleta de Dados

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

Neste ano, o GEM internacional inclui 54 países espalhados pelo globo. O quadro A1.1 apresenta uma visão geral da evolução da participação dos países na pesquisa desde 2000.

QUADRO A1.1 – PAÍSES PARTICIPANTES DA PESQUISA DE 2000 A 2009

Países Participantes		Ano de participação na pesquisa GEM									
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Argentina	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	Bélgica	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	Brasil	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Dinamarca	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	Espanha	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
6	Estados Unidos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
7	Finlândia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8	França	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9	Itália	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
10	Japão	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
11	Noruega	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
12	Reino Unido	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
13	Alemanha	X	X	X	X	X	X	X		X	X
14	Holanda		X	X	X	X	X	X	X	X	X
15	África do Sul		X	X	X	X	X	X		X	X
16	Croácia			X	X	X	X	X	X	X	X
17	Eslovênia			X	X	X	X	X	X	X	X
18	Hungria		X	X		X	X	X	X	X	X
19	Irlanda		X	X	X	X	X	X	X		
20	Islândia			X	X	X	X	X	X	X	X
21	Suécia	X	X	X	X	X	X	X	X		

QUADRO A1.1 – PAÍSES PARTICIPANTES DA PESQUISA DE 2000 A 2009

Países Participantes		Ano da Pesquisa GEM									
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
22	Austrália	X	X	X	X	X	X	X			
23	Canadá	X	X	X	X	X	X	X			
24	Chile			X	X		X	X	X	X	X
25	Cingapura	X	X	X	X	X	X	X			
26	Grécia				X	X	X	X	X	X	X
27	Israel	X	X	X		X			X	X	X
28	China			X	X		X	X	X		X
29	Índia	X	X	X				X	X	X	
30	Rússia		X	X				X	X	X	X
31	Coreia do Sul	X	X	X						X	X
32	Hong Kong			X	X	X			X		X
33	Letônia						X	X	X	X	X
34	México		X	X			X	X		X	
35	Nova Zelândia		X	X	X	X	X				
36	Peru					X		X	X	X	X
37	Suíça			X	X		X		X		X
38	Colômbia							X	X	X	X
39	Jamaica						X	X		X	X
40	Tailândia			X			X	X	X		
41	Uruguai							X	X	X	X
42	Venezuela				X		X		X		X
43	Emirados Árabes Unidos							X	X		X
44	Equador					X				X	X
45	Polônia		X	X		X					
46	República Dominicana								X	X	X
47	Romênia								X	X	X
48	Sérvia								X	X	X
49	Turquia							X	X	X	
50	Uganda				X	X					X

QUADRO A1.1 – PAÍSES PARTICIPANTES DA PESQUISA DE 2000 A 2009

Países Participantes		Ano da Pesquisa GEM									
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
51	Áustria						X		X		
52	Bósnia e Herzegovina									X	X
53	Irã									X	X
54	Jordânia					X					X
55	Malásia							X			X
56	Portugal					X			X		
57	Angola									X	
58	Arábia Saudita										X
59	Argélia										X
60	Bolívia									X	
61	Cazaquistão								X		
62	Cisjordânia e Faixa de Gaza										X
63	Egito									X	
64	Filipinas							X			
65	Guatemala										X
66	Iêmen										X
67	Indonésia							X			
68	Líbano										X
69	Macedônia									X	
70	Marrocos										X
71	Panamá										X
72	Porto Rico								X		
73	República Tcheca							X			
74	Síria										X
75	Tonga										X
76	Taiwan			X							
77	Tunísia										X

Fonte: Pesquisa GEM

1.1.1 Pesquisa com população adulta

Para avaliar o nível da atividade empreendedora de cada país, entrevistam-se 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 2009, foram entrevistadas 2.000 pessoas no Brasil e mais de 180.000 pessoas no mundo.

Taxas relativas ao estágio do empreendimento

Quanto ao estágio, os empreendedores podem ser iniciais ou estabelecidos.

Os empreendedores iniciais estão à frente de negócios com até 42 meses de vida (três anos e meio) e compõem uma taxa denominada TEA. Esses empreendedores subdividem-se em dois tipos: **nascentes**, à frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. –, e **novos**, cujos negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses. Os empreendedores estabelecidos, por sua vez, são aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses.

