



Global Entrepreneurship Monitor

2006

Empreendedorismo no Brasil

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

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

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Index Consultoria em Informação e Serviços S/C Ltda.
Curitiba - PR

E55 Empreendedorismo no Brasil : 2006 / Marcos Mueller
Schlemm... [et al.].— Curitiba : IBQP, 2007.

228 p.

ISBN 85-87446-10-7

1. Empreendedorismo — Brasil. I. Schlemm, Marcos Muller. II. Passos, Carlos Artur Krüger. III. Felix, Júlio César. IV. Greco, Simara Maria de Souza Silveira. V. Bastos Júnior, Paulo Alberto. VI. Machado, Joana Paula. VII. Krupa, Solange. VIII. Título.

CDD (20.ed.) 658.42

CDU (2. ed.) 65.012.4(81)

IMPRESSO NO BRASIL/PRINTED IN BRAZIL

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL DO GEM

Babson College (EUA)

London Business School (Inglaterra)

Global Entrepreneurship Research Association - GERA (Inglaterra)

PROJETO GEM BRASIL

INSTITUIÇÃO EXECUTORA

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Carlos Artur Krüger Passos - Diretor-Presidente

Júlio César Felix - Diretor de Operações

Carlos Alberto Del Claro Gloger - Diretor Administrativo-Financeiro

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

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

Paulo Tarciso Okamoto - Diretor-Presidente

Luiz Carlos Barboza - Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos - Diretor de Administração e Finanças

Enio Duarte Pinto - Gerente da Unidade de Atendimento Individual

Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP)

Rodrigo Costa da Rocha Loures - Presidente do Sistema FIEP

Marcos Mueller Schlemm, Ph.D - Diretor Superintendente IEL/PR

Carlos Sérgio Asinelli - Diretor Regional do SENAI DR/PR

Centro Universitário Positivo (UNICENP)

Oriovisto Guimarães - Reitor

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

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

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

Clemente Ivo Juliatto - Reitor

EQUIPE TÉCNICA

Consultoria do Projeto

Marcos Mueller Schlemm, Ph.D - Consultor Sênior

Coordenação e Execução

Carlos Artur Krüger Passos - Diretor-Presidente do IBQP

Júlio César Felix - Diretor de Operações do IBQP

Simara Maria de Souza Silveira Greco - Coordenadora Técnica

Paulo Alberto Bastos Junior - Pesquisador Sênior

Joana Paula Machado - Estatística

Solange Krupa - Secretária Executiva

Entrevistadores na Pesquisa com Especialistas

ABIPTI - Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica
UNICENP
Benedito de Souza
Cláudio Marlus Skora
Valdir Bolívar Martins
Paulo Alberto Bastos Junior

Analistas

Maria Lucia Figueiredo Gomes de Meza - UNICENP
Cesar Reinaldo Rissete - UNICENP
Marcos Aurélio Custódio - UNICENP
Sieglinde Kindl da Cunha - UNICENP

Pesquisa de Campo com População Adulta

Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda

Apoio Lingüístico

Francisco Teixeira Neto

Capa (Projeto Gráfico)

Juliana Scheller – Sistema FIEP/UNINDUS
Luciana de Castro Finardi – Sistema FIEP/UNINDUS

Revisão e Diagramação

Antônia Schwinden e Stella Maris Gazziero

AGRADECIMENTOS



Procuro sempre tomar muito cuidado quando o assunto é agradecer. Embora aparentemente banal – podendo ser resumido em palavras vazias e prontas –, é um ato que encerra muita profundidade e responsabilidade, sentimentos de reconhecimento, honestidade, franqueza e justiça.

Tudo isso se intensifica quando você não agradece simplesmente por si mesmo, mas em nome de um grupo de pessoas, de equipes de trabalho, de toda uma organização. Mais ainda, quando o agradecimento deve ser dirigido a muitas pessoas e organizações. Nesse caso vem o risco da generalização excessiva que a todos iguala ou do detalhamento, em que se peca facilmente por esquecimentos imperdoáveis.

Portanto, antes de iniciar os agradecimentos aos envolvidos no desenvolvimento do GEM Brasil 2006, me desculpo com aqueles que eu possa deixar de citar por simples falha de memória, ou com aqueles que não se sintam valorizados como merecem. Nem sempre é possível nominar ou mesmo expressar na devida intensidade o valor da participação individual em um trabalho tão integrado e sinérgico.

Lembro também que não agradeço simplesmente pelo cumprimento de tarefas, pois tenho clareza de que o nível de comprometimento e envolvimento das pessoas com suas atividades e responsabilidades é medida intangível, que só pode ser percebida pelos sentidos que transcendem a lógica formal.

Começo agradecendo às circunstâncias que colocaram o IBQP na condução do GEM, projeto que se consolida como o maior estudo mundial sobre o empreendedorismo, não simplesmente pela sua abrangência geográfica, mas por sua capacidade de influenciar e orientar políticas relacionadas ao desenvolvimento econômico e social dos países. A associação de mais de 50 países, que vêm construindo essa rede de relacionamento e informações, compartilhando idéias e experiências, deve-se ao competente desempenho das Equipes de Coordenação Internacional da London Business School e do Babson College.

Agradeço também às pessoas que tiveram a visão de trazer o GEM para o Brasil no ano 2000, em especial ao Professor Marcos Schlemm da PUCPR, que se mantém até hoje como consultor da equipe.

Agradeço ao Sebrae, que além de viabilizar desde o início a execução do projeto no Brasil com aporte financeiro, tem sido o principal parceiro na realização, disseminação dos resultados e articulação com outras organizações nacionais.

Não podemos deixar de destacar também o apoio da Fiep que, de variadas formas, vem aportando recursos na realização de atividades essenciais do projeto.

Uma novidade do GEM 2006 está na formulação deste documento: ele é fruto de uma parceria que ultrapassou os já citados – Sebrae, IBQP, Fiep e PUCPR – e incorporou mais uma instituição do mundo acadêmico, o UnicenP – Centro Universitário Positivo, de Curitiba-PR. A participação do UnicenP, com profissionais especializados na área econômica, foi importante no aprofundamento das temáticas sobre a vinculação entre empreendedorismo e inovação.

À Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica (ABIPTI), que disponibilizou seus consultores para a realização do complexo procedimento de entrevistas e análises de conteúdos na Pesquisa com Especialistas Nacionais, expresso minha gratidão e meu reconhecimento, extensivos também aos demais entrevistadores.

E como não poderiam ser esquecidos, pela imensurável contribuição ao dedicar seu tempo e compartilhar seu conhecimento e vivência, aos Especialistas entrevistados eu homenageio e agradeço. Ao Instituto Bonilha que muito mais que um prestador de serviço tem sido um parceiro que não mede esforços no atendimento de nossas demandas e no aprimoramento das pesquisas de campo. Da mesma forma, agradeço aos anônimos Brasileiros que abriram seus domicílios e forneceram o principal insumo deste estudo, a informação sobre sua história de vida. E, finalmente, ao Brasileiro Empreendedor, que surpreendeu o mundo ao revelar que nosso país está entre os mais empreendedores do planeta, mesmo à custa de sua luta pessoal para superar as dificuldades inerentes ao ato de iniciar e manter vivo um negócio.

Concluindo, comemoro a dedicação dos colaboradores do IBQP que, direta ou indiretamente, se envolveram no desenvolvimento dos trabalhos, sem os quais nada disso teria saído do plano das idéias e dos sonhos para se tornar uma realidade concreta capaz de influenciar decisivamente a realidade dos países.

Para finalizar, desejo mais uma vez reconhecer o apoio, fundamental, dos parceiros, tanto os tradicionais quanto os que chegam para somar esforços e capacidades, sem os quais o trabalho não seria viável, tampouco teria a qualidade que alcançou nesses anos todos.

Em especial, agradeço aos leitores de nossas publicações e ouvintes de nossas palestras, responsáveis pela difusão e discussão das definições, dados, análises e proposições. Colocamo-nos à sua disposição para o debate de idéias que levam aos aperfeiçoamentos que buscamos a cada novo ciclo da pesquisa.

CARLOS ARTUR KRÜGER PASSOS

Diretor-Presidente do IBQP

APRESENTAÇÃO

Um país só é sustentável quando aqueles que nele acreditam e por ele labutam, encontram vazão para sua vocação empreendedora. A análise das constatações extraídas dos relatórios do GEM tem revelado a disposição do brasileiro para empreender, apesar das restrições e condições adversas que encontra ao investir seu tempo, energia e recursos em busca da realização de seus sonhos.

O presente estudo comprova novamente esta vocação refletindo, pela consistência de seus indicadores, as baixas taxas de crescimento da economia e seus reflexos na estrutura social brasileira. O GEM indica de modo congruente a importância da atividade informal sugerida pelas altas taxas de empreendedores não necessariamente vocacionados, mas que, premidos pela necessidade e falta de melhores opções, decidem por iniciar alguma atividade econômica.

Os dados do GEM também revelam que aqueles que o fazem voluntariamente, procurando explorar uma oportunidade de negócio ou novo nicho de mercado, encontram um ambiente pouco favorável ao crescimento e à expansão de seus negócios.

A tímida disposição para exportar e as baixas taxas de inovação encontradas nos empreendimentos brasileiros podem encontrar explicação nos precários níveis educacionais, no elevado custo do capital, na deficiente infra-estrutura ou na insegurança quanto à instabilidade legislativa e tributária, condições consideradas como fundamentais para que se cultive uma cultura empreendedora, e que são alguns dos fatores apontados pela pesquisa responsáveis por este quadro.

Importante ressaltar que a capacidade inovadora de um país está diretamente relacionada à sua estrutura econômica. Por sua vez, inovação e empreendedorismo são frequentemente vistos como processos interativos indutores de mudanças e rupturas essenciais ao desenvolvimento. Os países que tem demonstrado maior competitividade global são também aqueles onde o empreendedorismo encontra solo fértil para germinar e prosperar mediante a inovação, a criação de novos mercados e a aplicação dos avanços tecnológicos no atendimento às crescentes necessidades sociais.

Um dos aspectos fundamentais do GEM que o diferencia de outros projetos é o de permitir o acesso a experiências e iniciativas de outros países, que, na comparação com nossa realidade, podem inspirar a criação de programas e políticas inovadoras que incentivem e dêem suporte à atividade empreendedora que, de fato, agregue valor ao desenvolvimento sustentável do país.

Ao identificar os fatores que influenciam positivamente o empreendedorismo e também facilitam a aprendizagem na comparação com outras realidades, o GEM cumpre com seu principal objetivo que é promover o desenvolvimento pela ação autônoma de seus cidadãos, fazendo com que esta atividade seja melhor compreendida.

As constatações e análises do GEM contribuíram, de modo definitivo, para a compreensão e discussão de tão relevante tema. A cada nova publicação do GEM em sua edição brasileira, a certeza do caminho traçado e da consistência do método nos é confirmada, gratificando o esforço e a dedicação da equipe responsável pela elaboração e coordenação deste projeto que, por fazer parte de um consórcio internacional de universidades e centros de pesquisa, torna a tarefa ainda mais desafiadora.

MARCOS MUELLER SCHLEMM, Ph.D
Consultor Sênior do GEM no Brasil

UM NOVO AMBIENTE

A nova rodada da pesquisa GEM, aperfeiçoada a cada ano, confirma a postura empreendedora do povo brasileiro. Isso é muito bom, especialmente para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, cuja missão principal é apoiar os empreendedores para que o negócio deles tenha sucesso.

Um dado especialmente relevante detectado no levantamento de 2006 é, pela primeira vez, o número maior dos chamados empreendedores estabelecidos sobre os iniciais. A pesquisa assinala que esse ineditismo pode sugerir um ambiente mais propício ao negócio próprio, que ela atribui à estabilidade econômica.

Se realmente se confirmar esta tendência, pode se acrescentar a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas à estabilidade econômica como outro fator para se consolidar um clima favorável ao negócio próprio – este sim, um ingrediente certo, e não apenas uma tendência.

A Lei Geral, uma batalha de três anos, da qual o Sebrae se orgulha de ter participado, dá tratamento favorecido, simplificado e diferenciado aos pequenos negócios.

Embora com itens importantes ainda em regulamentação, a nova legislação, um marco na história econômica do país, como bem citou o presidente Lula, reduza a carga tributária e a burocracia. Também abre mercado para as micro e pequenas empresas e dá amplas condições de acesso a recursos financeiros, à atualização tecnológica, às compras governamentais.

A Lei Geral, sem dúvida, melhora substancialmente o que a pesquisa GEM classifica de EFC, as Condições Nacionais que Afetam o Empreendedorismo, ou seja, o conjunto de fatores que atinge diretamente a atividade empreendedora. Com a Lei Geral, teremos, na próxima pesquisa GEM, números mais alentadores, como inversão da curva entre empreender por oportunidade e por necessidade e negócios de longa sustentabilidade.

PAULO OKAMOTTO
Diretor-Presidente do Sebrae

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	5
APRESENTAÇÃO	9
PREFÁCIO	11
INTRODUÇÃO	21
1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS	27
2 EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL	43
3 RESUMO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES GEM	53
4 OPORTUNIDADE E CAPACIDADE PARA EMPREENDER/EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO	117
5 NEGÓCIOS, PRODUTOS E CLIENTES	143
6 EMPREENDEDORISMO E O CONTEXTO SOCIAL, POLÍTICO, ECONÔMICO E INSTITUCIONAL	175
7 O PAPEL DAS POLÍTICAS E PROGRAMAS DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO	191
REFERÊNCIAS	209
APÊNDICE 1 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES	211
APÊNDICE 2 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS	213
APÊNDICE 3 - PRINCIPAIS TAXAS E ESTIMATIVAS	215
APÊNDICE 4 - EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES	219

SIGLAS

APL	Arranjos Produtivos Locais
ABC	Agência Brasileira de Cooperação
ABIPTI	Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica
AED	Agência de Educação para o Desenvolvimento
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
ANPROTEC	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
BACEN	Banco Central do Brasil
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BRDE	Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNE	Contrat Nouvelle Embauche (Novo Contrato de Emprego)
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONFEA	Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia
DLIS	Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável
ECINF	Economia Informal Urbana
EFC	<i>Entrepreneurial Framework Conditions</i> (Condições que Afetam o Empreendedorismo)
EUA	Estados Unidos da América
FIEP	Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
FUNPROGER	Fundo de Aval para a Geração de Emprego e Renda
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GERA	<i>Global Entrepreneurship Research Association</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
IGP-DI	Índice Geral de Preços
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
INSEE	<i>Institut National de la Statistique et des Études Économiques</i> (Instituto Francês de Estatística Nacional)
ISIC	<i>International Standard Industry Codes</i>

LEGI	<i>Local Enterprise Growth Initiative</i> (Iniciativa de Crescimento Empresarial Local)
MCT	Ministério da Ciência e Tecnologia
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MEC/INEP	Ministério da Educação/Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
NIF	<i>National Insurance Fund</i> (Fundo Nacional de Seguros)
OBO	<i>Overall Business Owners</i>
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMC	Organização Mundial do Comércio
ONG	Organização Não-Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PEA	População Economicamente Ativa
PIB	Produto Interno Bruto
PINTEC	Pesquisa de Inovação Tecnológica
PITCE	Política Industrial Tecnológica e de Comércio Exterior
PME	Pequenas e Médias Empresas
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PUCPR	Pontifícia Universidade Católica do Paraná
RDH	Relatório de Desenvolvimento Humano
REPARTE	Rede Paranaense de Incubadoras e Parques Tecnológicos
RHAE	Programa de Recursos Humanos para Atividades Estratégicas em Apoio à Inovação Tecnológica
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDA	Agência para o Desenvolvimento de Pequenas Empresas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESI	Serviço Social da Indústria
TEA	<i>Total Entrepreneurial Activity</i> (Taxa de Atividade Empreendedora Total)
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNICENP	Centro Universitário Positivo
Utech	<i>University of Technology</i>
UWI	<i>University of the West Indies</i>
PPP	<i>Purchasing Power Parity</i> (Paridade do Poder de Compra)

LISTAS

TABELAS

1.1	PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2006, POR GRUPOS DE RENDA	28
1.2	ATIVIDADES DE COLETA DE DADOS	33
1.3	RESUMO DO PLANO AMOSTRAL DA PESQUISA COM POPULAÇÃO ADULTA - GEM BRASIL - 2006	37
2.1	MOTIVO DA DESCONTINUIDADE DO NEGÓCIO NO BRASIL - 2006	51
4.1	MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL E ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES, NO BRASIL - 2006	118
4.2	CONDIÇÕES DO MERCADO INTERNO <i>VERSUS</i> EXISTÊNCIA DE OPORTUNIDADES - 2006	121
4.3	OPORTUNIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - GEM 2006	124
4.4	ESTÍMULOS PARA BUSCA DE OPORTUNIDADE - BRASIL 2005 E 2006	125
4.5	ORIENTAÇÃO RECEBIDA PELOS EMPREENDEDORES DE NEGÓCIOS NASCENTES NO BRASIL - 2006	127
4.6	CONDIÇÕES FAVORÁVEIS AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO NA PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR - BRASIL - 2006	128
4.7	CONDIÇÕES FAVORÁVEIS AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - BRASIL - 2001 A 2006	129
4.8	CONDIÇÕES LIMITANTES AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO NA PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR - BRASIL - 2006	135
4.9	CONDIÇÃO LIMITANTES AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - BRASIL - 2001 A 2006	136
4.10	EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - GEM 2006	138
5.1	POTENCIAL DE INOVAÇÃO, SEGUNDO ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES NO BRASIL - 2002 A 2006	144
5.2	CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO NO BRASIL - 2006	146
5.3	CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR - 2002 A 2006	148
5.4	GRAU DE CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO - 2002 A 2006	150
5.5	GRAU DE CONCORRÊNCIA, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO - BRASIL - 2006	152

5.6	GRAU DE CONCORRÊNCIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR - 2002 A 2006	153
5.7	GRAU DE CONCORRÊNCIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO - 2002 A 2006	155
5.8	RESULTADO DO ESFORÇO TECNOLÓGICO DE PAÍSES SELECIONADOS	158
5.9	IDADE DA TECNOLOGIA, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO - BRASIL - 2006	159
5.10	IDADE DA TECNOLOGIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR - 2002 A 2006	160
5.11	IDADE DA TECNOLOGIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO - 2002 A 2006	162
5.12	RESULTADO DO ESFORÇO TECNOLÓGICO DE PAÍSES SELECIONADOS	170
6.1	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE DIFICULTAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006	176
6.2	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE DIFICULTAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006	176
6.3	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE FAVORECEM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006	177
6.4	CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE FAVORECEM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006	178
6.5	COMPARAÇÃO ENTRE RESULTADOS DE 2006 E DO PERÍODO 2001-2006 REFERENTE ÀS CONDIÇÕES LIMITANTES DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS	183
6.6	COMPARAÇÃO ENTRE RESULTADOS DE 2006 E DO PERÍODO 2001-2006 REFERENTE ÀS CONDIÇÕES FAVORÁVEIS DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS	184
6.7	MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL E ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES, NO BRASIL - 2006	187
6.8	EVOLUÇÃO DO IDH NO BRASIL ENTRE 2003-2006 E SUA POSIÇÃO NO <i>RANKING</i> DOS PAÍSES PESQUISADOS - RDH2006	188
7.1	RELAÇÃO DAS PROPOSIÇÕES APRESENTADAS PELOS ESPECIALISTAS NA PESQUISA GEM 2006, POR CONDIÇÕES RELACIONADAS AO EMPREENDEDORISMO	202
A1.1	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2001 A 2006	211
A1.2	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2001 A 2006	212
A2.1	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2002 A 2006	213

A2.2	CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2002 A 2006	214
A3.1	POPULAÇÃO ADULTA (18 A 64 ANOS) E TAMANHO DA AMOSTRA DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006	215
A3.2	TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO ESTÁGIO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006	216
A3.3	TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006	217
A3.4	TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO GÊNERO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006	218
A4.1	EQUIPE E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES - 2006	219

FIGURAS

1.1	MODELO CONCEITUAL DO GEM	29
1.2	O PROCESSO EMPREENDEDOR E DEFINIÇÕES OPERACIONAIS DO GEM	33
2.1	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL - 2001 A 2006	43
2.2	EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA), POR PAÍSES - 2006	44
2.3	CORRELAÇÃO TEA E RENDA NACIONAL DOS PAÍSES PARTICIPANTES (TENDÊNCIA PARABÓLICA AJUSTADA) - 2006	45
2.4	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES E NOVOS NO BRASIL - 2001 A 2006	45
2.5	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS NO BRASIL - 2001 A 2006	47
2.6	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS, POR PAÍSES - 2006	47
2.7	EVOLUÇÃO DA RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL - 2002 A 2006	48
2.8	EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES POR MOTIVAÇÃO NO BRASIL - 2001 A 2006	49
2.9	EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO POR PAÍSES - 2006	49
2.10	DESCONTINUIDADE DO NEGÓCIO, POR PAÍSES - 2006	50
2.11	EVOLUÇÃO DA TAXA DE DESCONTINUIDADE NO BRASIL - 2002 A 2006	50
4.1	DINAMISMO DO MERCADO INTERNO <i>VERSUS</i> EXISTÊNCIA DE OPORTUNIDADES - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	120
4.2	INFRA-ESTRUTURA COMERCIAL E PROFISSIONAL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	122
4.3	ABERTURA DE MERCADO - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	123

4.4	OPORTUNIDADE EMPREENDEDORA - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006.....	125
4.5	CAPACIDADE EMPREENDEDORA: MOTIVAÇÃO NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	130
4.6	CAPACIDADE EMPREENDEDORA: POTENCIAL NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	130
4.7	EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO NO ENSINO AO NÍVEL FUNDAMENTAL E MÉDIO NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	139
4.8	EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO NO ENSINO AO NÍVEL SUPERIOR NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006	140
5.1	GRAU DE CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL...	151
5.2	GRAU DE CONCORRÊNCIA, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL	158
5.3	IDADE DA TECNOLOGIA, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL	164
6.1	CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS NO BRASIL E NOS DE MAIS PAÍSES - 2006	180
7.1	DINÂMICA POR TAMANHO DE ESTABELECIMENTO - 1995-2000 (1995 =100)	205

INTRODUÇÃO

É com satisfação que apresentamos neste livro os resultados do GEM 2006, sétimo ciclo consecutivo da pesquisa no Brasil. Durante todos esses anos, a investigação foi incrementada em seu alcance e nos métodos de coleta e análise de dados, consolidando-se como o principal painel do empreendedorismo em nosso País e em todo o mundo – contribuindo, inclusive, com parte significativa da gramática sobre o tema, com a popularização de expressões como empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade, empreendedores iniciais e estabelecidos, condições para empreender no País, entre outras.

Na medida em que são anuais, os sucessivos ciclos da pesquisa proporcionam, por um lado, o monitoramento imediato e constante da trajetória do empreendedorismo em face do que acontece no país em campos os mais diversos – política, economia, cultura, educação, ciência e tecnologia. Por outro lado, possibilita captar processos de duração mais longa, identificar, as grandes tendências estruturais que caracterizam o empreendedorismo brasileiro, que somente um processo ininterrupto de coleta e análise de dados e sua apresentação ao público permite. E tal processo já se aproxima da primeira década!

Como resultado, nesse período foi possível confirmar algumas suposições e desafiar crenças preestabelecidas sobre a relação dos brasileiros com os negócios. Confirmou-se, por exemplo, o fato de termos um povo altamente empreendedor, quer pela identificação de oportunidades, quer pela necessidade de sobreviver, mas que enfrenta variadas barreiras políticas e econômicas para abrir seus negócios. Assim, o GEM permite confrontar o senso comum de que haveria, na cultura brasileira, uma forte desvalorização do empreendedorismo e dos empreendedores. De modo distinto, os brasileiros valorizam os negócios e aqueles que os lideram. E, não menos importante, as rodadas anuais da pesquisa mostram que fatores pontuais da conjuntura socioeconômica afetam, com maior ou menor intensidade, a dinâmica empreendedora de diversas formas.

Os resultados estão distribuídos nos capítulos que sucedem esta Introdução. O primeiro, *Considerações metodológicas*, como diz o próprio título, trata dos procedimentos e instrumentos de coleta e análise de dados primários e secundários com que se realizou o estudo. Sua colocação neste trabalho obedece ao propósito de explicar, aos novos leitores, como afinal a pesquisa é realizada, de modo a possibilitar comparações das dinâmicas empreendedoras praticadas nos países participantes; e aos que já têm um contato prévio com o GEM, posicioná-los sobre os aperfeiçoamentos metodológicos que se fazem ano após ano.

O capítulo seguinte, *Evolução da Atividade Empreendedora no Brasil*, traz os resultados do comportamento do fenômeno empreendedor entre o conjunto dos brasileiros adultos, inclusive com o resgate dos dados das primeiras rodadas da pesquisa no País e a comparação desses com os mais recentes.

Sem entrar nos pormenores metodológicos, descritos no capítulo acima comentado, a principal medida aqui é a proporção de brasileiros envolvidos na condução de negócios. Para chegar-se a ela, em 2006 foram entrevistados dois mil indivíduos, entre 18 e 64 anos, de todas as regiões brasileiras, selecionados aleatoriamente. Esta amostra garante um alto padrão de confiabilidade à pesquisa, com um erro amostral na faixa de 2%, considerado ótimo pela ciência estatística (como, de resto, se comprova quando se comparam os resultados do GEM com as pesquisas oficiais sobre trabalho e renda).

As características da pesquisa permitem diversos desdobramentos em diferentes variáveis tendo a referida proporção como ponto de partida. O primeiro refere-se ao estágio dos empreendimentos identificados: se são *estabelecidos* – ou seja, têm mais de 42 meses de vida – ou iniciais, que compõem a taxa que o GEM denomina TEA, a qual abarca negócios *novos* (entre três e 42 meses e que já produziram remuneração) ou *nascentes*, que são os empreendimentos que se encontram nas fases mais embrionárias.

Outro desdobramento é a motivação dos empreendedores, qual é, enfim, o substrato da decisão de abrir um negócio. Nesse sentido, o GEM categoriza os empreendimentos segundo duas orientações: as oportunidades percebidas e a necessidade produzida pela falta de alternativa minimamente satisfatória de trabalho e renda. Em larga medida pode-se dizer que esta classificação é caudatária dos resultados do GEM no Brasil, pois em 2000, quando os primeiros países emergentes participaram, ficamos na primeira colocação no *ranking* do empreendedorismo, e a equipe internacional buscou compreender o fenômeno.

Chegou, então, à conclusão de que, nos países participantes menos afluentes, a busca da sobrevivência econômica combinada à relativa precariedade dos sistemas de seguridade e assistência social obriga enormes contingentes de trabalhadores a empreender para buscar sua sobrevivência material.

Ainda na discussão sobre a evolução do empreendedorismo, analisa-se elemento importante para a criação dos negócios, qual seja, os recursos para empreender, especialmente no que toca aos investidores informais, que são aqueles que não constituem as modalidades formais de financiamento, e.g., bancos e agências de fomento. Assim, investidores informais normalmente são pessoas ligadas ao empreendedor, como parentes, amigos, colegas de trabalho entre outros. Finaliza o capítulo uma análise da descontinuidade, pela qual se levanta quantos empreendedores encerraram, interromperam ou desistiram de algum negócio nos últimos doze meses.

Os leitores já habituados aos documentos do GEM podem considerar o conteúdo dos capítulos já mencionados em alguns momentos semelhantes aos de anos anteriores. No caso do capítulo sobre considerações metodológicas a situação é compreensível, uma vez que o GEM é uma pesquisa com a proposta de gerar séries históricas e, portanto, pode introduzir melhorias, mas não alterações radicais em seus processos. Quanto ao segundo capítulo, que aborda a evolução da atividade empreendedora no Brasil, as semelhanças em relação às últimas publicações do GEM se devem ao fato de que as principais variáveis mantêm-se as mesmas, além de que essas vêm registrando comportamento de relativa estabilidade.

O restante do documento é organizado em tópicos temáticos, cada um deles utilizando as análises baseadas nas informações coletadas pelos procedimentos previstos na metodologia GEM descritos no capítulo específico. A lógica de criação desta estrutura foi a de proporcionar a possibilidade da leitura independente de cada um dos temas desenvolvidos.

No capítulo *Resumo da Atividade Empreendedora nos Países GEM*, os achados da pesquisa brasileira são pensados *vis-à-vis* os resultados de todos os demais participantes do GEM desse ano. A cada país, dedica-se um pequeno resumo (na verdade, uma versão da síntese produzida pelas equipes) que inclui não apenas dados, mas também as interpretações e inferências. A colocação desse capítulo no livro foi uma inovação do GEM Brasil 2005. O retorno dos leitores nos estimulou a repeti-la agora.

Os capítulos seguintes registram e versam, principalmente, sobre as relações dos resultados do GEM com aspectos dos contextos sociopolíticos e econômicos do Brasil. Com efeito, essa parte do livro é a que oferece a maior parcela de dados secundários, com o fito de fortalecer inferências, sempre à luz das condições para empreender denominadas EFCs (ver capítulo Metodologia).

No capítulo que inaugura a parte em questão, *Oportunidade e Capacidade para Empreender*, primeiramente são discutidas condições relacionadas à existência de oportunidades para empreender no País e à própria capacidade empreendedora da força de trabalho no Brasil. No primeiro caso, a avaliação é levada à efeito sob o prisma da abertura do mercado no País; no último, consideram-se condições como a capacidade do empreendedor, a infraestrutura comercial e profissional (a disponibilidade dos serviços necessários ao funcionamento dos negócios: jurídicos, contábeis etc) e, por fim, as políticas e programas de educação para o empreendedorismo, incluindo a análise de aspectos quantitativos e qualitativos de educação e capacitação no Brasil.

O capítulo seguinte, *Negócios, Produtos e Clientes* apresenta e discute os negócios identificados na pesquisa em função de sua relação com o tema inovação. Para tanto, utiliza-se a classificação CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas, que, por sua vez, segue a classificação internacional ISIC – Internacional Standard Industry Codes. A seguir, os empreendimentos são analisados, em cotejo com dados secundários, a partir de algumas variáveis, Grau de conhecimento dos produtos pelo consumidor, Grau de concorrência e Idade da Tecnologia.

Em *Empreendedorismo e o Contexto Social, Político, Econômico e Institucional*, as descobertas do GEM são analisadas à luz dos aspectos mais abrangentes que caracterizam nossa realidade socioeconômica. Na realização de tais análises, destacam-se características relacionadas à política e à macroeconomia, em seus elementos estruturais e conjunturais, bem como condições de natureza sociológica, como normas culturais e sociais, as características da força de trabalho, as características demográficas da população brasileira e assim por diante.

O corolário das análises presentes em todos os capítulos acima sumarizados encontra-se na última seção deste trabalho, O Papel das Políticas e Programas de Apoio ao Empreendedorismo. É o momento em que se avalia o papel dos

agentes governamentais de todos os níveis no fomento ao empreendedorismo, tendo como baliza desde o apoio financeiro aos negócios iniciais e estabelecidos até as políticas de Estado mais amplas, incluindo a infra-estrutura física. Aqui, avalia-se até que ponto os programas especificamente direcionados à atividade empreendedora e as políticas fiscal, tributária, trabalhista etc. são favoráveis ou desfavoráveis a um ambiente fértil aos negócios.

A publicação traz ainda um apêndice no qual se descrevem as características dos empreendedores identificados na pesquisa, a partir de variáveis como gênero, faixa, escolaridade, renda familiar e a situação laboral.

1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

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

Para efeito de análises e estabelecimento da relação entre atividade empreendedora e desenvolvimento econômico, desde 2005 o GEM divide os países participantes em dois grupos, segundo o PIB *per capita* (considerado pela paridade do poder de compra)¹:

a) *Países de Renda Média*: PIB per capita inferior a US\$20,000.00;

b) *Países de Renda Alta*: PIB per capita superior a US\$20,000.00.

A tabela 1.1 traz os países participantes em 2006, sua renda *per capita* e o grupo ao qual pertence.

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. Esses procedimentos, incluindo as medidas que eles possibilitam, serão descritos de modo detalhado posteriormente. Antes, são expostos alguns aspectos conceituais do modelo GEM.

¹ A paridade do poder de compra corresponde à taxa de câmbio entre duas moedas, calculada de acordo com a quantidade de cada moeda que é necessária para adquirir um determinado conjunto de produtos e serviços idêntico no país a que pertence cada moeda.

Pelas suas características, a paridade do poder de compra é muito utilizada para efetuar comparações internacionais ao nível do poder de compra e bem-estar social existente em diferentes países.

TABELA 1.1 - PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2006, POR GRUPOS DE RENDA

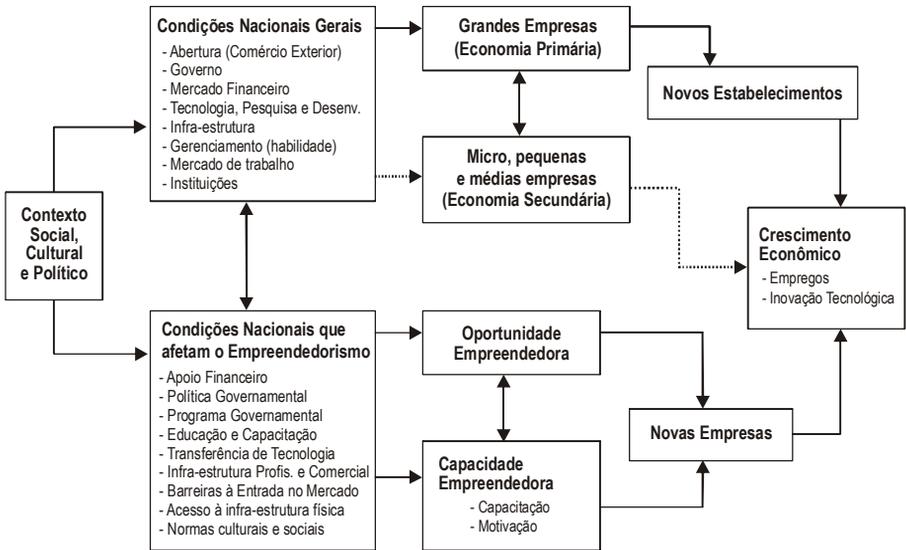
PAÍSES DE RENDA MÉDIA		PAÍSES DE RENDA ALTA	
PAÍSES	2006 PIB (PPP) <i>per capita</i> (US\$)	PAÍSES	2006 PIB (PPP) <i>per capita</i> (US\$)
Índia	3.546	Eslovênia	23.071
Jamaica	4.474	Grécia	24.422
Indonésia	4.552	Espanha	28.345
Filipinas	4.956	Cingapura	29.310
Peru	6.299	Itália	29.705
China	8.005	França	31.219
Colômbia	8.212	Suécia	31.475
Turquia	8.663	Reino Unido	31.545
Brasil	8.855	Alemanha	31.610
Tailândia	9.032	Holanda	31.776
México	10.544	Japão	31.924
Uruguai	10.609	Bélgica	32.609
Rússia	11.912	Austrália	32.739
Malásia	12.895	Finlândia	32.850
Croácia	12.899	Canadá	35.166
Chile	12.933	Dinamarca	35.920
África do Sul	13.685	Islândia	37.643
Letônia	13.997	Estados Unidos	43.356
Argentina	14.211	Irlanda	44.192
Hungria	17.995	Noruega	44.593
República Tcheca	19.435	Emirados Árabes	53.448
N = 21		N = 21	
Média PIB (PPP) <i>per capita</i> , em dólar = 10,367		Média PIB (PPP) <i>per capita</i> , em dólar = 34,139	

FONTE: World Economic Outlook Database (July 2006), <http://www.imf.org>

1.1 O MODELO GEM

Avanços empíricos nos objetivos do GEM, voltados à compreensão do impacto relativo do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, exigiram a elaboração de uma representação explícita das variáveis relevantes e o seu papel no processo causal que afeta o crescimento econômico. A figura 1.1 representa o modelo teórico básico que orienta as atividades de pesquisa e a coordenação das dezenas de equipes nacionais envolvidas.

FIGURA 1.1 - MODELO CONCEITUAL DO GEM



O modelo parte do pressuposto de que todas as empresas, independentemente de porte ou idade, são afetadas por condições nacionais gerais, as quais exercem um papel determinante no sucesso ou fracasso de todos os empreendimentos. Essas condições incluem a abertura do mercado para o comércio exterior, a extensão e o papel do governo junto ao comércio, ao serviço e à indústria, a eficiência dos mercados financeiros, a flexibilidade do mercado de trabalho, a efetividade das leis, a infra-estrutura física etc.

A compreensão sobre como essas condições variam entre os países pode ajudar a explicar as variações dos níveis de desenvolvimento econômico. No caso das empresas grandes e estabelecidas, essa relação é bem compreendida e documentada, porém o processo empreendedor e a extensão dos impactos da atividade empreendedora na economia não o eram até o advento desta pesquisa.

O modelo GEM identifica e distingue um outro conjunto de condições que afeta diretamente a atividade empreendedora, pela sua influência nos fatores que conduzem a novos empreendimentos e ao crescimento de pequenas empresas. Essas condições são denominadas *Entrepreneurial Framework Conditions - EFC*, traduzidos para o português como *Condições Nacionais que Afetam o*

Empreendedorismo. O box a seguir traz definições dessas condições, as quais determinam a capacidade de um país encorajar empresas nascentes a qual, combinada a habilidades e motivação daqueles que desejam iniciar algum novo negócio, influencia o processo empreendedor. Quando bem-sucedida, essa combinação conduz à geração de muitos novos negócios e, conseqüentemente, à inovação e competição no mercado, tendo como resultado final uma influência positiva no crescimento econômico nacional.