Taxas relativas à motivação para empreender

Quanto à motivação para empreender, os empreendedores podem ser orientados por: **oportunidade**, quando motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial, ou **necessidade**, quando motivados pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda. Finalmente, quanto às características demográficas dos empreendedores, as variáveis consideradas são: *gênero, idade, renda familiar e escolaridade*.

Medidas relativas ao potencial de inovação e inserção no mercado

Quanto ao potencial de inovação e mercado, as medidas são derivadas dos seguintes conjuntos de questões e respectivas classificações:

- Produto ou serviço pode ser considerado novo ou desconhecido por todos os consumidores, por alguns ou por nenhum consumidor

Por todos

Por alguns

Por ninguém

- Quantidade de concorrentes que estão oferecendo esses mesmos produtos ou serviços para os potenciais consumidores

Muitos

Alguns

Nenhum

- Proporção dos consumidores que vivem fora do país

Mais de 90%

Mais de 75%

Mais de 50%

Mais de 25%

Mais de 10%

10% ou menos

No Brasil, em 2009, os procedimentos utilizados para as entrevistas face a face com a população adulta foram os seguintes:

-Público designado: população adulta de 18 a 64 anos. Foram entrevistados 2.000 adultos (de 2000 a 2009, 21.900 adultos).

-Amostra: amostra probabilística, com nível de confiança de 95% e erro amostral de 1,47%, representativa da população brasileira, conforme tamanho e distribuição apresentados no quadro A1.2.

-Procedimento de pesquisa de campo: segue os seguintes estágios:

-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 dentre os quais são numerados e sorteados aqueles onde será realizado o trabalho de campo;

-todos os domicílios do bloco são numerados, e se faz um novo sorteio para seleção do ponto de começo das entrevistas; se uma casa é entrevistada, as duas mais próximas serão saltadas;

-dentro de cada domicílio, seleciona-se um morador para ser entrevistado. Aquele cuja data de aniversário estiver mais próxima será o escolhido.

**QUADRO A1.2 – RESUMO DO PLANO AMOSTRAL DA PESQUISA COM POPULAÇÃO ADULTA
- GEM BRASIL - 2009**

Região	Quantidade	Distribuição por Estado	Distribuição em cidades
Sul	300	2 estados	Capital+1 Cidade média+1 Cidade pequena
Sudeste	850	3 estados	Capital+1 Cidade média+1 Cidade pequena
Nordeste	570	2 estados	Capital+1 Cidade média+1 Cidade pequena
Norte	140	1 estado	Capital+1 Cidade média+1 Cidade pequena
Centro-Oeste	140	1 estado	Capital+1 Cidade média+1 Cidade pequena
Total	2000	9 estados	27 Cidades

Fonte: Pesquisa GEM 2009

1.1.2 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 100 questões sobre as condições que favorecem ou dificultam a dinâmica empreendedora no país (EFCs), utilizando uma escala Likert¹ de cinco posições, numa progressão que vai do mais falso (-2) ao mais verdadeiro (+2).

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

No Brasil, em 2009, foram entrevistados 36 especialistas, nominados no quadro A1.3.

QUADRO A1.3 – ESPECIALISTAS ENTREVISTADOS EM 2009 - BRASIL

Adriana Fonseca	Emanuel Ferreira Leite	Luiz Ferreira Xavier Borges
Afonso Cozzi	Evaldo Vilela	Luiz Ojima Sakuda
Alessandra Conceição Ferreira	Fernando Henrique Ramos	Marcelo Kimura
Alexandre F. Nunes	Gircilene Gilca de Castro	Marcelo Marinho Aidar
Alvaro Mello	Henrique José Castelo Branco	Maure Roder Pessanha
Batista Salgado Gigliotti	Hong Yuh Ching	Newton Pereira
Cândido Vieira Borges Jr.	José Antonio Lerosa de Siqueira	Paulo Lemos
Cesar Adames	Juliano Graf	Peter Graber
Cesar Gon	Juliano Seabra	Priscila Perillier O'Reilly de Araujo Castro
Cesar Luiz Louzada	Kátia Simões	Rodrigo Telles
Cristina Dal Prá Martens	Kleber Ken Teraoka	Rose Mary Almeida Lopes
Dagoberto Lima Godoy	Lúcia Radler dos Guarany	Sérgio Schaumloeffel

Fonte: Pesquisa GEM 2009

¹Uma 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 reflète a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação (Mattar, 1997).