Condições Nacionais que Afetam o Empreendedorismo

Apoio Financeiro

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

Políticas Governamentais

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

Programas Governamentais

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

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

Educação e Capacitação

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

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

Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)

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

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

Infra-estrutura Comercial e Profissional

Avalia a disponibilidade, 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 à informação 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 de demandas de mercado.

Acesso ao Mercado/ Abertura 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); 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.

Acesso à Infra-estrutura Física

Avalia a acessibilidade e a qualidade dos recursos físicos incluindo: telefonia, correio, *internet*; energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; 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.

Normas Culturais e Sociais

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

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

O relacionamento entre os blocos principais de variáveis do modelo e os procedimentos de coleta de dados, associados à Pesquisa GEM, é apresentado na tabela 1.2.

TABELA 1.2 - ATIVIDADES DE COLETA DE DADOS

FONTES DE DADOS	VARIÁVEIS						
	Contexto Social, Cultural e político	Condições nacionais gerais	Condições nacionais que afetam o empreendedorismo	Oportunidade empreendedora	Capacidade empreendedora	Dinâmica de negócios ⁽¹⁾	Crescimento econômico
Fontes de dados secundários: OCDE; Banco Mundial; Nações Unidas; <i>Global Competitiveness Reports</i> ; IBGE etc.	x	x	x				x
Pesquisas com a população adulta, padronizadas e supervisionadas pela equipe de coordenação				x	x	x	
Especialistas: entrevistas face-a-face realizadas pelas equipes nacionais e questionários auto-aplicáveis			x	x	x		

Dinâmica de negócios⁽¹⁾- Engloba os blocos, "Grandes Empresas", "Micro, pequenas e médias empresas", "Novos Estabelecimentos", presentes no modelo conceitual do GEM (Fig. 1)

Como comentado anteriormente, o objetivo principal do GEM é estimar a prevalência de indivíduos envolvidos em atividade empreendedora em um determinado momento, em vez de acompanhar pessoas que estão montando um negócio ao longo de anos e avaliar as condições que levam à criação bem-sucedida de uma empresa.

Outra característica importante do GEM é que, além de características das pessoas em fase de implementação de novos negócios, também são coletados dados sobre proprietários/gerentes de empresas estabelecidas, independente da idade dos empreendimentos. O Projeto GEM desenvolveu um modelo que cobre a maior parte da vida de um empreendedor ao longo dos anos, desde sua criação e fases iniciais até sua consolidação, à frente de um empreendimento estabelecido (figura 1.2).

FIGURA 1.2 - O PROCESSO EMPREENDEDOR E DEFINIÇÕES OPERACIONAIS DO GEM



FONTE: REYNOLDS, P. et al., 2005

É útil considerar a criação de um novo empreendimento como um processo (Lumpkin e Dess, 1996). A figura 1.2 (desta publicação) apresenta uma visão geral simplificada desse processo. Ela faz a distinção de quatro fases, com três pontos de transição marcando as barreiras típicas ao empreendedorismo. A primeira fase do processo de criação consiste do fato de pessoas dentre a população adulta contemplarem a idéia de iniciar um negócio. Seus motivos podem estar baseados na visualização de uma oportunidade (Christensen et al., 1994), ou podem ser por falta de alternativas de emprego. Algumas dessas pessoas podem decidir por realmente montar o negócio idealizado. Uma vez que tenham iniciado algumas atividades concretas relacionadas à criação desse negócio – e que estejam realizando mais do que apenas falar sobre elas – as pessoas completaram a primeira fase; passando da concepção para a gestação ou processo de nascimento. Elas podem ser consideradas como empreendedores nascentes.

O esforço de nascimento pode ser: (i) um esforço para criar uma empresa de negócios autônoma, independente ou (ii) um novo empreendimento patrocinado por um negócio existente que pode ser uma nova filial ou subsidiária. Para a avaliação do GEM, as pessoas envolvidas nesses dois tipos de iniciativa são consideradas empreendedores nascentes, desde que os respondentes esperem ter alguma parte na propriedade no novo empreendimento.

A segunda fase de transição reflete a empresa nascente na medida em que ela se desenvolve e se torna um negócio operacional, a fase do nascimento da empresa. Existem muitos aspectos diferentes que podem ser considerados como o “evento de nascimento” da nova empresa. O “evento de nascimento” (Katz e Gartner, 1988; Reynolds e Miller, 1992) pode estar baseado no aparecimento de uma intenção de criar um negócio (por exemplo, ter uma idéia, buscar informação), em definições de limites (registros, abertura, cartões de visita), definições baseadas em recursos (moradia, pessoal, estoque) e definições motivadas por trocas (primeiro cliente, primeiro fluxo de caixa) que oferecem uma visão geral dos momentos de início percebidos.

Um critério menos complicado foi utilizado na avaliação do GEM; pagamento de quaisquer salários por mais de três meses para qualquer pessoa, inclusive os proprietários, foi considerado como o “evento de nascimento da empresa”.

As iniciativas que haviam pago salários por menos de três meses eram consideradas ainda na fase inicial. Esta definição de “fase de transição de nascimento da empresa” tem uma interpretação econômica bem clara; ela é

razoavelmente direta para ser aplicada em uma gama de países e setores econômicos diferentes, de uma maneira harmonizada. Ela é considerada como um "indicador" da fase de transição do nascimento e não como o evento definidor.

A distinção entre a terceira e última fase tem a ver com a idade da empresa criada pelo empreendedor. Proprietários/gerentes de negócios jovens se diferenciam de seus pares em empresas estabelecidas. As empresas que podem ter pago salários por mais de três meses e menos do que 3 anos e meio (42 meses) são consideradas "novas". As que pagaram salários por mais de 3 anos e meio são consideradas "empresas estabelecidas", empresas que sobreviveram ao "risco da novidade". Tanto os proprietários/gerentes de empresas jovens como de empresas nascentes na fase de nascimento são consideradas envolvidas nos estágios iniciais do processo empreendedor. Esta medida não reflete a atividade empreendedora acontecendo em negócios estabelecidos.

Finalmente, deve-se observar que o processo empreendedor descrito na figura 1.2 é continuamente influenciado por fatores políticos, sociais e econômicos. Assim, a situação econômica, o clima empreendedor e as atitudes em relação ao empreendedorismo precisam ser levados em conta ao se analisar as diferenças existentes entre os países e seu desenvolvimento ao longo do tempo.

Texto extraído de: REYNOLDS, P. et al. Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998 – 2003. *Small Business Economics*, v.24, springer, 205-231, 2005.

1.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

1.2.1 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. Os empreendedores identificados são classificados conforme seu estágio, motivação para empreender e suas características demográficas.

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.; *novos*: seus 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.

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*.

No Brasil, em 2006, 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 2006, 15.900 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 na tabela 1.3;
- *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 que são numerados e sorteados 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 domicilio seleciona-se um morador para ser entrevistado. Aquele cuja data de aniversário estiver mais próxima será o escolhido.

TABELA 1.3- RESUMO DO PLANO AMOSTRAL DA PESQUISA COM POPULAÇÃO ADULTA - GEM BRASIL- 2006

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: GEM 2006

1.2.2 Pesquisa com Especialistas Nacionais

As entrevistas pessoais com especialistas nacionais, escolhidos por seu conhecimento dos setores empresariais nos seus países, contribuem para a avaliação das condições nacionais para se empreender (EFCs). A seleção desses especialistas segue uma amostragem intencional não probabilística.

Essas entrevistas pessoais compõem-se de: (a) uma revisão aberta das opiniões dos especialistas sobre seus países em relação a condições que favorecem (pontos fortes) ou limitam (pontos fracos) o empreendedorismo, além de sugestões que tenham por objetivo fortalecer as condições para se empreender no país; (b) preenchimento de questionário de perguntas fechadas composto por aproximadamente 90 questões que tratam das percepções dos especialistas sobre os diferentes aspectos ligados às EFC. A padronização dos instrumentos permite a comparabilidade entre os países participantes da pesquisa. No Brasil, em 2006, as características da pesquisa com especialistas foram as seguintes:

- Trinta e sete especialistas foram entrevistados em 2006. Para análise foram utilizados os conteúdos das 210 entrevistas concedidas entre 2000 e 2006.
- Questionário;
 - Composto por 82 itens sobre as condições que favorecem ou dificultam a dinâmica empreendedora no país, utilizando uma escala Likert² de

² Uma escala Likert, proposta por Rensis Likert em 1932, é uma escala em que os respondentes são solicitados não só a concordarem ou discordarem das afirmações, mas também a informarem qual o seu grau de concordância/discordância. A cada célula de resposta é atribuído um número que reflete a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação. (Mattar, 1997).

cinco posições, numa progressão que vai do totalmente falso (-2) ao totalmente verdadeiro (+2).

- Fornece medidas padronizadas das opiniões dos especialistas quanto ao empreendedorismo em cada país e comparações internacionais;
- Entrevistas face a face:

Obedecem a roteiro de entrevista semi-estruturada que permite coleta de informações qualitativas; coletam opiniões de empreendedores e profissionais sobre aspectos da atividade empreendedora, com que se identificam condições limitantes, condições que contribuem e o que pode ser feito para o empreendedorismo no país.

- A análise dos dados coletados junto a especialistas, seja nas entrevistas, seja nos questionários, permitiu a realização dos seguintes procedimentos analíticos:
 - Verificar recorrências acerca de limites, contribuições e sugestões dos especialistas em relação às condições para o empreendedorismo;
 - Realizar inferências quanto às possíveis interpretações de significados das recorrências mencionadas;
 - Cruzar e correlacionar as inferências obtidas com dados coletados na Pesquisa GEM realizada junto à população adulta do Brasil e dos demais países;
 - Cruzar e correlacionar as inferências obtidas com dados secundários de natureza estrutural e conjuntural, para situar as posições dos informantes no contexto socioeconômico contemporâneo, em face, principalmente, das recentes mudanças políticas, no Brasil e no mundo.

1.2.3 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 origem 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 tais como: competitividade, tamanho da economia, qualidade de vida da população,

qualidade e alcance do sistema educacional, políticas e programas governamentais, qualidade da infra-estrutura (comunicações, transporte, serviços, entre outros), pesquisa e desenvolvimento tecnológico e empreendedorismo.

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

1.3 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, as quais 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 nacional com que se elabora a presente publicação.

A cada ano, um aspecto analítico é destacado ou incorporado. No Brasil em 2006 a análise dos dados buscou privilegiar elementos relacionados ao potencial de inovação presente nos empreendimentos liderados por empreendedores localizados na pesquisa com a população adulta. Isso nasce da compreensão de que a introdução no mercado de bens e serviços novos pode provocar mudanças substanciais na estrutura econômica de uma localidade, região ou país, e de que o aparecimento de tais “novidades” decorre em larga medida da criação de novas empresas.

Uma medida de inovação mercadológica é derivada de um conjunto de questões mostrado a seguir:

- 1 - Esse produto ou serviço poderá ser considerado novo e desconhecido para aqueles que podem vir a ser os seus clientes?

- Por todos
 - Por alguns
 - Ninguém consideraria novo e desconhecido
- 2 - Neste momento, existem muitos, poucos ou nenhum outro concorrente oferecendo esses mesmos produtos ou serviços para aqueles que podem vir a ser os seus clientes?
- Muitos concorrentes
 - Poucos concorrentes
 - Nenhum concorrente
- 3 - As tecnologias ou os processos exigidos para esse tipo de produto ou serviço estavam disponíveis há menos de 1 ano, ou entre 1 e 5 anos, ou há mais de 5 anos?
- Menos de 1 ano
 - Entre 1 e 5 anos
 - Mais de 5 anos

O *Mínimo Potencial Inovativo*, ou seja, a ausência de qualquer aspecto relacionado à inovação em um empreendimento, apresenta-se quando o empreendedor indica que (a) nenhum de seus potenciais clientes consideram o seu produto ou serviço novo e desconhecido, (b) muitos **concorrentes** estão oferecendo os mesmos produtos e serviços e (c) as tecnologias e os processos utilizados no negócio estão disponíveis há mais de um ano.

O *Máximo Potencial Inovativo* é exatamente o oposto, ou seja, quando os consumidores consideram o produto/serviço³ desconhecido, o nível de competição é reduzido e as tecnologias e processos utilizados, novos.

Para aumentar o conhecimento sobre os empreendedores nacionais, em 2006, foram realizados cruzamentos que relacionam o perfil do empreendimento e o perfil do empreendedor, sempre mantendo o foco nos fatores relativos ao potencial inovativo dos empreendimentos (conhecimento do produto, concorrência e tecnologia). Assim, é possível, por exemplo, investigar as características dos negócios e dos empreendedores que atuam oferecendo ao mercado produtos/

³ Nas análises, a oferta de produtos abarca tanto mercadorias quanto serviços.

serviços novos e desconhecidos. Também é possível avaliar diferenças entre os empreendedores que atuam em ambiente de alta ou baixa concorrência.

Para o fator **Conhecimento dos Produtos** foram criadas duas categorias:

- Produto/serviço desconhecido
 - nesta categoria estão incluídos todos os empreendedores que responderam “Por todos” ou “Por alguns” à pergunta “Esse produto ou serviço poderá ser considerado novo e desconhecido para aqueles que podem vir a ser os seus clientes?”
- Produto/serviço conhecido
 - nesta categoria estão incluídos todos os empreendedores que responderam “Ninguém consideraria novo e desconhecido” à pergunta “Esse produto ou serviço poderá ser considerado novo e desconhecido para aqueles que podem vir a ser os seus clientes?”

Para o fator **Quantidade de Concorrentes** foram criadas duas categorias:

- Baixa Concorrência
 - nesta categoria estão incluídos todos os empreendedores que responderam “Poucos Concorrentes” ou “Nenhum Concorrente” à pergunta “Neste momento, existem muitos, poucos ou nenhum outro concorrente oferecendo esses mesmos produtos ou serviços para aqueles que podem vir a ser os seus clientes?”
- Alta Concorrência
 - nesta categoria estão incluídos todos os empreendedores que responderam “Muitos concorrentes” à pergunta “Esse produto ou serviço poderá ser considerado novo e desconhecido para aqueles que podem vir a ser os seus clientes?”

Para o fator **Idade das Tecnologias e Processos** foram criadas duas categorias:

- Tecnologia disponível há menos de um ano
 - nesta categoria estão incluídos todos os empreendedores que responderam “Menos de um ano” à pergunta “As tecnologias ou os processos exigidos para esse tipo de produto ou serviço estavam disponíveis há menos de um ano, ou entre um e cinco anos, ou há mais de cinco anos?”

- Tecnologia disponível há mais de um ano
 - nesta categoria estão incluídos todos os empreendedores que responderam “Entre 1 e 5 anos” ou “Mais de 5 anos” à pergunta “As tecnologias ou os processos exigidos para esse tipo de produto ou serviço estavam disponíveis há menos de 1 ano, ou entre 1 e 5 anos, ou há mais de 5 anos?”

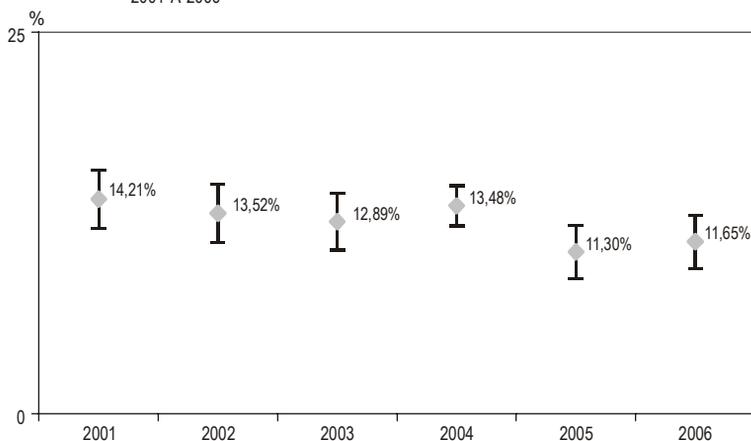
Cada um destes três fatores – conhecimento dos produtos, quantidade de concorrentes e idade das tecnologias e processos – foi relacionado com as seguintes variáveis:

- Taxa de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento (iniciais – nascentes e novos – e estabelecidos);
- Taxa de empreendedorismo segundo a motivação para empreender (oportunidade e necessidade);
- Perfil demográfico, econômico e social do empreendedor (gênero, escolaridade, renda familiar, idade);
- Características e expectativas em relação ao empreendimento (setor de atividade econômica, expectativa de criação de emprego, expectativa de exportação).

2 EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL

A Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) no Brasil em 2006 (11,7%) manteve-se praticamente inalterada em relação ao ano anterior, de 11,3%, quadro que, em linhas gerais, vem-se repetindo desde 2001 (figura 2.1).⁴ A partir da estabilidade da TEA, infere-se que a dinâmica brasileira de criação de negócios tem características estruturais, as quais correspondem aos aspectos macro da economia, da política e da cultura.

FIGURA 2.1 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) NO BRASIL - 2001 A 2006



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

Os 42 países participantes do ciclo 2006 da Pesquisa GEM reúnem 4,6 bilhões de pessoas, ou seja, pouco mais de 2/3 população mundial. Neles, a população com 18 a 64 anos totaliza 2,7 bilhões de pessoas.

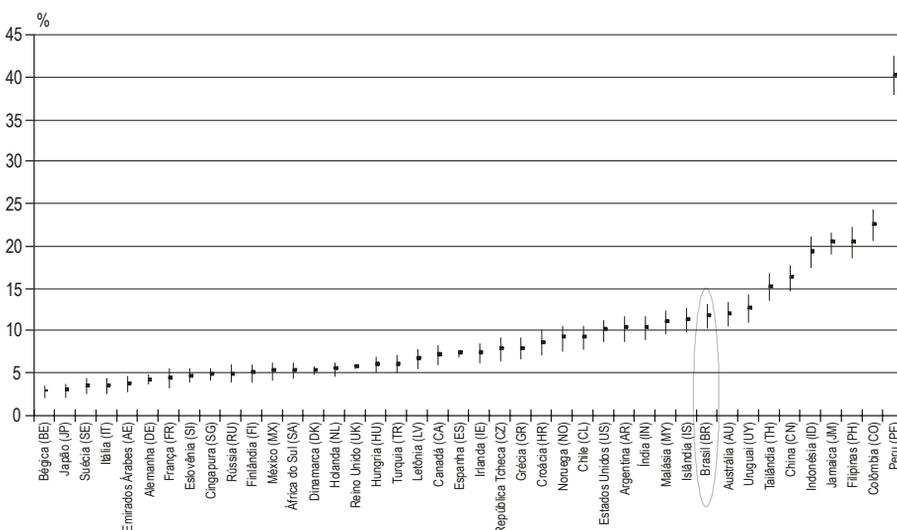
Aproximadamente 9,5% da população nessa faixa etária estava (2006) envolvida na criação ou à frente de alguma atividade empreendedora; dito de outra forma, a taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) entre os países participantes da pesquisa foi de 9,5%.