1.1.3 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 origens internacional e nacional e relacionam-se às diversas dimensões econômicas, sociais, culturais, demográficas, políticas, institucionais e outras que constituem o pano de fundo de qualquer acontecimento da vida dos países. São abordados aspectos 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 outros), pesquisa e desenvolvimento tecnológico e empreendedorismo.

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

1.2 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 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, TAXAS E ESTIMATIVAS

**QUADRO A2.1 – CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES
SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2009**

Categorias	EMPREENDEDORES INICIAIS						EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	
	Nascentes		Novos		Total (TEA)		Taxa (%)	Prop. (%)
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)		
Gênero								
Homem	4,7	52,9	10,8	52,9	14,8	47,0	14,2	62,7
Mulher	4,0	47,1	12,4	47,1	15,9	53,0	9,6	37,3
Faixa Etária (anos)								
18 a 24	4,2	20,7	10,8	19,7	13,5	20,8	3,9	7,8
25 a 34	4,5	27,6	14,4	33,0	17,9	31,7	11,4	26,2
35 a 44	5,8	27,6	14,8	26,2	18,7	28,2	14,4	28,1
45 a 54	4,4	18,4	9,7	15,0	14,4	15,0	19,7	26,5
55 a 64	1,9	5,7	5,3	6,0	6,5	4,3	13,2	11,3
Escolaridade (anos de estudo)								
Sem educação Formal	1,7	1,1	3,3	0,9	5,0	1,0	15,0	3,1
1 a 4	3,0	19,5	12,4	30,5	15,2	27,6	18,6	36,3
5 a 11	4,7	54,0	12,0	51,9	16,5	52,7	13,6	46,9
Mais de 11	6,0	25,3	10,7	16,7	16,2	18,7	11,0	13,7
Nota 1 – Taxa: número de empreendedores da categoria em relação à população total da categoria (%) Nota 2 – Proporção: número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)								

FONTE: Pesquisa GEM 2009.

**QUADRO A2.2 – CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES
SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2009**

Categorias	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS			
	Oportunidade		Necessidade	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Gênero				
Homem	9,0	46,6	6,1	47,6
Mulher	9,9	53,4	6,5	52,4
Faixa Etária (anos)				
18 a 24	8,2	18,5	6,8	23,0
25 a 34	12,7	36,0	5,8	24,6
35 a 44	11,9	25,9	8,0	26,2
45 a 54	7,2	13,8	6,9	19,8
55 a 64	4,2	5,8	3,0	6,3
Escolaridade (anos de estudo)				
Sem educação Formal	1,7	0,5	3,3	1,6
1 a 4	7,7	23,3	7,5	34,1
5 a 11	9,7	51,3	6,9	54,8
Mais de 11	12,9	24,9	3,3	9,5

Nota 1 - Taxa: número de empreendedores da categoria em relação à população total da categoria (%)
Nota 2 - Proporção: número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

FONTE: Pesquisa GEM 2009.

**QUADRO A2.3 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS
SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2009**

Categorias	EMPREENDEDORES INICIAIS						EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	
	Nascentes		Novos		Total (TEA)		Taxa (%)	Prop. (%)
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)		
Conhecimento dos produtos ou serviços								
Novo para todos consumidores	0,1	2,3	0,8	6,4	0,9	5,4	0,9	6,8
Novo para alguns consumidores	1,0	21,8	0,9	7,7	1,8	11,1	0,7	5,1
Ninguém considera novo	3,3	75,9	10,0	85,8	13,2	83,5	12,2	88,0
Quantidade de concorrentes								
Muitos concorrentes	2,6	59,8	8,1	69,1	10,6	67,6	9,1	70,6
Poucos concorrentes	1,5	34,5	2,7	22,7	4,1	26,4	4,0	25,3
Nenhum concorrente	0,3	5,7	1,0	8,2	1,2	6,0	0,7	4,1
Idade da tecnologia ou processos								
Menos de 1 ano	0,1	2,3	1,9	16,3	2,0	6,2	1,9	5,9
De 1 a 5	0,6	13,8	1,2	10,3	1,8	11,6	1,2	7,3
Mais de 5 anos	3,7	83,9	8,6	73,4	12,0	82,2	10,8	86,8
Expectativa de exportação								
De 75% a 100% dos consumidores	0,1	1,3	0,2	1,8	0,2	1,4	0,1	0,8
De 25% a 74% dos consumidores	0,2	3,8	0,2	1,8	0,4	2,4	0,2	1,2
De 1% a 24% dos consumidores	0,4	8,8	0,7	6,0	1,0	6,8	1,3	9,9
Nenhum	3,5	86,3	9,9	90,4	13,1	89,5	12,4	88,2