⁴ Graficamente, a não existência de diferenças significativas é percebida pela sobreposição das barras verticais alocadas junto aos pontos indicativos das taxas, uma vez que estas representam o intervalo de confiança das medidas (ao nível de 95%).

A TEA apresenta uma variação muito grande entre os países, indo de 40,2% no Peru, até 2,7% na Bélgica. O Brasil situa-se na 10ª posição no *ranking* com TEA de 11,7% (figura 2.2).

Apesar de manter números estáveis, o País perdeu posições no *ranking* dos participantes do GEM, passando da 7ª para a 10ª colocação entre 2005 e 2006. Com efeito, outros países – como Uruguai, Filipinas, Colômbia, todos emergentes e de economias menos complexas que a brasileira – entraram na pesquisa e obtiveram taxas superiores às brasileiras.

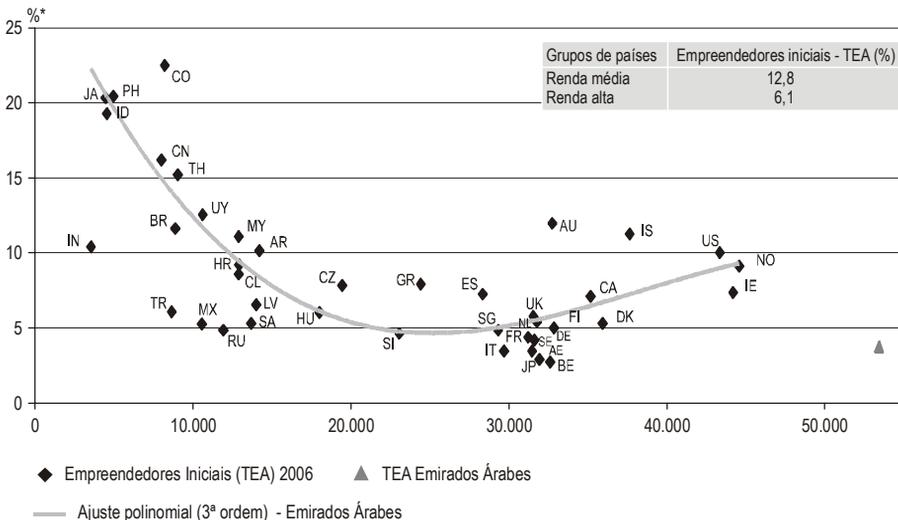
FIGURA 2.2 - EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA), POR PAÍSES - 2006



FONTE: GEM 2006 - Executive Report

A heterogeneidade verificada nas taxas dos países pode ser explicada em função de diversos fatores, tais como: perfil demográfico da população, valores culturais, características institucionais e do padrão de proteção social presentes nos países pesquisados, além do nível de desenvolvimento econômico registrado. Segundo a figura 2.3, a TEA tende a ser maior nos países de renda média e menor nos países de renda alta.

FIGURA 2.3 - CORRELAÇÃO TEA E RENDA NACIONAL DOS PAÍSES PARTICIPANTES (TENDÊNCIA PARABÓLICA AJUSTADA)-2006

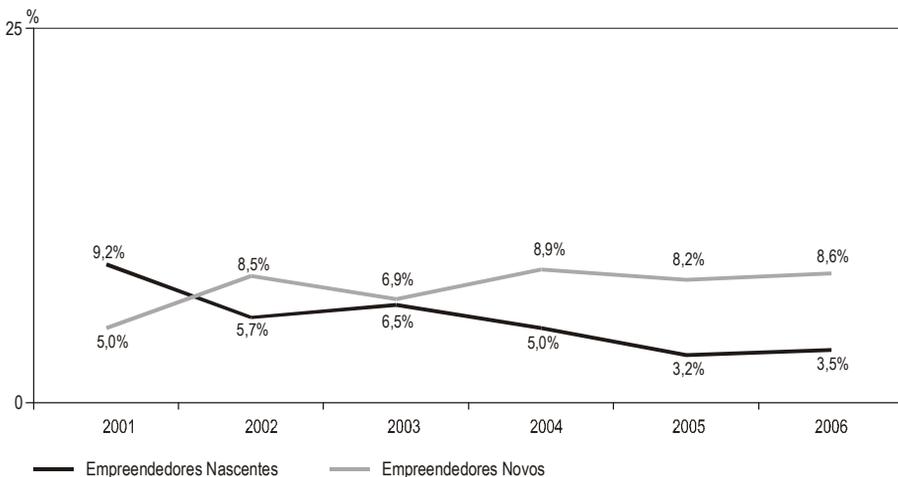


FONTE: GEM 2006 - Executive Report

*Porcentagem da população entre 18 e 64 anos

Com relação ao estágio do empreendimento também não foram registradas alterações significativas nas taxas de empreendedores nascentes e novos de um ano para o outro (figura 2.4).

FIGURA 2.4 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES NASCENTES E NOVOS NO BRASIL - 2001 A 2006



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

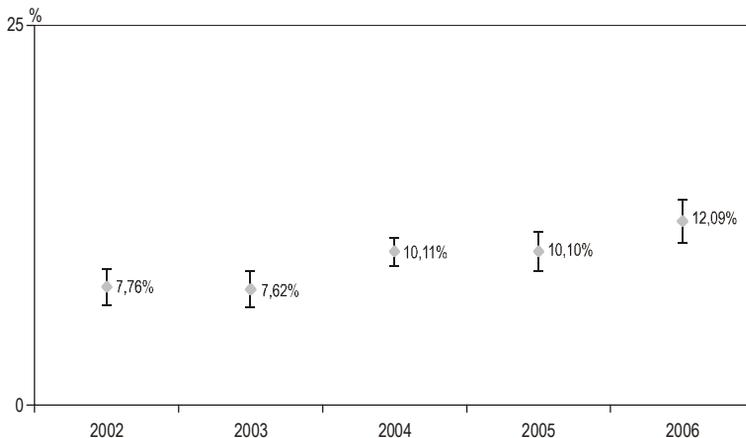
Considerando-se um período maior, as taxas de empreendedores novos estão estabilizadas desde 2002. Os empreendedores nascentes, por seu turno, registram um decréscimo expressivo nas taxas, quando se compara o período de 2005 e 2006 com o período anterior (2001-2004).

As taxas de empreendedores estabelecidos seguem processo distinto: mantêm-se em crescimento, passando de 10,1% em 2005 para 12,1% em 2006 (figura 2.5); quanto à posição no *ranking* dessa variável, o Brasil mantém a 5^a colocação (figura 2.6). Contata-se que, pela primeira vez, o País registra um número de empreendedores estabelecidos maior que o de empreendedores em estágio inicial (razão de 1,04) (figura 2.7).

Embora ainda não haja uma diferença estatisticamente significativa entre empreendedores iniciais e estabelecidos, esses números podem sugerir uma tendência de modificação estrutural do empreendedorismo brasileiro. Após anos de instabilidade econômica, seguidos por outros de tentativa de estabilização em meio a sucessivas crises globais, a economia brasileira entrou num período de relativo equilíbrio, com crescimento modesto, porém constante – 2007 será o 15^o ano seguido sem crescimento negativo do PIB - Produto Interno Bruto.

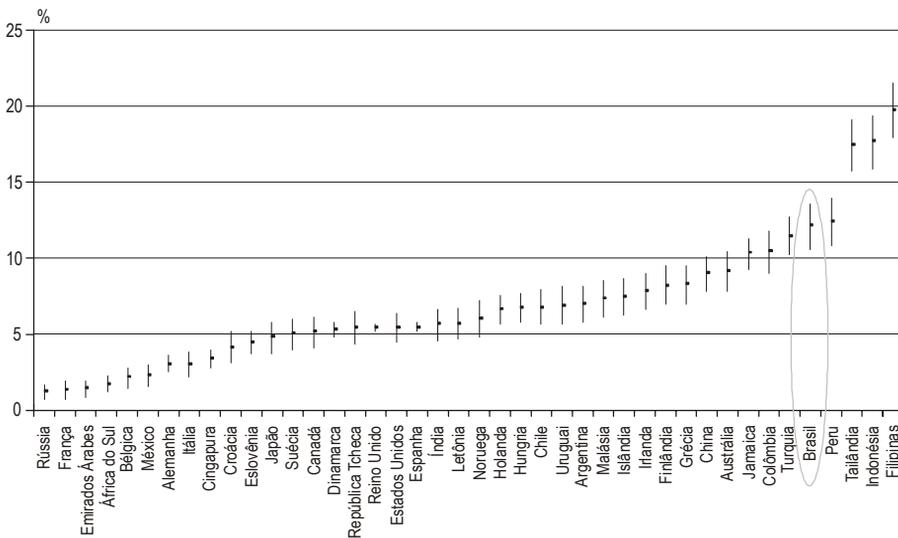
Sem incluir aqui juízo de valor, os dados evidenciam que se criaram condições para a fermentação de um ambiente mais propício à geração de negócios, trabalho e renda. Muitos dos brasileiros que seriam obrigados a empreender por necessidade têm encontrado emprego, e as empresas têm maiores chances de se consolidar. Em tal contexto, aumentaria a probabilidade de que empreendedores mais preparados e, mesmo, vocacionados se aventurassem no mundo dos negócios.

FIGURA 2.5 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS NO BRASIL - 2002 A 2006



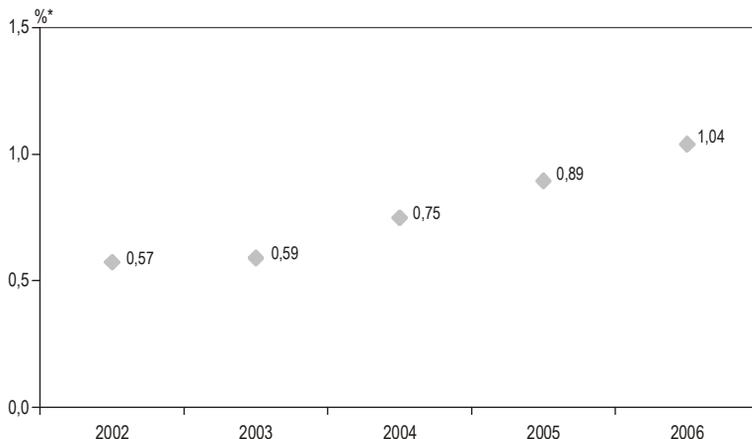
FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

FIGURA 2.6 - EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS POR PAÍSES - 2006



FONTE: GEM 2006 - Executive Report

FIGURA 2.7 - EVOLUÇÃO DA RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL - 2002 A 2006



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

*Porcentagem da população adulta entre 18 e 64 anos

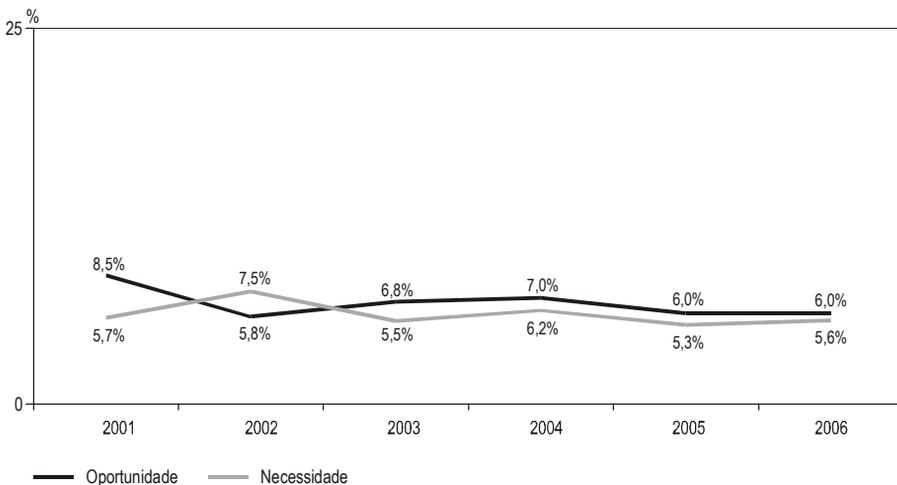
Os resultados para a motivação dos negócios vão ao encontro dessas conjecturas. Entre 2005 e 2006, não houve variações importantes nas taxas de empreendedores por oportunidade e por necessidade. A primeira manteve-se na casa dos 6%, porém no *ranking* o País foi da 15ª posição para a 20ª.

O empreendedorismo por necessidade não variou significativamente e passou de 5,3% para 5,6%. No *ranking* o Brasil passou de 4º colocado para 6º (figura 2.8). A princípio, é possível dizer que para cada indivíduo que empreende por oportunidade existe outro que o faz por necessidade.

Esses dados, quando comparados aos do período entre 2001 e 2004, também mostram uma estabilização dos números, com alguma redução da necessidade como orientação do empreendedor, provável reflexo da conjuntura anteriormente descrita.

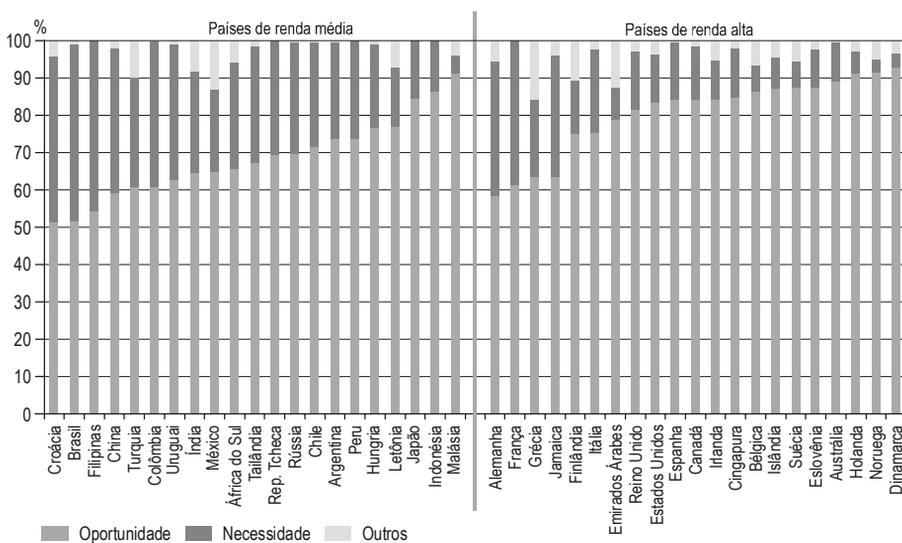
Em todos os países pesquisados, os empreendedores iniciais motivados por oportunidade são maioria. Entretanto, segundo os dados do GEM, a motivação para empreender é o fator que melhor distingue o empreendedorismo dos países de renda *per capita* média dos países de renda *per capita* alta. Isso porque, nestes últimos, a proporção dos empreendedores por oportunidade em relação aos empreendedores por necessidade é muito maior: em média 8,9, contra 3,3, do outro grupo (figura 2.9).

FIGURA 2.8 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES POR MOTIVAÇÃO NO BRASIL - 2001 A 2006



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

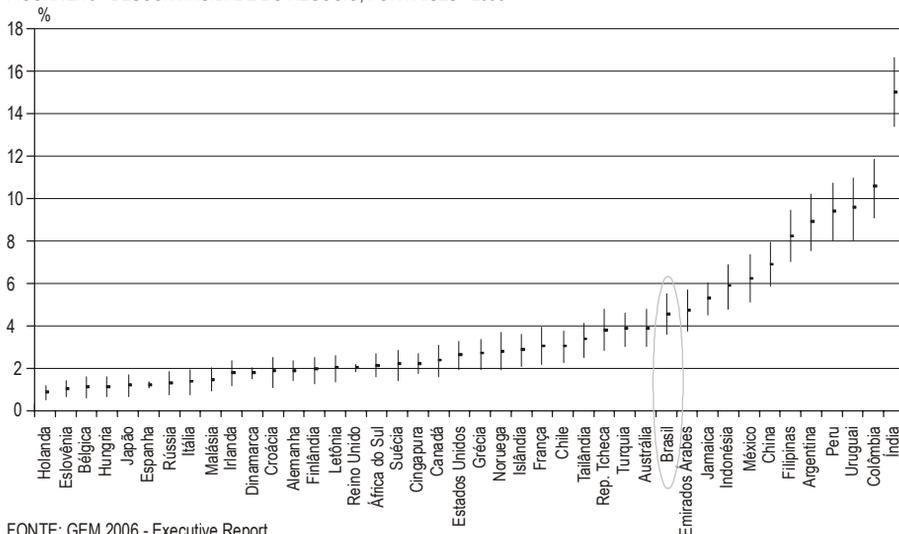
FIGURA 2.9 - EMPREENDEDORES INICIAIS SEGUNDO MOTIVAÇÃO POR PAÍSES - 2006



FONTE: GEM 2006 - Executive Report

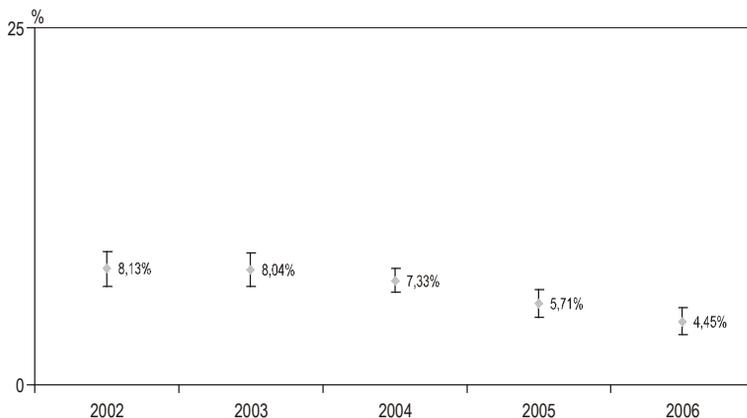
O GEM avalia, ainda, o comportamento de outra categoria essencial à compreensão do empreendedorismo: a descontinuidade dos negócios, com que se pergunta se os entrevistados encerraram, interromperam ou desistiram de algum negócio nos doze meses anteriores à entrevista. O resultado obtido constitui a Taxa de Descontinuidade ou abandono de um negócio. Em 2006, esta taxa ficou em 4,6% no Brasil, situando o País na 12ª posição neste *ranking* (figura 2.10). No período acumulado de 2002 a 2006 a taxa é 6,8% (figura 2.11).

FIGURA 2.10 - DESCONTINUIDADE DO NEGÓCIO, POR PAÍSES - 2006



FONTE: GEM 2006 - Executive Report

FIGURA 2.11 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE DESCONTINUIDADE NO BRASIL - 2002 A 2006



FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

Esses resultados reforçam as análises sobre o quadro atual do empreendedorismo no Brasil, na medida em que há uma redução gradual nas taxas de descontinuidade de negócios combinada com uma elevação nas taxas de empreendedores estabelecidos. Outra constatação: focando apenas o grupo de empreendedores iniciais a proporção dos que descontinuaram negócios é o dobro da taxa geral anteriormente cita, chegando a 9,3%, em 2006, e 13,3%, no período acumulado de 2002 a 2006. Esses números sugerem que vários indivíduos que empreendem o fazem em mais de um momento de sua história e o fato de não ter sido bem-sucedidos em um empreendimento não os impedem de tentar de novo. Em 2006 também foram levantados os motivos que levaram à descontinuidade dos negócios (tabela 2.1). Entre as alternativas apresentadas, destacam-se “razões financeiras”, com 22,8%, “razões pessoais”, com 23,2% e “falta de clientes” com 16,7%.

TABELA 2.1 - MOTIVO DA DESCONTINUIDADE DO NEGÓCIO NO BRASIL - 2006

MOTIVO	RESPONDENTES	EMPREENDEDORES INICIAIS		
		Oportunidade (%)	Necessidade (%)	Total (%)
Muita competição	14,4	28,6	0,0	14,3
Falta de clientes	16,7	0,0	14,3	7,1
Razões financeiras	22,8	28,6	14,3	21,4
Outro emprego	9,7	0,0	42,9	21,4
Razões pessoais	23,2	28,6	28,6	28,6
Outra	13,2	14,3	0,0	7,1

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2006

Entre os empreendedores por necessidade que já tiveram outros empreendimentos descontinuados, a razão principal da interrupção (43%) foi a obtenção de emprego, motivo que não é citado pelos empreendedores por oportunidade que também descontinuaram negócios (tabela 2.1). Isso confirma a hipótese de que há, na sociedade, indivíduos mais propensos a empreender. Além disso, as taxas de empreendedorismo por necessidade são sempre mais suscetíveis à conjuntura econômica e tendem a diminuir quando aumenta a oferta de emprego.

3 RESUMO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NOS PAÍSES GEM

Este capítulo tem a intenção de fornecer informações acerca das especificidades da dinâmica empreendedora dos países participantes do GEM em 2006. O conteúdo aqui apresentado consiste na tradução dos resumos elaborados pelas diversas equipes nacionais e são, portanto, da responsabilidade de seus autores.

ÁFRICA DO SUL

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 5,3% , em 2006, o que é ligeiramente melhor do que os 5,2% registrados em 2005. Destes, 55% são homens e 45% mulheres. O empreendedorismo baseado em oportunidade foi de 3,5%, mantendo a mesma razão entre os sexos, 55:45. Entretanto, entre o 1,5% da população considerada como empreendedores por necessidade, a proporção masculina aumentou para 60%. A população mais empreendedora está na faixa entre os 35 e 44 anos de idade (6,4%), seguida pelo grupo entre 25 e 34 (6,2%).

As condições que afetam o empreendedorismo

Do lado positivo, o empreendedorismo está se tornando o principal ponto de enfoque do governo: as condições econômicas estão estáveis e favoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo; as escolas estão começando a estimular a educação para o empreendedorismo; uma conscientização maior em relação ao tema está começando a desenvolver-se entre as gerações mais novas; o desemprego obriga as pessoas a serem mais empreendedoras; e há mais modelos para a sociedade na África do Sul.

Do lado negativo, o sistema de ensino não promove o empreendedorismo como carreira profissional; há falta de infra-estrutura e recursos disponíveis para se iniciar um negócio; a legislação é causa de grandes cargas administrativas e altos custos quando se abre uma empresa; as pessoas crescem num ambiente

em que o risco não é bem-vindo; a sociedade sul-africana é muito severa em relação ao fracasso empresarial; e falta capacitação para os empreendedores.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O governo reduziu algumas taxas tributárias e criou legislação que facilita a administração da regulamentação relacionada a impostos. Além disso, a Agência para o Desenvolvimento de Pequenas Empresas (SEDA) foi criada sob os termos da Lei Nacional de Emendas para Pequenas Empresas. Esta lei reuniu alguns órgãos de desenvolvimento para pequenas empresas num único órgão de apoio a elas. A incumbência da SEDA é projetar e implantar uma rede nacional padrão de disseminação que precisa aplicar a lei uniformemente em todo o país.

A cultura do empreendedorismo

Especialistas indicaram que há oportunidades suficientes para empreender na África do Sul e que os empreendedores são respeitados. Entretanto, também indicaram que a capacidade de resposta a essas oportunidades é fraca.

Atual política relativa ao empreendedorismo

O tema central do relatório do GEM, em 2006, é oferecer um arcabouço integrado, em nível macro, que possa ser usado para gerir e implantar as recomendações para políticas de maneira mais organizada e enfocada. O problema principal da África do Sul continua sendo disponibilidade e confiabilidade de informação. Assim, este macro-modelo integrado enfocará o papel da pesquisa e como ela pode ajudar a informar que políticas devem ser formuladas.

ALEMANHA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial total foi de 4,2%, em 2006 (menor do que os 5,4% do ano passado). Isso coloca a Alemanha muito atrás de todos os países comparavelmente industrializados como Estados Unidos, Austrália, Noruega,

Holanda e Finlândia. Depois de um aumento entre 2004 e 2005 a atividade teve uma nova queda, seguindo o padrão estabelecido desde 2000. Como nos anos anteriores, a participação absoluta e relativa da atividade empreendedora por necessidade foi alta. A taxa de empreendedorismo por necessidade foi de 1,5% (1,6%, em 2005), sendo que nenhum outro país industrializado apresentou um valor tão alto. A razão oportunidade/necessidade é de 1,6:1.

As condições que afetam o empreendedorismo

A população alemã expressa atitudes bastante negativas em duas variáveis importantes. A proporção de respondentes que perceberam oportunidades para empreendimentos nascentes permanece muito baixa, a 17,6%, e o “medo de fracassar” ainda é comum entre os alemães (quase 50%). Entretanto, a capacidade empreendedora foi avaliada muito mais positivamente do que nos anos anteriores.

De acordo com os especialistas, as políticas governamentais em relação ao empreendedorismo receberam as notas mais altas. Por outro lado, o papel desempenhado pelo empreendedorismo no ensino básico e universidades foi avaliado negativamente pelo mesmo grupo.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Em 2006, o apoio do governo federal aos empreendedores devido ao desemprego foi revisto. Agora, as pessoas desempregadas até 12 meses, no máximo, com direito a auxílio desemprego, podem solicitar apoio durante até 15 meses, desde que criem seu próprio negócio e que apresentem um plano de negócio certificado.

A cultura do empreendedorismo

A importância absoluta e relativa do empreendedorismo por necessidade ainda é crucial na Alemanha. O governo federal desenvolveu vários programas para reduzir a taxa de desemprego, inclusive o “Me Inc.” (empréstimo ponte) que dá apoio a empreendimentos nascentes criados por pessoas desempregadas. Esses programas inicialmente ajudaram a aumentar as atividades empreendedoras, mas, após modificações, a taxa caiu novamente.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Os formuladores de políticas ainda estão muito ativos e suas atividades são avaliadas positivamente. Devido ao fato de os empreendedores ocuparem uma posição de destaque na agenda política, a mídia ainda tenta melhorar a sua imagem – no que é parcialmente bem-sucedida.

ARGENTINA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 10,2% em 2006, revertendo uma tendência de declínio de 19,7% em 2003 para 9,9% em 2005. Também houve uma mudança substancial na natureza da atividade empreendedora nos últimos anos. Em 2006, aproximadamente 26% do empreendedorismo em estágio inicial era baseado em necessidade, comparada com mais de 50% em 2002. Este resultado é respaldado pelo desempenho da economia nacional, em que a influência dos mercados internacionais, novas oportunidades e melhores ambientes para negócios estão promovendo a criação de empreendimentos novos. Ainda que a atividade baseada em necessidade seja alta, comparada com outros países que tem um nível semelhante de atividade empreendedora em fase inicial como Estados Unidos, Canadá e Austrália, por exemplo, ela é relativamente baixa comparada com outros países da América Latina (por exemplo, o Brasil, com 50%). A atividade de investimento informal está crescendo lentamente (assim como o capital inicial e o capital de risco para empreendimentos em fase inicial), com 3,5% da população financiando empreendimentos novos comerciais nos últimos três anos. Entretanto, a taxa de participação das pessoas que investem e esperam ter lucros ainda é muito baixa. O acesso a financiamento para inovação ainda é extremamente escasso na Argentina. Os empreendedores argentinos apresentaram expectativas de aumento de empregos relativamente altas e percebem oportunidades no mercado de novos produtos, mas não acham que serão capazes de usar novas tecnologias.

As condições que afetam o empreendedorismo

Os especialistas vêem positivamente o desenvolvimento da atividade empreendedora futura no país, particularmente sob a perspectiva de um ecossistema em crescimento, que está começando a dar apoio a iniciativas empreendedoras, e uma indústria nascente de capital de risco, que pode fornecer o capital necessário para que empreendimentos novos cresçam. Ainda há grande preocupação sobre a capacidade de a população reconhecer a importância de promover-se energias empreendedoras locais para criar empregos e gerar riqueza para o país; a eficiência das políticas de governo e programas de apoio a atividades empreendedoras; o acesso a mercados de capital e tecnologias apropriadas e inovadoras; a promoção de uma cultura empreendedora nos níveis básicos e superiores do ensino; e a remoção de cargas burocráticas para empreendimentos novos.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Cada vez mais instituições, universidades, organizações de pesquisa e ONGs estão criando ambientes colaborativos para promover o empreendedorismo e derrubar as barreiras que empreendedores precisam enfrentar em países emergentes como a Argentina. Alguns governos locais estão começando a promover iniciativas conjuntas com o setor privado a fim de realizar esses objetivos. (Por exemplo, o governo municipal de Buenos Aires, e a BA Empreende fizeram uma iniciativa – uma nova lei para estimular capital de risco.)

A cultura do empreendedorismo

Em 2006, mais de 50% da população acreditava que haveria boas oportunidades para iniciar-se um novo negócio e, em geral, os argentinos acreditam ter a capacidade e os conhecimentos necessários para aproveitá-las. O medo de fracassar não os impede de iniciar um novo negócio. Aproximadamente 68% da população considera o empreendedorismo como uma escolha profissional desejável, e 68% dela respeita e valoriza empreendedores bem-sucedidos. Mais de 70% da população adulta acredita haver uma cobertura positiva do empreendedorismo pela mídia.

AUSTRÁLIA

Resultados principais

O ano de 2006 testemunhou um aumento nas taxas de participação de empreendimentos nascentes e novos e um declínio nas taxas de empreendimentos estabelecidas. A taxa de empreendedores em fase inicial aumentou de 10,9% para 12,0%. A participação de investidores informais permanece em torno de 3%, e 49,1% dessas pessoas não esperam ter nenhum retorno nos próximos dez anos. A razão mulheres-homens envolvidos na fase inicial dos empreendimentos aumentou de 17% para 70%. Essa flutuação nos níveis de participação de mulheres em empreendimentos confirmou-se atualmente como uma área crítica com necessidade urgente de pesquisa focalizada. Este ano, uma proporção maior de proprietários de empreendimentos em fase inicial está envolvida por razões de oportunidade e não de necessidade, e eles estão mais motivados pelo aumento de receita do que pelo desejo de autonomia. A maioria dos empreendimentos novos introduz produtos e serviços que não são muito diferentes de seus clientes e usam tecnologia antiga. As aspirações de crescimento aumentaram substancialmente entre as empresas administradas por seus proprietários, este ano, com um aumento no número de proprietários de negócios que estão exportando ou que têm intenções de exportar e um crescimento no número dos que esperam estar empregados nos próximos cinco anos.

As condições que afetam o empreendedorismo

A infra-estrutura comercial e física, as condições financeiras e as normas socioculturais foram os quatro fatores considerados os de maior impacto positivo na atividade empreendedora na Austrália. Por outro lado, os especialistas colocam as políticas e os programas governamentais, a transferência de P&D e a educação e o treinamento entre as condições estruturais mais negativas.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Não tem havido iniciativas recentes que afetem a direção ou priorização do empreendedorismo na Austrália.

A cultura do empreendedorismo

Em 2005, a cultura, os valores e normas sociais na Austrália, em geral, foram percebidos por especialistas como tendo um impacto negativo no empreendedorismo. Em contraste, o consenso entre eles é mais otimista. Entretanto, valores e normas sociais mudam vagarosamente entre a população, e sua visão expressa este ano pode ter sido influenciada por tendências, em relativamente pequena escala, de certas comunidades atípicas: a tendência positiva expressa pelos especialistas provavelmente demorará alguns anos para se refletir na população em geral.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A opinião dos especialistas sugere que agora é uma boa hora para políticas que visem melhorar e respaldar o espírito empreendedor. Desde 2000, o GEM Austrália vem argumentando que a batalha para criar-se uma cultura de empreendedorismo tipicamente australiana só será vencida por meio do sistema educacional, em todos os níveis. Como uma grande proporção de australianos está envolvida em negócios em estágio inicial (comparada com a maior parte de outros países desenvolvidos), mas a inovação neste envolvimento é relativamente pequena, todas as iniciativas educacionais deveriam focar particularmente o aumento da propensão dos australianos envolvidos em empreendimentos em estágio inicial para a inovação.

BÉLGICA

Resultados principais

O índice de atividade empreendedora em fase inicial caiu em mais de um ponto percentual, de 3,5%, em 2005, para 2,7%, em 2006. Isto coloca a Bélgica em último lugar na classificação mundial, logo atrás do Japão. A principal razão para essa queda foi declínio de mais de um ponto na taxa de participação de empreendimentos nascentes: o índice baixou dos 2,9% do ano de 2005 para 1,8%, em 2006. Esta dramática queda provavelmente refletirá no nível de atividade de empreendimentos novos na Bélgica, no futuro. A taxa de

participação de novos empreendimentos permaneceu estável, em 1,1% em 2006 (comparada a 1,2%, em 2005).

As condições que afetam o empreendedorismo

Os dados de 2006 indicam que o percentual total de empreendimentos nascentes inovadores, e empreendimentos novos em geral, aumentou de 1,0% para 1,3%. Além disso, o índice de emprego mostra que o percentual de empreendimentos nascentes, ou novos, que esperam gerar 19 ou mais empregos cinco anos após a abertura da firma cresceu de 0,2% para 0,3%. Assim, podemos esperar ver mais empreendimentos com alto potencial de crescimento no futuro. Os resultados do GEM demonstram que mais de 90% dos empreendedores belgas iniciam um novo negócio por razões baseadas em oportunidade. Enquanto 43% dos respondentes do ano anterior [2005] indicaram a existência de boas oportunidades em suas regiões, esse número caiu drasticamente para 15,4%, em 2006. Dada a importância das oportunidades de empreendimento para o crescimento do empreendedorismo, a queda na atividade empreendedora nascente pode ser devida à diminuição no número percebido de oportunidades de empreendimento.

Iniciativas recentes para encorajar a atividade empreendedora

O percentual de pessoas que indicaram que o medo de fracassar as impediria de iniciar um novo negócio diminuiu de 31,6% para 27,3%. Uma razão para essa queda pode ser a recente implantação de várias iniciativas governamentais que visam aumentar a conscientização e o reconhecimento em relação ao empreendedorismo.

A cultura do empreendedorismo

O percentual de pessoas que indicaram ter conhecimento, capacidade e experiência para iniciar um negócio caiu de 44,5% para 34,6%. Além do mais, apenas 27,7% das pessoas entrevistadas em 2006 disseram conhecer pessoalmente alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos, comparadas com os 36,6% de 2005.

Um resultado surpreendente da pesquisa desse ano é que 47% da população adulta consideraram que iniciar um novo negócio é uma escolha profissional desejável. Isto representa uma queda de 20% comparada aos resultados da pesquisa do ano anterior. Finalmente, o percentual de pessoas que indicaram ter conhecimento do sucesso de empreendimentos novos pela mídia também caiu: de 48,5% , em 2005, para 37,1%, em 2006. Esses resultados são surpreendentes, considerando-se o recente aumento da atenção da mídia na Bélgica e em cada uma das três regiões.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Uma importante iniciativa recente adotada pelo governo é o benefício fiscal concedido a pessoas que fazem empréstimos a empresas com menos de três anos de idade.

CANADÁ

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial teve uma queda de 12,4%, em 2005, para 10%, em 2006: um declínio de 19% de um ano para o outro. Isso significa que 1,5 milhão de adultos (entre 18-64 anos) estavam ativamente criando ou administrando um empreendimento por um período de até 42 meses, comparado com 1,9 milhão de adultos, em 2005. A redução na atividade empreendedora no Canadá é comparável à dos Estados Unidos, onde o empreendedorismo em fase inicial caiu de 12,4%, em 2005, para 10%, em 2006: uma redução de 21% de um ano para o outro. A maior parte da queda pode ser atribuída a um declínio no empreendedorismo nascente (de 6,6 %, em 2005, para 4,1%, em 2006); a taxa de prevalência de empreendedores em firmas jovens caiu um pouco menos (de 3,6% para 3,2%). Os resultados de 2006 também mostram mudanças na participação relativa de mulheres e homens. A atividade empreendedora inicial aumentou levemente entre as mulheres, de 5,5%, em 2005, para 6,0%, em 2006, ao passo que diminuiu significativamente entre os homens, de 13,1% para 8,3%, um declínio de 37% de um ano para o outro.

A redução da atividade empreendedora foi acompanhada por um declínio significativo em recursos financeiros de investidores informais: a proporção de investidores informais diminuiu significativamente de 4,2% em 2005 para 2,8% em 2006: uma redução de 33% de um ano para o outro. Isso marca uma reviravolta importante considerando-se o aumento de 55% do ano anterior e pode ser um fator limitador da atividade empreendedora. A taxa anual de fechamento de empreendimentos permaneceu a mesma, desde 2004, em 2%.

As condições que afetam o empreendedorismo

O Canadá ficou em primeiro lugar em relação à facilidade de criar-se uma empresa no relatório do Banco Mundial "Doing Business Report 2007". Um crescimento econômico muito forte no oeste do Canadá (particularmente em Alberta) significa que empreendimentos novos estão enfrentando problemas em termos de recrutamento e treinamento de empregados, o que restringe as suas perspectivas de crescimento e ameaça sua sobrevivência. Isso pode explicar o declínio em empreendedorismo fora do setor de petróleo/gás na região.

Iniciativas recentes para encorajar a atividade empreendedora

Em Québec, um programa chamado "O desafio do empreendedorismo jovem", estabelecido em 2004, está mobilizando todas as partes interessadas (educação, negócios e órgãos governamentais) no assunto, com resultados muito positivos.

A cultura do empreendedorismo

A cultura canadense dá muito apoio ao empreendedorismo, especialmente em Ontário e nas províncias do oeste.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Não houve novas políticas em nível federal no ano de 2006. Entretanto, muitas províncias têm programas de apoio ativo ao empreendedorismo, especialmente no setor de alta tecnologia.

CHILE

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial medida em 2006 foi de 9,2%. Isto representa uma queda de 11,2% no nível registrado em 2005. A razão principal foi a redução do nível de empreendedorismo por oportunidade, de 8,2% para 6,6%; o empreendedorismo por necessidade diminuiu apenas marginalmente, de 2,9% para 2,6%. O interessante foi que a taxa de empreendimentos estabelecidos apresentou um aumento notável de 3,8% em 2005 para 6,8% em 2006. Uma vez que este é apenas o segundo ano de uso deste indicador, ainda não conseguimos distinguir qualquer tendência, mas esse é um resultado que merece atenção cuidadosa.