**QUADRO A2.3 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS
SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2009**

Categorias	EMPREENDEDORES INICIAIS						EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	
	Nascentes		Novos		Total (TEA)		Taxa (%)	Prop. (%)
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)		
Postos de trabalho (expectativa para os próximos 5 anos)								
Nenhum emprego	1,4	36,5	5,3	55,2	6,7	50,6	6,0	54,8
De 1 a 5 empregos	1,8	47,3	2,8	29,2	4,5	34,2	3,2	29,0
De 6 a 19 empregos	0,5	12,2	1,1	11,5	1,5	11,4	1,0	9,2
Mais de 19 empregos	0,2	4,1	0,4	4,2	0,5	3,8	0,8	6,9
Setor de atividade								
setor extrativista	0,1	1,1	0,2	1,7	0,3	1,9	0,8	5,7
setor de transformação	1,1	24,1	2,6	22,1	3,6	22,1	3,4	24,5
Serviços orientados às empresas	0,5	11,5	0,6	5,2	1,1	5,2	0,7	5,0
Serviços orientados aos consumidores	2,8	63,2	8,2	71,0	10,8	70,9	8,9	64,8
Nota 1 – Taxa: número de empreendedores da categoria em relação à população total da categoria (%)								
Nota 2 – Proporção: número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)								

FONTE: Pesquisa GEM 2009.

**QUADRO A2.4 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO
MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2009**

Categorias	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS			
	Oportunidade		Necessidade	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Conhecimento dos produtos ou serviços				
Novo para todos consumidores	0,4	3,7	0,5	7,9
Novo para alguns consumidores	0,9	9,0	0,9	14,3
Ninguém considera novo	8,3	87,3	4,9	77,8
Quantidade de concorrentes				
Muitos concorrentes	6,0	63,5	4,6	72,2
Poucos concorrentes	2,8	29,6	1,3	19,8
Nenhum concorrente	0,7	6,9	0,5	7,9
Idade da tecnologia ou processos				
Menos de 1 ano	1,4	14,3	0,7	10,3
De 1 a 5 anos	1,2	12,2	0,6	9,5
Mais de 5 anos	7,0	73,5	5,1	80,2
Expectativa de exportação				
De 75 a 100% dos consumidores	0,1	1,1	0,1	1,7
De 25 a 74% dos consumidores	0,3	3,4	0,1	0,8
De 1 a 24% dos consumidores	0,7	7,5	0,4	5,9
Nenhum	7,7	87,9	5,5	91,6

**QUADRO A2.4 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO
MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2009**

Categorias	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS			
	Oportunidade		Necessidade	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Posto de trabalho (expectativa para os próximos 5 anos)				
Nenhum emprego	3,8	47,5	2,9	55,3
De 1 a 5 empregos	2,6	32,5	1,9	36,9
De 6 a 19 empregos	1,2	15,0	0,3	5,8
Mais de 19 empregos	0,4	5,0	0,1	1,9
Setor de atividade				
Setor extrativista	0,1	0,5	0,2	3,2
Setor de transformação	2,3	24,1	1,3	20,6
Serviços orientados as empresas	0,8	8,0	0,4	5,6
Serviços orient. aos consumidores	6,3	67,4	4,5	70,6
Nota 1 – Taxa: número de empreendedores da categoria em relação à população total da categoria (%)				
Nota 2 – Proporção: número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)				

FONTE: Pesquisa GEM 2009.

QUADRO A2.5 – POPULAÇÃO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2009

Países	POPULAÇÃO ADULTA 18-64 ANOS (2009)		
	Homens	Mulheres	Total
Estados Unidos	95.913.000	96.714.000	192.627.000
Rússia	45.364.000	49.627.000	94.991.000
África do Sul	14.642.000	14.398.000	29.040.000
Grécia	3.406.000	3.425.000	6.831.000
Holanda	5.401.000	5.299.000	10.700.000
Bélgica	3.287.000	3.235.000	6.522.000
França	19.755.000	19.777.000	39.532.000
Espanha	13.097.000	13.028.000	26.125.000
Hungria	3.198.000	3.296.000	6.494.000
Itália	18.664.000	18.165.000	36.829.000
Romênia	7.305.000	7.396.000	14.701.000
Suíça	2.462.000	2.432.000	4.894.000
Reino Unido	19.554.000	19.079.000	38.633.000
Dinamarca	1.709.000	1.696.000	3.405.000
Noruega	1.468.000	1.430.000	2.898.000
Alemanha	26.327.000	25.366.000	51.693.000
Peru	8.788.000	8.694.000	17.482.000
Argentina	11.923.000	12.035.000	23.958.000
Brasil	60.819.000	62.227.000	123.046.000
Chile	5.180.000	5.201.000	10.381.000
Colômbia	13.006.000	13.475.000	26.481.000
Malásia	7.442.000	7.415.000	14.857.000
Japão	39.312.000	38.752.000	78.064.000
Coreia	16.828.000	16.261.000	33.089.000
China	461.290.000	438.131.000	899.421.000
Irã	22.169.000	21.696.000	43.865.000
Marrocos	9.119.000	9.547.000	18.666.000
Argélia	10.874.000	10.714.000	21.588.000
Tunísia	3.401.000	3.371.000	6.772.000
Uganda	6.661.000	6.586.000	13.247.000
Islândia	97.000	95.000	192.000
Finlândia	1.672.000	1.635.000	3.307.000
Letônia	711.000	754.000	1.465.000
Sérvia	2.368.000	2.375.000	4.743.000
Croácia	1.424.000	1.444.000	2.868.000

QUADRO A2.5 – POPULAÇÃO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2009

Países	POPULAÇÃO ADULTA 18-64 ANOS (2009)		
	Homens	Mulheres	Total
Eslovênia	675.000	665.000	1.340.000
Bósnia e Herzegovina	1.552.000	1.530.000	3.082.000
Guatemala	3.179.000	3.412.000	6.591.000
Panamá	993.000	972.000	1.965.000
Venezuela	7.674.000	7.952.000	15.626.000
Equador	4.076.000	4.215.000	8.291.000
Uruguai	1.034.000	1.050.000	2.084.000
Tonga	33.000	34.000	67.000
República Dominicana	2.427.000	2.599.000	5.026.000
Hong Kong	755.000	780.000	1.535.000
Jamaica	1.196.000	1.304.000	2.500.000
Libano	1.683.000	1.631.000	3.314.000
Jordânia	5.878.000	5.690.000	11.568.000
Síria	8.806.000	6.713.000	15.519.000
Arábia Saudita	5.426.000	5.249.000	10.675.000
Iêmen	4.556.000	4.536.000	9.092.000
Cisjordânia e Faixa de Gaza	2.681.000	936.000	3.617.000
Emirados Árabes Unidos	2.102.000	2.049.000	4.151.000
Israel	2.800.000	1.972.000	4.772.000
	1.022.162.000	998.060.000	2.020.222.000

FONTE: Pesquisa GEM 2009.

APÊNDICE 3

EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM 2008 NOS PAÍSES

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
África do Sul	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South Africa Cooperation Initiative Standard Bank of South Africa Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa
Alemanha	Leibniz University of Hannover Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg Udo Brix Christian Hundt	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Árabiá Saudita	– Institute for Employment Research (IAB)	Munira A. Al-Ghamdi Maher Alodan Faisal A. Al-Kadi Norma Wright Sulaiman Al Sakran Mohammad S. Khorsheed	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico – Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijs Miguel Meuleman Olivier Tilleul	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	TNS Dimarso
Bósnia e Herzegovina	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrja Umihani Rasim Tulumovi Boris Urkovi Senad Fazlovi Admir Nukovi Esmir Spahi Sla ana Simi Mirela Arifovi	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	PULS BH d.o.o. Sarajevo