As condições que afetam o empreendedorismo

De acordo com a opinião de especialistas, acesso à infra-estrutura física e à comercial e profissional continuam sendo duas das condições estruturais mais positivas para a atividade empreendedora. O Chile fez grandes investimentos para consolidar a infra-estrutura física nacional como uma forma de ganhar competitividade. Os especialistas também foram positivos quanto à existência de boas oportunidades para a atividade empreendedora. Entretanto, expressaram preocupação com o fato de existir uma falta generalizada de capacitação para aproveitar essas oportunidades. Isto pode explicar por que o público em geral não se mostra tão positivo em relação à disponibilidade de oportunidades; 59% dos entrevistados acreditam que há uma falta de boas oportunidades para iniciar-se um negócio nos próximos seis meses.

Como em 2005, os especialistas viram, uma vez mais, a transferência de pesquisa e desenvolvimento, educação e treinamento e acesso a recursos financeiros como as principais barreiras ao desenvolvimento de um ambiente mais empreendedor. Além disso, os especialistas também têm uma visão negativa a respeito da determinação do governo de promover um ambiente “facilitador do empreendedorismo”. Entretanto, iniciativas governamentais recentes sugerem que esta última crítica pode não ser um reflexo preciso da realidade.

Iniciativas recentes para encorajar a atividade empreendedora

Em 2006, o braço inovador do governo, o “Inova Chile”, mais do que dobrou os recursos de apoio a atividades empreendedoras inovadoras, de US\$ 4 milhões para quase US\$ 10 milhões. Além disso, o “Inova Chile” alocou aproximadamente US\$ 80 milhões para os próximos dez anos em fundos de capital de risco para pequenas e médias empresas. Para 2007, espera-se um aumento nesses esforços, devido aos novos recursos advindos de impostos sobre *royalties* pagos pelas companhias mineradoras, que serão dedicados especificamente a programas de apoio à inovação.

A cultura do empreendedorismo

Há uma atitude positiva crescente na sociedade chilena em relação a atividades empreendedoras. Aproximadamente 67% da população adulta acredita que iniciar um negócio é uma boa escolha profissional. Os especialistas também percebem o empreendedorismo como algo visto de maneira positiva pela sociedade. Entretanto, também é verdade que algumas normas culturais, como uma forte aversão ao fracasso, agem como barreiras à escolha do empreendedorismo. Como resultado, o objetivo que prevalece na população ativa no mercado de trabalho ainda é “encontrar um emprego estável” e o empreendedorismo não é a primeira escolha de carreira profissional para os melhores e mais inteligentes.

Atual política relativa ao empreendedorismo

O “Inova Chile” está fazendo grandes esforços para melhorar a qualidade e a quantidade de apoio governamental. A área onde há maior necessidade de ajuda é na criação de um forte fluxo de projetos inovadores bons, promovidos por empreendedores de peso. O apoio a treinamento para o empreendedorismo e a criação de conexões fortes entre as fontes de idéias inovadoras com empreendedores potenciais são duas áreas que requerem atenção imediata.

CHINA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 16,2%, em 2006 (um aumento em relação aos 13,7% relatados o ano passado). Desta atividade, 60% é baseada em oportunidade, enquanto 40% é resultado de necessidade; esses números são coerentes com os resultados dos anos anteriores. A proporção relativa entre empreendedores masculinos e femininos permanece inalterada, desde 2005, com 57% dos empreendedores do sexo masculino e 43% do feminino.

As condições que afetam o empreendedorismo

O ambiente institucional/regulador relacionado ao empreendedorismo está melhorando continuamente. Isto leva à constatação de que as condições mais positivas que afetam a atividade empreendedora são a abertura e mudanças no mercado, transferência de pesquisa e desenvolvimento e políticas governamentais. Já as mais negativas são educação e treinamento, apoio financeiro e infra-estrutura comercial.

Iniciativas recentes para encorajar a atividade empreendedora

Estimular a inovação é uma tarefa estratégica para o governo, tanto em nível nacional quanto local. Novas regulamentações visando dar apoio às PMEs, proporcionar novos recursos financeiros, estabelecer novas incubadoras, reformar os parques de ciências e criar novos programas são maneiras de estimular o empreendedorismo. Atualmente, alguns governos locais estão considerando medir o desempenho de novas políticas mediante a introdução de um sistema de indicadores.

A cultura do empreendedorismo

A cultura chinesa oferece grande apoio ao empreendedorismo. Quase 70% das pessoas acreditam que o empreendedorismo é uma boa escolha de carreira e há muito status associado aos empreendedores. Além disso, 77% das pessoas acreditam que a mídia promove o empreendedorismo de uma maneira positiva.

Apenas 23% dos chineses indicam o medo de fracassar como uma barreira à criação de um novo negócio, ao passo que 32% esperam montar um empreendimento nos próximos três anos.

Atual política relativa ao empreendedorismo

O envolvimento do governo com o empreendedorismo é realizado em dois níveis: local e central. Os governos locais estão predominantemente preocupados com a política financeira, programas governamentais e educação. A construção da infra-estrutura física e de ambientes comerciais melhores é o âmbito primordial de preocupação do Governo Central com relação à promoção do empreendedorismo.

COLÔMBIA

Resultados principais

Com 22% de atividade empreendedora em estágio inicial, a Colômbia ocupa o segundo lugar dentre os países do estudo do GEM desse ano, tanto mundialmente quanto na região latino-americana. Porque 2006 foi o primeiro ano em que a Colômbia participou do GEM, não é possível se delinear qualquer tendência a partir desse indicador. Enquanto a maior parte da atividade empreendedora (61%) foi baseada em oportunidade, uma minoria significativa (39%) ainda foi resultado de necessidade, um resultado comum entre as economias menos desenvolvidas participantes do estudo do GEM.

Assim como na maioria dos países do GEM, identificamos uma discrepância de gênero, sendo que 17% das mulheres colombianas e 27% dos homens estão envolvidos em atividades empreendedoras: assim, as mulheres representam apenas 38,6% dos empreendedores e os homens, 61,4%. Novos empreendimentos criados na Colômbia ainda são mais orientados aos mercados internos (78%) e têm um nível de inovação muito baixo. Apenas uma proporção muito pequena (4,7%) dos empreendimentos novos é criada para vender um novo produto ou novos serviços ou operam no setor de média e alta tecnologia.

As condições que afetam o empreendedorismo

Os especialistas consideram que, de maneira geral, o sistema educacional na Colômbia não estimula a cultura empreendedora. Uma lei aprovada recentemente obriga instituições educacionais a incluir matérias relacionadas ao empreendedorismo, nos vários níveis de ensino. Porém, os efeitos de uma única lei só começarão a aparecer mais ou menos daqui a seis ou oito anos. Apesar da preocupação anterior, os colombianos são muito otimistas em relação às possibilidades de iniciarem empreendimentos novos na Colômbia. Consideram que há muitas oportunidades e que têm a capacidade suficiente para aproveitar essas oportunidades para criarem novos negócios.

Iniciativas recentes para encorajar a atividade empreendedora

Há um número grande de instituições trabalhando para dar apoio ao empreendedorismo, mas um nível bem maior de coordenação entre elas ainda é necessário, assim como uma maior participação por parte dos empreendedores.

A cultura do empreendedorismo

Um alto percentual da população (88%) considera o empreendedorismo como uma escolha de carreira desejável e isto é coerente com a proporção da população (81%) que acredita que os meios de comunicação de massa apresentam uma visão positiva do empreendedorismo. Atualmente, ser um empreendedor também é considerado uma ocupação respeitável e 72% acreditam que empreendedores bem-sucedidos têm um status alto na sociedade.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Os especialistas colombianos concordam que um dos maiores obstáculos à criação de empreendimentos novos na Colômbia é a falta de fontes de financiamento, particularmente os quase não existentes recursos para capital de risco. Isso precisa tornar-se uma área a ser considerada pelos formuladores de políticas.

CROÁCIA

Resultados principais

A atividade empreendedora em estágio inicial aumentou para 8,6% entre a população adulta, em 2006 (dos 6,1%, do ano anterior). O equilíbrio entre empreendedorismo baseado em oportunidade e necessidade também mudou esse ano, sendo que a proporção de empreendedorismo baseado em oportunidade dominou, com 54% (comparado com 49%, em 2005).

As condições que afetam o empreendedorismo

Em 2006, acesso à infra-estrutura física e rápidas mudanças no mercado foram mais uma vez confirmados como as condições mais positivas que afetaram a atividade empreendedora na Croácia. Por outro lado, outras condições estruturais foram avaliadas negativamente. Como nos anos anteriores, as condições mais negativas continuam sendo as políticas governamentais, transferência de P&D, educação primária e secundária e a existência de grandes barreiras à abertura de mercado.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O governo continuou com as suas iniciativas de apoio ao desenvolvimento de zonas de empreendimento, empresas incubadoras e arranjos produtivos regionais (*clusters*) em todo o país. Novas iniciativas estão enfocando negócios orientados à exportação e implantando inovações em PMEs.

A cultura do empreendedorismo

Apesar de prometer mudanças no nível da atividade empreendedora e mudanças positivas na qualidade das condições que afetam a atividade empreendedora, a atitude em relação ao empreendedorismo é ainda, de forma geral, negativa (e está entre as piores dos países do GEM em 2006). A falta de educação para o empreendedorismo em escolas primárias e secundárias está ligada a esse nível tão baixo de reconhecimento dos valores do empreendedorismo pela sociedade.

Atual política relativa ao empreendedorismo

As pesquisas anuais do GEM sobre a atividade empreendedora na Croácia, desde 2002, levaram a uma conscientização política e pública a respeito da importância da capacidade empreendedora de indivíduos e instituições. Nada menos do que oito (em 55) recomendações apresentadas pelo governo da Croácia e recomendações públicas, apresentadas pelo Conselho Nacional de Competitividade, resultaram do estudo do GEM de 2004. Este ano, o governo croata aprovou uma estrutura estratégica de desenvolvimento para 2006-2013, que inclui um capítulo sobre o clima empreendedorístico e faz referência à pesquisa do GEM na Croácia. Também ressalta vários objetivos a serem alcançados, o que confirma o empreendedorismo como a atividade principal sobre a qual repousam a dinâmica e a integridade social: aumentar a atividade empreendedora inicial em pelo menos 25% acima da média mundial do GEM até 2013; promover o desenvolvimento do empreendedorismo como o instrumento principal do desenvolvimento regional; desenvolver o aprendizado do empreendedorismo ao longo da vida e avaliar todas as políticas governamentais sob o ponto de vista de como afetam o empreendedorismo.

Entre as recomendações para políticas apresentadas pela equipe do GEM, as mais importantes enfocam a eliminação imediata de obstáculos administrativos, introdução da educação para o empreendedorismo como matéria obrigatória em todos os níveis de ensino, intensificação da transferência de P&D para o setor de PMEs, mediante a criação de um fundo especial de capital de risco, e o uso de métodos abertos de coordenação como instrumento para superar-se a questão de políticas de governo inconsistentes e programas governamentais fragmentados.

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 3,7% (próxima à mais baixa de todos os países participantes). Os EAU também têm o segundo índice mais baixo de proprietários de empreendimentos (4,8%) e de prevalência de empreendimentos nascentes (1,8%), assim como os menores índices de participação feminina em empreendimentos nascentes, jovens e estabelecidas.

Entretanto, entre os empreendedores, a expectativa de crescimento do número de empregos é grande, com a segunda proporção mais alta de empreendimentos nascentes, jovens e estabelecidas esperando empregar dez ou mais pessoas dentro de cinco anos. Empresas nascentes e jovens também ocupam um ótimo lugar em termos de inovação, com muitas ofertas de produtos novos para os seus clientes.

As condições que afetam o empreendedorismo

Num momento forte da economia que é receptiva a novidades e inovadora, as oportunidades para empreendimentos são abundantes. Além disso, legislação que aloca 5% das arrecadações governamentais para gastos em PMEs está criando e melhorando a atividade empreendedora na comunidade nacional. Entretanto, fatores culturais como medo de fracassar, associado à vergonha de “quebrar a cara” e a não tão clara percepção do papel das mulheres na comunidade de negócios são fatores inibidores do empreendedorismo. Esses fatores são reforçados pelo sistema de ensino que enfoca aversão ao risco e evitar erros. As políticas governamentais das últimas três décadas conduziram a uma cultura de dependência, eliminando a necessidade e o desejo de empreendedorismo.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Entre as iniciativas recentes que estão dando apoio a empreendedores estão: o “*The Mohammed Bin Rashid Establishment*”, que oferece programas de incentivos coordenados para empreendedores nascentes; o programa governamental dos 5% de arrecadação (mencionado acima); programas de apoio financeiro (“*Al Toomah*” e “*Intilaaqah*”) que auxiliam pequenas empresas e empreendimentos caseiros; informações sobre negócios e mercados fornecidas aos empreendedores nascentes pela Câmara de Comércio e Indústria de Abu Dahbi; e programas de capacitação.

A cultura do empreendedorismo

Os empreendedores são vistos de maneira muito favorável, sendo que gozam de grande prestígio e respeito; programas que fornecem títulos acadêmicos em empreendedorismo são muito valorizados. Entretanto, ainda existe falta de

confiança na capacidade empreendedora individual e permanece o medo de fracassar. Os empreendedores são predominantemente homens e a população feminina está começando agora a aparecer no cenário do empreendedorismo.

Atual política relativa ao empreendedorismo

As leis e regulamentações referentes a negócios não apóiam a atividade empreendedora; por exemplo, exigências financeiras e de documentação para se criar uma empresa são iguais, tanto para as PMEs como para uma empresa multinacional. A propriedade de empresas por estrangeiros é restrita pelo governo, que exige que licenças comerciais sejam compradas de cidadãos dos Emirados, o que lhes garante uma fonte de renda relativamente fácil, diminuindo assim sua necessidade/desejo de iniciar seus próprios empreendimentos.

ESLOVÊNIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial aumentou para 4,6%, em 2006, comparada aos 4,3% de 2005. Em sua grande maioria, a atividade empreendedora medida como quociente da razão oportunidade-necessidade está crescendo continuamente – aumentando de 5% em 2004, 7,8% em 2005 para 9,7% em 2006. A taxa de conversão de empreendimentos nascentes para empreendimentos novos também está melhorando: em 2004, eram necessários 2,7% de empreendimentos novos criados para conseguir-se um empreendimento novo sobrevivente, enquanto em 2006 são necessários apenas 1,7% de novos negócios para cada empreendimento sobrevivente. A má notícia, porém, é que os homens estão dominando cada vez mais a atividade, numa proporção de 3 homens para cada mulher (eram 2,5:1, em 2005).

As condições que afetam o empreendedorismo

Ainda não se chegou a um consenso nacional sobre a importância do empreendedorismo e o seu papel no crescimento econômico e prosperidade. O empreendedorismo ainda não é considerado como uma carreira viável entre

os jovens e pessoas com formação acadêmica, e a maioria dos empreendimentos novos está nos setores de baixa-tecnologia, para clientes locais. Do lado positivo, espera-se que um crescimento relativamente alto do PIB e a introdução do euro como moeda nacional, em janeiro de 2007, acelerem o índice de criação de empreendimentos novos.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Órgãos governamentais facilitadores de registro de novas empresas, uma nova lei criando um ambiente favorável ao empreendedorismo, assim como uma nova estratégia para introduzir o empreendedorismo em todos os níveis do sistema de ensino são algumas das mais recentes iniciativas para o fomento da atividade empreendedora na Eslovênia.

A cultura do empreendedorismo

Apesar de dois terços da população adulta concordarem que as pessoas que conseguem desenvolver com sucesso um novo negócio gozam de prestígio social, apenas pouco mais de metade desta população concorda que, na Eslovênia, iniciar um novo negócio é uma boa opção de carreira. Um alto nível de igualitarismo ainda está presente no país e oito entre dez adultos concordam que a maioria das pessoas prefere que todos tenham um padrão de vida semelhante. Quase metade dos adultos eslovenos (47,5%) acredita ter capacidade, conhecimentos e experiência necessários – mas, ao mesmo tempo, 32,9% dos adultos declararam que o medo de fracassar os impediria de iniciar um novo negócio.

Atual política relativa ao empreendedorismo

São necessárias medidas para melhorar a capacitação para o empreendedorismo, mudar as normas culturais e sociais e fazer do empreendedorismo uma opção desejável de carreira. A política macroeconômica e as reformas institucionais, juntamente com a eliminação das cargas tributárias e a simplificação do sistema tributário, devem contribuir para aumentar a participação em atividades empreendedoras. O governo deveria oferecer mais recursos para apoiar a transferência de tecnologia e cooperação entre as universidades e os setores industriais.

ESPAÑA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial, em 2006, foi de 7,3%. Destes, 3% são empreendedores nascentes e 4,3% proprietários/gerentes de empreendimentos com mais de 42 meses de idade. Estes números representam um aumento significativo (aproximadamente 35%) da atividade empreendedora registrada em 2005 e estão intimamente ligados ao interesse do governo em desenvolver o empreendedorismo, com enfoque na imigração.

Uma parte da atividade empreendedora (0,8%) se deve à atuação de imigrantes (um aumento de 0,2 ponto percentual comparado a 2005): isso constitui quase 11% de toda a atividade empreendedora inicial na Espanha e sugere que os imigrantes são mais empreendedores do que os espanhóis natos. Trata-se de um fenômeno interessante para um estudo mais profundo. A oportunidade é a motivação mais importante para tornar-se um empreendedor no país, sendo que 85% dos empreendedores em início de suas atividades o fazem por questões de oportunidade e apenas 15%, por necessidade.

As condições que afetam o empreendedorismo

As condições mais positivas afetando a atividade empreendedora na Espanha são as infra-estruturas física e comercial, ambas muito boas. Os especialistas também vêem alguns dos programas governamentais e políticas públicas direcionadas ao crescimento do empreendedorismo como algo positivo. Por outro lado, as condições mais negativas são: falhas na educação para o empreendedorismo (no sistema de ensino primário), no acesso a financiamento, alguns procedimentos burocráticos, normas culturais e sociais, abertura de mercado e transferência de pesquisa e desenvolvimento para o setor industrial.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

A iniciativa mais relevante e importante para o fomento da atividade empreendedora no país tem sido a recente implantação de um plano nacional que promove a atividade empreendedora. O Plano de Fomento Empresarial é uma política de médio prazo, que compreende várias medidas que visam

estimular a geração de empregos, educação e treinamento, inovação, financiamento, internacionalização, crescimento e todas as questões principais que auxiliam o desenvolvimento do empreendedorismo de forma geral. Ela também auxilia em termos de barreiras burocráticas e fornecimento de instalações para empresas nascentes e em crescimento.

A cultura do empreendedorismo

A cultura empreendedora na Espanha é menos desenvolvida do que seria desejável. Os jovens estão começando agora a ser encorajados a tornar-se empreendedores pelo governo, universidades e outras instituições, mas apenas o tempo dirá se esta mensagem está sendo realmente eficaz.

Atual política relativa ao empreendedorismo

O governo central está pondo ênfase no fomento ao empreendedorismo e medidas concretas, como o Plano de Fomento Empresarial, estão sendo implantadas a fim de estimular o espírito empreendedor. O governo também está considerando a implantação de diversos temas relacionados ao empreendedorismo no sistema de ensino primário. Os governos regionais autônomos estão trabalhando para melhorar o financiamento para empreendimentos e oferecer vários tipos de subsídios para potenciais empreendedores. Planos especiais têm sido projetados especialmente para mulheres, na maioria das regiões espanholas. Universidades e escolas de administração estão dando boas contribuições para o início de novos projetos de empreendimentos alinhados com todas essas políticas.

ESTADOS UNIDOS

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 10%, em 2006, uma soma de empreendedores nascentes, 7,5%, e novos, 3,3%. Isso representa uma queda nos 12,4% relatados em 2005. O índice "*Overall Business Owners (OBO)*", ou seja, a contagem de empreendimentos em fase inicial mais os empreendimentos

estabelecidos, está em 14,7%. Mais de 30% dos negócios em fase inicial planejam oferecer produtos novos para o cliente, comparadas com apenas 20% dos empreendimentos estabelecidos. Mais de 32% dos empreendimentos em fase inicial usarão tecnologia de ponta ou nova (1 a 5 anos) em seus negócios comparadas com 16% dos estabelecidos.

Empreendedores iniciais, nos Estados Unidos, acreditam que seus negócios têm grande potencial, sendo que 20,1% esperam criar mais do que dez empregos e gerar mais de 50% de crescimento em cinco anos, comparadas a apenas 7,5% dos proprietários de empreendimentos estabelecidos.

As condições que afetam o empreendedorismo

O investimento de capital de risco clássico nos Estados Unidos se nivelou a um valor anual de aproximadamente US\$ 22 a US\$ 24 bilhões, nos últimos três anos. Isto está bem longe do pico de 2000, de mais de US\$ 100 bilhões, no auge do “boom” da Internet; mas colocado no contexto de tendências de longo prazo, é um aumento cinco vezes maior do que o nível no início da década de 1990. Algumas tendências recentes interessantes: no segundo trimestre de 2006, investimentos em biotecnologia superaram investimentos em software como a categoria industrial na qual mais investimento de capital clássico foi realizado. Investimentos no setor dos sem fio nas telecomunicações atingiu um pico de quatro anos em 2005 e continuou forte em 2006. Primeiros investimentos em empresas relacionadas à Internet quase dobraram em 2005.

No lado negativo, o mercado de oferta pública inicial para empresas respaldadas com capital de risco ainda está baixo.

A cultura do empreendedorismo

Apoiada por uma economia em alta, a atividade empreendedora continua num nível alto. De agosto de 2003 a outubro de 2006, 6,8 milhões de novos empregos foram criados nos Estados Unidos – a maioria deles por pequenas empresas. Jovens americanos com boa formação acadêmica continuam a escolher o empreendedorismo como suas carreiras: 52% dos empreendedores em fase inicial nos EUA têm menos de 35 anos e 64% têm formação universitária, sendo que 52% deles têm um ou mais títulos (mestrado, doutorado).

Atual política relativa ao empreendedorismo

De modo geral, as políticas públicas relativas ao empreendedorismo são positivas. Provavelmente, a maior preocupação é o custo da saúde, com a sua crescente carga colocada nas empresas de todos os tamanhos, mas que afetam os empreendimentos nascentes e novos de maneira particularmente difícil.

FILIPINAS

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 20,4% em 2006, e as mulheres estão à frente (com 22,5%, comparada à participação masculina, 18,4%).

Os empreendedores em fase inicial geralmente têm entre 22 e 44 anos de idade, sendo que a maioria está trabalhando ou está empregada. A maioria (54%) relata que seus negócios são baseados em oportunidade, comparada a 46% que admitem ser obrigados a iniciar um negócio por necessidade. Ao mesmo tempo em que a taxa de atividade empreendedora em fase inicial é uma das maiores entre os países participantes, a maior parte dessas atividades é de pequena escala e abrangência e, geralmente, no setor de serviços a consumidores.

As condições que afetam o empreendedorismo

Apesar da baixa taxa de poupança, falta de capital e de recursos suficientes para empreendimentos nascentes, e a total ausência de “investidores-anjo”, a criação de microempresas está em alta. Remessas de dólares por parte de filipinos no exterior foram estimadas em US\$14 bilhões, em 2006, e os recursos disponíveis, por meio de instituições de microempréstimos e ONGs operando no país todo, abastecem a economia. Entretanto, clientes limitados, em mercados reduzidos e pontuais, significam que grande parte da atividade empreendedora não consegue suprir empregos e benefícios de receita à economia: há baixa expectativa de expansão do mercado e aumento do número de empregos. Uma grande parte dos produtos e serviços não é nova para os clientes, enquanto que mais da metade dos empreendimentos novos não usam tecnologia nova e têm

muitos concorrentes. Uma taxa relativamente alta de mortalidade de empresas resulta desse ambiente de negócios extremamente competitivo. Pouca transferência de P&D e uma fraca infra-estrutura em tecnologia, juntamente com o alto custo de aquisição de tecnologia, também são muito problemáticos.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Esforços governamentais feitos em 2006 (4 milhões de pesos filipinos ou aproximadamente US\$ 9 milhões) fornecem a pequenos empreendedores um acesso mais amplo e fácil a empréstimos comerciais mais baratos. Da mesma forma, recentemente, a educação para o empreendedorismo recebeu o reforço de que tanto precisava, por meio do CMO 17, criado pela Comissão de Ensino Superior para institucionalizar a educação para o empreendedorismo, melhorar o currículo, treinamento de professores e ampliar a implantação de programas de incubadoras no mundo acadêmico. Campanhas do setor privado e da mídia estão aumentando a conscientização em relação ao empreendedorismo.

A cultura do empreendedorismo

Os filipinos são positivos, otimistas e afeitos ao empreendedorismo. Mais de 80% dos respondentes atribuem respeito e prestígio social a empreendedores bem-sucedidos e acreditam que o empreendedorismo é uma escolha profissional desejável, enquanto 45,8% esperam iniciar seus próprios negócios dentro dos próximos três anos. Além disso, 72,8% acreditam ter capacidade e conhecimentos necessários para iniciar um negócio e 58,1% dos respondentes vêem boas oportunidades para a criação de empreendimentos.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A criação de um ambiente comercial que conduza ao empreendedorismo ocupa um lugar de destaque na agenda política das Filipinas. É dada prioridade ao fomento de investimentos privados em infra-estrutura e aos esforços do governo quanto à capacitação dos órgãos governamentais para a promoção da eficiência, transparência, não-discriminação e procedimentos justos no trato com as empresas em geral.

FINLÂNDIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial permaneceu estável em 2006, com uma taxa de 5%, enquanto a dos empreendimentos estabelecidos foi de 8,2%. A razão atividade empreendedora estabelecida e em fase inicial foi a segunda mais alta dos países do GEM nesse ano e indica que existem chances muito positivas de sobrevivência. A taxa de atividade empreendedora total na Finlândia é, atualmente, de 13%.

A grande maioria dos empreendedores em fase inicial está tentando aproveitar oportunidades de negócios, mas o empreendedorismo baseado em necessidade é mais comum na Finlândia do que nos outros países nórdicos. A atividade empreendedora inicial continua a ser uma atividade predominantemente masculina e as pessoas entre 35 e 44 anos de idade são as que estão envolvidas mais ativamente (seguidas pelo grupo entre 25 e 34 anos). O perfil etário geral apresenta uma faixa mais estreita do que o perfil geral mundial, o que resulta em níveis mais baixos de atividade tanto entre os grupos mais jovens como os de mais idade.

O nível educacional está positivamente associado à atividade empreendedora em fase inicial. Um quinze avos dos finlandeses em empreendimentos em fase inicial está no setor extrativista, um terço no setor de transformação e serviços comerciais e um quinto, em serviços de consumo. A atividade baseada em equipe, com vários proprietários, é algo comum.

As condições que afetam o empreendedorismo

Quase metade da população adulta considera as condições de mercado local favoráveis para empreendimentos nascentes. Metade da população adulta conhece alguém que iniciou um negócio recentemente. Paradoxalmente, a atividade empreendedora não é considerada como uma carreira desejável e as pessoas não acreditam ter a capacitação pessoal necessária para iniciar um negócio.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O governo continua a rever a sua “ajuda inicial” (um subsídio financeiro disponível para os empreendimentos nascentes). Entre as grandes melhorias

estão um sistema de dedução de impostos para serviços domésticos e outros. O valor tributável da transferência de propriedade (em caso de sucessão familiar num empreendimento) baixou para 40% do “valor de mercado” e medidas para diminuir a diferença na seguridade social entre trabalhadores assalariados e empreendedores foram introduzidas. A educação para o empreendedorismo está sendo integrada em todos os níveis de ensino.

A cultura do empreendedorismo

Maior conscientização a respeito ao empreendedorismo está se espalhando via mídia e formuladores de políticas, e muitas ações importantes estão promovendo atividades empreendedoras em fase inicial e as já estabelecidas. A burocracia associada ao empreendedorismo e a disponibilidade de serviços financeiros e de consultoria são vistas como bem organizadas. Empreendedores de sucesso são muito apreciados.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A política relativa ao empreendedorismo continua a todo vapor. As ações políticas são organizadas por meio de vários ministérios e iniciativas estruturais, estratégicas e operacionais estão sendo realizadas. Em 2006, o enfoque continuou sendo a promoção de empreendimentos nascentes, empreendedorismo feminino, empresas familiares e educação para o empreendedorismo. As tendências emergentes são: a promoção de grandes expectativas de crescimento, associadas a, por exemplo, empreendedores com títulos universitários e o desenvolvimento de modelos de negócio altamente inovadores. Os resultados do GEM e outros estudos nacionais sugerem que as políticas estão dando passos no caminho certo.

FRANÇA

Resultados principais

De acordo com o Instituto Francês de Estatística Nacional (INSEE), mais de 176.000 novas empresas foram criadas nos nove primeiros meses de 2006. Isso

representa um aumento de 3,4% acima do mesmo período, em 2005. Entretanto, de acordo com os dados do GEM, A atividade empreendedora inicial caiu no ano passado, de 5,4% para 4,4%. Quase toda essa diferença resultou de uma queda no nível de empreendedorismo nascente (de 4,7% para 3,8%). Ainda que esta mudança não seja estatisticamente significativa, os resultados são contraditórios e com toda certeza foram influenciados pelos métodos de medição utilizados. Enquanto as medidas dos dados do GEM (entre outras coisas) estão direcionadas a empreendimentos novos nascentes, as estatísticas oficiais medem o número de novas empresas, inclusive as que mudaram de gerência.

As condições que afetam o empreendedorismo

A introdução de um novo contrato de emprego (*Contrat Nouvelle Embauche*), que permite que os empregadores cortem empregos sem aviso a qualquer momento nos primeiros dois anos, teve como objetivo aumentar a flexibilidade do mercado de trabalho. Isso é aplicável apenas a empresas muito pequenas (menos de 20 empregados): entre setembro de 2005 e maio de 2006, quase um milhão de contratos CNE foram assinados. Entretanto, a tentativa do governo de estender o conceito a empresas maiores enfrentou oposição e foi derrubada pelos estudantes do país.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Nova legislação foi introduzida com o objetivo de manter-se a longevidade de empreendimentos novos e estabelecidos, e de melhorar as condições de transferência de empresas e apoio ao crescimento de PMEs. O governo também lançou uma campanha para estimular PMEs que pretendem exportar para que formem grupos: o objetivo é criar 1.000 grupos de PMEs exportadoras entre 2005 e 2007. A Câmara de Indústria e Comércio de Montpellier tem uma incubadora orientada ao comércio internacional que cria grupos de PMEs exportadoras utilizando um processo metódico que poderia servir de modelo para todo o país.

A cultura do empreendedorismo

Devido à forte intervenção do governo e o “Efeito da Função Pública”⁵, que tendem a atrair os melhores talentos, é difícil para a França garantir uma boa transição para o empreendedorismo. A criação de novas empresas tende a ser algo que as pessoas fazem para preencher lacunas, e não instintivamente.

Atual política relativa ao empreendedorismo

As políticas deveriam focar a melhoria da imagem dos empreendedores e desenvolver o empreendedorismo dentro do sistema de ensino. Algumas universidades francesas têm o que chamam de “Maison de l’entrepreneuriat” (Casa do empreendedorismo), que tem por objetivo aumentar a conscientização a respeito do empreendedorismo. Este modelo poderia ser expandido para as 22 regiões francesas.

GRÉCIA

Resultados principais

O nível de atividade empreendedora em fase inicial aumentou em 2006, sendo que 7,6% da população adulta relatou estar em processo de início, ou de haver iniciado um empreendimento recentemente. O empreendedorismo feminino também apresentou um crescimento considerável, sendo que 4,7% da população feminina estava em processo de início de um novo negócio (3,4% em 2005 e 2,9% em 2004). Uma mudança para uma faixa etária mais baixa ficou evidente nos resultados de 2006. Quase 39% dos empreendedores em fase inicial têm menos de 34 anos, em 2006, sendo que em 2005, eram 31%.

⁵ O termo “*Fonction Publique*” (Função pública) cobre uma faixa de atividades muito mais abrangente do que o termo inglês “*Civil Service*” (Serviço público). Inclui professores, pessoas do serviço social, empregados dos correios e empregados do serviço ferroviário francês. Porque o *status* de “funcionário” teoricamente garante segurança total no emprego, os “funcionários” são muitas vezes estereotipados como recipientes de privilégios injustos comparados aos empregados do setor privado.

As condições que afetam o empreendedorismo

Do lado positivo, os empreendedores em fase inicial continuam a relatar altas taxas de melhoria tecnológica, sendo que 35% deles afirmam que seus negócios usam ou usarão tecnologia de ponta (de menos de 1 ano). Entretanto, este resultado representa uma queda dos 47% relatados no ano anterior. Do lado negativo, a atividade empreendedora continua a focar predominantemente empreendimentos orientados a consumidores: quase 64% dos empreendimentos novos (70%, em 2004) estão relacionadas a essa área, mais especificamente empreendimentos em varejo, hotéis e restaurantes. Também como um aspecto negativo, o nível de empreendedorismo baseado na necessidade, que já tinha aumentado em 2006 para 20,7% (de 14,2%, em 2005), representa uma reviravolta na tendência estabelecida nos três anos anteriores.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O governo deu passos em direção à possibilidade de as câmaras de comércio oferecerem serviços diretos para empreendedores que iniciam um empreendimento novo. Também expandiu, de modo expressivo, as atividades relacionadas ao empreendedorismo nas universidades, com a introdução de cursos e o estabelecimento de conexões entre as comunidades de pesquisa e negócios.

A cultura do empreendedorismo

A atitude social dos gregos em relação à atividade empreendedora continua a ser extremamente ambivalente. Os empreendedores geralmente são admirados pela carreira autônoma e as receitas mais altas que conseguem. Ao mesmo tempo, no entanto, sua atividade é percebida como um jogo inócuo, isto é, uma atividade que se apropria ao invés de gerar uma parte significativa da riqueza nacional. As atitudes sociais gregas não parecem reconhecer o lado criativo do empreendedorismo: sua capacidade de criar novas riquezas.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Existe uma série de novas políticas implantadas que visam encorajar a criação de novos negócios. Entretanto, é necessário colocar maior ênfase no projeto de políticas que auxiliem os empreendedores a permanecer no negócio e combater

o medo de fracassar, uma vez que tal medo impede indivíduos competentes de tentar realizar atividades de alto risco.

HOLANDA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial envolveu 5,4% da população adulta, em 2006, (comparados aos 4,4%, em 2005): dentro da média da União Européia, em 2006, mas abaixo da média de todos os países participantes da OCDE. Uma alta taxa de sobrevivência dos empreendimentos existentes é típica da Holanda, sendo que apenas 0,9% dos empreendedores fecharam seus empreendimentos nos últimos doze meses. Destes, 30% citaram razões financeiras como a causa principal. Entre outros motivos mencionados estão razões pessoais (21%), ter encontrado outro emprego (5%) e muita concorrência (4%).

As condições que afetam o empreendedorismo

Na última década, a política econômica holandesa vem enfocando o aumento da concorrência e reduzindo as barreiras ao empreendedorismo. Isso resultou num ambiente de negócios melhor e atitudes mais positivas em relação ao empreendedorismo.

A Holanda tem um sistema relativamente generoso de seguridade social e um alto nível de "proteção ao emprego" para a sua força de trabalho. Além disso, a seguridade social para os empreendedores é mais baixa do que para os assalariados. Isto pode explicar, em parte, o nível relativamente baixo de empreendedorismo em fase inicial no país.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Várias novas iniciativas surgiram com o objetivo de estimular a inovação e o crescimento maior para as pequenas empresas. Por exemplo, o programa "*Technopartner*" foi desenvolvido, com vistas a estimular os empreendimentos nascentes no setor tecnológico; cursos adiantados foram especialmente projetados para as empresas que querem crescer. O governo também dedica-se a eliminar custos administrativos para pequenas empresas. Além disso, os

formuladores de políticas estão se empenhando para estimular os empreendedores a se tornarem ativos no mercado internacional e para isso desenvolveram um plano de ação específico.

O governo também visa promover o empreendedorismo nos setores semi-públicos, como a assistência médica, a fim de criar serviços mais eficazes e orientados aos consumidores. Outra questão importante para a política holandesa sobre o empreendedorismo é aumentar a participação das populações com componentes étnicos. Finalmente, a Holanda também quer estimular o empreendedorismo, mediante um aumento da atenção dispensada a ele nos programas de ensino nos próximos anos.

A cultura do empreendedorismo

A cultura holandesa é caracterizada por uma aversão moderada ao risco, o que não é uma condição particularmente promissora para o comportamento empreendedor. Parece que a população holandesa está se tornando cada vez mais positiva sobre sua capacitação para montar e administrar um empreendimento.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A política holandesa para o empreendedorismo visa aumentar o número de empreendedores e também melhorar a qualidade dos empreendimentos. Como parte de sua estratégia, o governo quer que a Holanda se coloque entre os cinco melhores países da União Européia, até 2010, em relação à atividade empreendedora em fase inicial.

HUNGRIA

Resultados principais

Com taxa de 6%, a atividade empreendedora inicial na Hungria está abaixo da média dos países do GEM e é a mais baixa entre todos os outros países do Leste Europeu Central (por exemplo, Croácia, República Tcheca, Letônia e Estônia), apesar de enquadrar-se na linha de tendência entre atividade empreendedora e

desenvolvimento econômico. O indicador mais alarmante é o registro de 1,9% de empreendimentos nascentes; o mais baixo entre todos os países do GEM este ano. Isto indica que menos de dois entre 100 húngaros adultos, com idade entre 18 e 64 anos, está envolvido no processo de iniciar um negócio.