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA	
Brasil	IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Jr. Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Júlio César Felix	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI/PR Serviço Social da Indústria – SESI/PR	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.	
Chile	Universidad del Desarrollo Universidad Adolfo Ibáñez	José Ernesto Amorós Daniel Ortega Germán Eche copar Carla Bustamante	InnovaChile de CORFO ICARE	Opina S.A.	
Região					
Arica y Parinacota	Univ. de Tarapacá	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Hernando Bustos Andreu Dante Choque Cáceres	Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de La Universidad de Tarapacá		
Antofagasta	Univ. Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Antienza	Universidad Católica Del Norte, DGIP Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo		
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Universidad Católica del Norte, DGIP Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo		
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Juan Tapia	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de La Univ. Técnica Federico Santa María El Mercurio de Valparaíso		
Bío-Bío	Univ. del Desarrollo	Carlos Smith José Ernesto Amorós Daniela Ortega	UDD – Facultad de Economía y Negocios		

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Araucanía	Univ. de la Frontera-INCUBATEC	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de la Frontera	
China	Tsinghua University SEM	Jian Gao Lan Qin	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
Espanha				
Andalucía	Cádiz	José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía Unicaja	
Asturias	Univ. de Oviedo	Juan Ventura Victoria	Gob. del Principado de Asturias	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. de Aragón Dpto. Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender em Aragón Instituto Aragones Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio	
Canarias	Las Palmas & La Laguna Univ.	Rosa M. Batista Canino	Caja Canarias Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio de Empleo Fondo Social Europeo Cámara Comercio, Industria y Navegación de las Palmas Cabildo de Gran Canaria	
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de La Universidad de Cantabria	Fco. Javier Martínez	Santander Gov. Regional Cantabria Consejería de Economía y Hacienda Grupo Sordecán Fundación UCEIF	
Castilla y Leon	Univ. de León	Mariano Nieto Antolin	Junta Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centro Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León Universidad de León	

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Castilla la Mancha	Univ. Castilla la Mancha	Miguel Ángel Galindo	Fundación Rayet Parque Científico de Albacete Caja Castilla la Mancha IMPEFE Ayuntamiento de Albacete Univ. Castilla la Mancha Disputación Provincial Albacete SEPECAM UGT (Iniciativas Futuro)	
Cataluña	Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte	Diputació de Barcelona Departamento de Trabajo Generalitat de Catalunya	
Valencia	Univ. Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras	Air Nostrum IMPIVA	
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Univ. de Extremadura	Ricardo Hernández	Junta de Extremadura Univ. Extremadura Central Nuclear Almaraz Sodiex, Sofiex Arram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Academica Europea de Yuste Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa Extremadura Cámara Comercio Badajoz y Cámara Comercio Cáceres UGT Extremadura, El Periodico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, Garcia Plata y Asociados, Queresía Pérez Andrada, Fomento Emprendedores	

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Galicia	CEEI Galicia CEG Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia	Araceli de Lucas	Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela	
Madrid	Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno	IMADE Fundación General Univ. Autónoma de Madrid	
Murcia	Univ. de Murcia	Antonio Aragón	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia	
Navarra	Univ. Pública de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo	Miren Sanz	Gob. Navarra, Servicio Navarro de Empleo	
Pais Vasco	Orkestra Univ. de Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón	Iñaki Peña	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Disputación Foral Bizkaia Disputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	PROCESA Fundación Escuela Negocios Andalucía	
Melilla	Consejería de Economía, Empleo e Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	Consejería de Economía, Empleo e Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Estados Unidos	Babson College	Julio de Castro Lisa DiCarlo Abdul Ali I. Elaine Allen Bill Bygrave Candida Brush Julian Lange Marcia Cole Ivory Phinisee Al Suhu Edward Rogoff Joseph Onochie Monica Dean	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.
Finlândia	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
França	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Grécia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou Evaggelia Valavanioti	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
Guatemala	Francisco Marroquín University	Hugo Maul Jershem David Casasola Lisardo Bolaños Georgina Tunarosa	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor
Holanda	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog Niels Bosma Roy Thurik André van Stel Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong	Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Mingles Tsoi Bernard Suen Wilton Chau Florence Ho Rosanna Lo Le Zheng Wang Weili	Shenzhen Academy of Social Sciences Hong Kong Business Intermediary Co. Ltd.	Consumer Search

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Hungria	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Attila Varga József Ulbert Zoltan J. Acs Siri Terjesen Gábor Márkus Péter Szirmai Attila Pethe Katalin Szakács	National Office for Research and Technology George Mason University University of Pécs, Faculty of Business and Economics	Szocio-Gráf Piacés Közvélemény-kutató Intézet
Irã	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghieh A. A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordrnej Jahangir Yadollahi Farsi M. Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali
Islândia	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University	Capacent Gallup
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoan College of Engineering Rotem Park NGO for Entrepreneurship Encouragement	The Brandman Institute
Itália	EntER – Bocconi University	Guido Corbetta Giovanni Valentini	Atradius Ernst & Young	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Cashmere International Limited
Japão	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Letônia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Vyacheslav Dombrovsky Arnis Sauka	TeliaSonera AB	SKDS
Malásia	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Ainon Jauhariah Abu Samah Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
Noruega	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Erik Pedersen Terje Mathisen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparcken Bodo AS, Center of Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup
Oriente Médio e Norte da África	International Development Research Centre (IDRC)	Lois Stevenson Susan Joekees Edgard Rodriguez Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoud Hala Hattab Matthias Hühn Tony Feghali Yusuf Sidani Ghassan Omet Adel Bino Mohamed Derrabi Lamia Dandoune Taha Ahmed Al Fusail Abdul Karim Sayaghi Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Ruba Adil. Shanti	International Development Research Centre (IDRC)	Nielsen
Panamá	Acelerador de Empresas de Ciudad del Saber IESA Panamá – Fundación de Estudios Avanzados de Gerencia	Frederico Fernandez Manuel Lorenzo Manuel Arrocha Michael Penfold	Cámara de Comercio e Industrias de Panamá Cable & Wireless Panamá APC – Asociación Panameña de Crédito Almacenes, S.A. Banco Interamericano de Desarrollo	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Reino Unido	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Alpheus Thimole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills English RDAs Invest NI Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
República Dominicana	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel K. Justo Alina Bello	Grupo Vicini International Financial Centre of the Americas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
Romênia	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Györfy Lehel-Zoltán Mati Dumitru Nagy Ágnes Pete tefan Szerb László Mircea Com a Ilie Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Juhász Jácint Mati Eugenia Nagy Zsuzsánna-Ágnes Alina Solov stru Mircea Solov stru	Asociatia Pro Oeconomica Babe -Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration OTP Bank Romania SA East Consulting SRL Lacu Ro u SC Nova Construct SRL Savilcom SRL	Metro Media Transilvania
Rússia	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	Levada-Center
	Moscow Team State University – Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Maria Gabelko Tatiana Alimova Julia Filatova Kate Murzacheva	State University - Higher School of Economics Ministry of Economic Development	
Sérvia	University of Novi Sad – The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Nenad Vunjak Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province – Department for Economy	Marketing Agency “Drdrazen” d.o.o.Subotica

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADORES	PESQUISA DE CAMPO POP. ADULTA
Síria	Syria Trust for Development Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA) University of Kalamoun	Majd Haddad Nader Kabbani Yamama Al-Oraibi Leen Al Habash Abdulsalam Haykal Hani Tarabichi	IDRC Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA) Syria Trust for Development	Nielsen/ Acumen
Suíça	School of Business Administration (SBA Fribourg)	Rico J. Baldegger Andreas A. Brühlhart Mathias J. Rossi Etienne Rumo Patrick E. Schüffel Thomas Straub Muriel Berger	KTI/CTI	DemoSCOPE
Tonga	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Stephen Cox Judith King Howard Frederick Stephen Haslett Tania Wolfigramm	AusAID	Creatrix International/ Kaha'uTonga
Tunísia	Institut des Hautes Etudes Commerciales – Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca namatovu-Dawa Sarah Kyejijusa Laura Orobia Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School Bank of Uganda	Makerere University Business School
Uruguai	University of Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo	Equipos Mori
Venezuela	IESA – Centro de Empreendedores	Federico Fernandez Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Nunzia Auletta	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela	Datanalisis
Coordenação GEM Global		Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras		

EXECUÇÃO:



PATROCÍNIO:



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*



COORDENAÇÃO INTERNACIONAL:



ISBN 978-85-87446-13-8



9 788587 446138