As condições que afetam o empreendedorismo

Numa nota positiva, a razão empreendedorismo por oportunidade-necessidade mudou a favor de empreendimentos mais baseados em oportunidade: 77% dos empreendimentos novos húngaros são baseados na percepção do empreendedorismo como a melhor e não a única opção disponível. Entretanto, a situação macroeconômica da Hungria se tornou mais desfavorável. O déficit do governo central supera 10% do PIB. A classificação e posição da sua dívida externa nos índices "Doing Business" e "World Economic Forum Competitiveness" do Banco Mundial sofreram queda. Um programa governamental de reforma está a caminho; entretanto, os primeiros passos tomados neste plano são considerados por muitos como desfavoráveis às pequenas empresas.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

As ações recentes em termos de políticas governamentais tendem a impedir, ao invés de encorajar, o empreendedorismo. Entre os poucos passos positivos estão o apoio à inovação, de várias maneiras (tratamento tributário favorável e programas governamentais) e um plano para facilitar empreendimentos em fase inicial e a diminuição das cargas impostas pela regulamentação. O desenvolvimento recente da infra-estrutura, especialmente a construção de estradas em áreas mais remotas, parece estar afetando positivamente o empreendedorismo regional.

A cultura do empreendedorismo

A cultura empreendedora húngara parece ter diminuído, sendo que apenas 26% da população relata conhecer algum empreendedor, em comparação com a média de 41% dos países do GEM. Em 2006, meros 16% das pessoas pesquisadas vêem boas oportunidades de negócios e apenas 43% acreditam ter

a capacitação necessária para iniciar um negócio e só 23% da população considera que a mídia na Hungria dá atenção ao empreendedorismo. Isto é muito menos do que a média de 61% dos países do GEM.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Com o correr dos anos tem havido uma queda considerável no número de empreendimentos nascentes na Hungria, cuja taxa está criticamente baixa, atualmente. Nem o clima macroeconômico, nem o contexto da regulamentação estão num momento propenso à criação de novos negócios.

Apesar de as oportunidades de empréstimos para pequenas empresas terem melhorado, a prevalência de investidores informais caiu para 0,7%, um nível inaceitavelmente baixo, sob qualquer ponto de vista. Isto pode significar que há menos dinheiro disponível para empreendimentos nascentes, o que poderia aumentar o índice de fracasso entre os empreendimentos novos. O acesso a mais capital, especialmente para os empreendimentos nascentes, requer mais programas governamentais.

Grandes reformas macroeconômicas são necessárias para equilibrar o déficit do governo húngaro. Entretanto, o governo deveria contrabalançar mais os efeitos negativos, particularmente no caso do setor de pequenas empresas, e afrouxar as exigências de regulamentação, especialmente no caso de pequenos estabelecimentos.

ÍNDIA

Resultados principais

Um em cada dez indianos está envolvido em um tipo ou outro de atividade empreendedora, sendo que a incidência de empreendedorismo baseado em oportunidade (70%) é significativamente maior do que a baseada em necessidade.

A participação feminina na atividade empreendedora é apenas marginalmente inferior à masculina, sendo que para cada 1,3 empreendedores homens, há uma mulher empreendedora. A concorrência maior e as dificuldades financeiras

contribuem para o abandono da atividade empreendedora, que, em 15%, foi o nível mais alto de fechamento de empreendimentos entre todos os países do GEM, em 2006.

As condições que afetam o empreendedorismo

O crescimento da economia criou mais oportunidades para empreendimentos novos, enquanto o custo baixo e a facilidade de acesso à infra-estrutura de comunicação, juntamente com melhor acesso a financiamento de dívidas, vêm incrementando a atividade empreendedora.

As mulheres são vistas como participantes mais ativas no empreendedorismo, porque a sociedade as aceita neste papel mais facilmente hoje do que em outros tempos. Em geral, empreendedores são mais valorizados e respeitados hoje em dia. A busca por subsídios e licenças junto à máquina governamental continua sendo tão difícil quanto antes. Além do mais, uma infra-estrutura pobre e a forte presença de “grandes atores” dificultam o estabelecimento de novos negócios. Não existem mecanismos eficientes para a transferência de pesquisa e inovação dos laboratórios para o setor industrial e, de modo geral, o sistema educacional na Índia não é visto como um fator de estímulo à criatividade e inovação.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Os parques de ciência e tecnologia e serviços de incubadoras têm atraído atenção, talvez devido ao fato de oferecerem serviços de infra-estrutura confiáveis. As iniciativas de instituições nacionais de tecnologia são mencionadas com relação a isso, assim como vários programas do governo central, pelos seus convites a organismos privados para criarem parques industriais integrando vários setores industriais.

A cultura do empreendedorismo

Apesar de atualmente os empreendedores se projetarem mais positivamente, a mentalidade dos jovens dá mais valor a empregos em grandes empresas; a cultura continua a ser basicamente adversa ao risco. O sistema educacional não estimula a criatividade e a inovação. Exceto por aqueles matriculados em cursos de administração de empresas, alunos não recebem insumos que os preparem para gerir seus próprios negócios.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Não é dada nenhuma prioridade a novos empreendedores e as políticas para liberações e licenciamentos mais rápidos continuam, de modo geral, em fase de projeto, no papel.

INDONÉSIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 19,3%, sendo que 86% destas foram baseadas em oportunidade e apenas 14% resultaram de necessidade. A atividade empreendedora é de baixa inovação: aproximadamente 70% dos empreendimentos fornecem produtos ou serviços já conhecidos pelos clientes, mais de 60% aplicam tecnologias disponíveis há mais de cinco anos e 80% delas operam em mercados com muitos concorrentes. Mais de 80% dos empreendimentos novos são pequenos restaurantes ou barracas de rua, pequenas mercearias que vendem cartões pré-pagos para telefones celulares e pequenos serviços no setor de telecomunicações, agronegócios e estabelecimentos do setor de vestuário. Devido a sua natureza, eles atendem apenas a um mercado localizado.

Quase 76% dos novos negócios empregam menos de seis pessoas e 42% deles não planejam recrutar empregados nos próximos cinco anos. A maioria dos empreendedores (68%) é motivada por um aumento de receita e não por maior autonomia (18%).

As condições que afetam o empreendedorismo

O governo está estimulando o empreendedorismo por meio da iniciativa PROPENAS e lançou vários programas para aumentar o acesso a recursos produtivos, criar um clima que conduza a um ambiente de negócios mediante a formulação de negócios e coordenar e desenvolver o empreendedorismo e empresas competitivas. Entretanto, o acesso a financiamento, a demora para conseguir-se licenças e os custos de montar-se novos negócios são desincentivos à atividade empreendedora. Além disso, os especialistas duvidam

da eficiência das políticas e programas governamentais para promover e apoiar atividades empreendedoras e a estabilidade do contexto econômico e social.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Além do governo, algumas iniciativas do setor privado foram iniciadas, como por exemplo: “O empreendedor do ano” e “O jovem empreendedor do ano”, ambos pela Ernst and Young/Indonésia.

A cultura do empreendedorismo

A cultura empreendedora na Indonésia tem raízes profundas, e a maior parte da população adulta está interessada em começar um negócio, sendo que 40% pretendem fazer isso nos próximos três anos. Porém, muitos empreendedores potenciais são desencorajados pela burocracia. Em algumas regiões do país, tornar-se um funcionário do governo (ou setor privado) ainda é a forma preferida de emprego.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A política governamental apóia o empreendedorismo por meio do lançamento de programas de apoio financeiro (especialmente pelo Investimento Inicial Parcial), um programa de parceria com “pais adotivos” de negócios (no qual se pede às grandes empresas que “adotem” PMEs como parceiras de negócios mediante o estabelecimento de relacionamentos de terceirização) e programas de fortalecimento de arranjos produtivos regionais (*clusters*) a fim de aumentar a produtividade e a qualidade dos produtos. Mais cooperação e coordenação entre o governo e o setor privado são necessárias para acelerar-se a atividade empreendedora.

IRLANDA

Resultados principais

Apesar de ainda estar à frente, na Europa, em termos de atividade empreendedora em fase inicial, a Irlanda não conseguiu sustentar o nível

atingido em 2005 e os resultados de 2006 apresentam um nível de atividade empreendedora em fase inicial de 7,4% (semelhante ao resultado de 2004). Houve um aumento significativo no número de homens empreendedores iniciais em 2005, o que contribuiu, de maneira geral, para o aumento significativo da atividade empreendedora neste estágio, muito evidente na Irlanda, naquele ano. Esse aumento não foi sustentado em 2006 e o número de empreendedores iniciais homens, ainda que muito alto para os padrões europeus, recuou ao nível de 10,5%, que é semelhante ao número de 2004, e baixou em relação ao nível de 2005, de 14,2%. Esta é uma característica importante, uma vez que o aumento significativamente maior de homens na atividade empreendedora em 2006 (+35%) impulsionou o aumento geral experimentado nesse ano.

As condições que afetam o empreendedorismo

O crescimento contínuo da economia cria oportunidades para novos negócios. Características demográfica positivas, inclusive um forte crescimento na migração interna, estão fornecendo um “pool” de pessoas cujos perfis etários coincidem com os das pessoas mais ativas em empreendedorismo. O pequeno mercado interno e a necessidade de exportar, já num estágio inicial do desenvolvimento das empresas que querem crescer, são uma dificuldade perene. O investimento informal em novos negócios iniciados por terceiros nunca foi muito desenvolvido na Irlanda e teve uma queda ainda maior em 2006, para 1,7%.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O Fórum da Pequena Empresa foi estabelecido pelo Ministério dos Empreendimentos Comerciais e Emprego, com a finalidade de conhecer o ambiente atual para a administração de pequenas empresas na Irlanda e oferecer consultoria sobre a adequação e propriedade das respostas a políticas públicas. O relatório do Fórum foi publicado em maio de 2006 e o seu relatório *“Small Business is Big Business”* (Pequenas empresas são um grande negócio) pode ser baixado do site www.smallbusinessforum.ie.

A cultura do empreendedorismo

As normas culturais e sociais continuam a ser muito positivas e são reforçadas por matérias na mídia, que regularmente apresenta novos negócios bem-sucedidos.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Ao mesmo tempo em que reconhece que o estado proporciona uma ampla gama de medidas de apoio e iniciativas que estimulam o empreendedorismo, o recente relatório do Fórum da Pequena Empresa reconheceu que elas geralmente não são bem coordenadas e não chegam a formar uma política coerente. Recomenda-se que o governo adote formalmente uma política nacional sobre o empreendedorismo enfocando a otimização do número de empreendimentos nascentes e, particularmente, a maximização do número desses que aspiram e conseguem atingir alto crescimento.

Recomenda-se também que o leque de iniciativas existentes com o objetivo de estimular o empreendedorismo deve ser incorporado a políticas, a fim de se garantir uma abordagem coerente e coordenada. Esta recomendação reflete sentimentos expressos em relatórios anteriores do GEM.

ISLÂNDIA

Resultados principais

Em 2006, 11% da população participou de atividade empreendedora em fase inicial, o que corresponde ao mesmo nível em 2005. Desses, 72% estão se preparando para iniciar um negócio e 34% iniciaram um negócio nos últimos 42 meses.

A prevalência de investidores informais na Islândia está entre as mais altas do mundo, onde 6% da população investiram em empreendimentos novos nos últimos três anos. O valor investido, por investidor, no entanto, está entre os menores do mundo.

O nível de atividade empresarial, tanto em termos de criação de empreendimentos novos quanto em investimentos informais, é consideravelmente mais alto do que nos outros países nórdicos. Isso é interessante, considerando-se que a Islândia está entre os países de renda mais alta, compartilha os valores culturais nórdicos e opera um sistema de bem-estar social abrangente.

As condições que afetam o empreendedorismo

A economia islandesa é atualmente caracterizada por alto crescimento, baixo índice de desemprego, altas taxas de juros e taxas de câmbio instáveis. Ao mesmo tempo em que isso cria oportunidades para o empreendedorismo, o custo da oportunidade para o empreendedor é relativamente alto.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Não tem havido grandes iniciativas para encorajar a atividade empreendedora na Islândia.

A cultura do empreendedorismo

Lá, as atitudes relativas ao empreendedorismo são positivas. O empreendedorismo é considerado uma escolha profissional desejável por mais da metade da população. O empreendedorismo bem-sucedido é visível na mídia e é valorizado, mesmo que a maioria dos islandeses prefira que todos tenham estilos de vida semelhantes.

Apesar de existirem organizações e iniciativas patrocinadas pelo governo para dar apoio aos empreendedores, não há política oficial para o empreendedorismo na Islândia. Tal política deveria ser criada e dar ênfase à inovação, ao financiamento e à educação para o empreendedorismo.

ITÁLIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial, em 2006, foi de 3,5% (de 4,9% em 2005). Isso significa que apenas um em cada 29 italianos adultos está envolvido na criação de um novo negócio. Esta queda nos níveis de empreendedorismo também foi notada em outros países de renda alta como os Estados Unidos, a Irlanda, a França, a Alemanha e a Bélgica. Assim, apesar de a Itália poder beneficiar-se de uma melhoria no ambiente subjacente a sua macroeconomia, o declínio parece ser um fenômeno mais generalizado.

As condições que afetam o empreendedorismo

Os fatores percebidos como os mais estimulantes à criação de novos negócios dividem-se em duas categorias: cultural e serviços de infra-estrutura. De modo geral, os especialistas acreditam que a Itália tem normas culturais e sociais que apóiam a criação de novas atividades empreendedoras. Também consideraram positivos fatores como a oferta de serviços comerciais e profissionais (inclusive serviços jurídicos e de contabilidade) e serviços essenciais como o acesso à comunicação e à Internet.

Os fatores considerados como tendo impacto negativo na atividade empreendedora são a pesada carga tributária imposta às empresas, burocracia (por exemplo, a complexidade e o tempo despendido para obter-se autorizações e licenças), a falta de transferência de tecnologia (por exemplo, as dificuldades de engenheiros e cientistas para comercializar suas idéias) e educação inadequada para o empreendedorismo. Este último é particularmente sentido na escola primária e secundária, onde muito pouca atenção é dada aos princípios do mercado e aos tópicos relativos ao empreendedorismo e a criação de empresas.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Apesar do apoio financeiro não aparecer entre os fatores que desestimulam muito ou impedem a criação de empreendimentos novos na Itália, a maioria dos programas governamentais parece estar direcionada para melhorar isso. Os programas geridos em nível local geralmente proporcionam empréstimos, ou outras formas de apoio financeiro, para novos empreendedores, algumas vezes complementados por consultoria e serviço de acompanhamento e apoio. Entretanto, tendem a não ser muito seletivos e estudos recentes mostram que elas não têm um impacto significativo no aumento de empregos ou "turnover".

A cultura do empreendedorismo

De forma geral, há apoio cultural forte a iniciativas empreendedoras na Itália. Entretanto, a maior parte dos indicadores relativos à cultura empreendedora caiu, em 2006, comparados com o ano anterior, o que assinala uma deterioração no apoio básico a empreendedores. Isto pode ajudar a explicar a queda no nível de empreendedorismo na Itália em geral. Por exemplo, apesar de

a cultura nacional apoiar iniciativa e autonomia pessoal, ao mesmo tempo não encoraja a tomada de risco em empreendimentos. Isso, por sua vez, pode ser devido à falta de educação adequada nos estágios mais iniciais.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Algumas políticas recentes, direcionadas a dar apoio à expansão de incubadoras e crescimento do setor de capital de risco estão enfocando mais os empreendimentos de alto crescimento; ou seja, os que têm mais probabilidade de resultar em maior "turnover" e oferta de empregos. Isto representa uma mudança em relação às políticas mais tradicionais, muitas das quais foram iniciadas na década de 1990, quando não eram seletivas e ofereciam apoio financeiro mais generalizado. Paralelamente, o governo está tentando estimular o desenvolvimento de capital de risco, mas não está sendo suficientemente seletivo: por exemplo, o Ministério do Desenvolvimento Econômico lançou uma iniciativa relacionada ao capital de risco em 2005, declarando que ela não enfoca um setor específico, mas que investirá em "projetos inovadores". A principal recomendação para as políticas é, então, que tenham um enfoque em intervenções mais bem direcionadas e com mais discernimento.

JAMAICA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial aumentou para 20,3% comparada aos 17% de 2005. Houve um aumento significativo nos setores de extração e transformação no país no último ano (11,4% e 15%, respectivamente, em 2006, comparados aos 6% e 9,7%, em 2005), assim como um declínio dramático na atividade empreendedora no setor de consumo (70% em 2006 comparados aos 81,2% em 2005) e uma queda marginal no setor de serviços comerciais (2,1% em 2006 e 3,2% em 2005). Essa tendência reflete mudanças no cenário macroeconômico e o superaquecimento dos subsectores econômicos turismo e construção civil.

As condições que afetam o empreendedorismo

Aumentos significativos no preço do petróleo cru no mercado mundial, a partir de 2005, afetaram consideravelmente o preço dos bens e serviços e,

conseqüentemente, os custos de criação e operação de novos negócios e dos já existentes. No entanto, a economia jamaicana demonstrou resiliência, registrando um crescimento econômico positivo real de 1,4%, em 2005. Os principais propulsores econômicos continuam a ser o turismo e a mineração de bauxita e alumínio, assim como o desenvolvimento de infra-estrutura, particularmente, grandes investimentos estrangeiros diretos em novos hotéis e a construção de novas estradas, custeadas pelo governo. A contínua falta de “investidores-anjo” e fundos de capital de risco limita severamente os prospectos para empreendimentos nascentes, que têm acesso limitado, ou mesmo nenhum, a financiamento para dívidas de alto custo.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Em outubro de 2006, o Primeiro Ministro da Jamaica (Portia Simpson Miller) lançou um programa de empréstimo para micro e pequenas empresas, de 1 bilhão de dólares jamaicanos (aproximadamente US\$ 15 milhões), utilizando recursos do Fundo Nacional de Seguros (NIF). Os recursos estarão disponíveis para empréstimo por meio de órgãos dos setores privado e público. Existem planos em andamento para o desenvolvimento de um programa de empréstimo de garantia mútua, que proporcionará maior acesso a financiamento para micro e pequenas empresas qualificadas. O governo jamaicano, por meio do Ministério do Comércio, Ciência e Tecnologia, já anunciou apoio ao desenvolvimento de um parque de pesquisa e inovação e um de biotecnologia em universidades como a *University of the West Indies (UWI)*, Mona e a *University of Technology*, Jamaica (UTech), respectivamente. Os dois parques devem facilitar a transferência de pesquisa e inovação com instituições e empresas de conhecimento locais e globais e estimular o estabelecimento e crescimento de empresas baseadas em ciência e tecnologia, na Jamaica e no Caribe.

A cultura do empreendedorismo

De modo geral, há um espírito empreendedor instintivo entre os jamaicanos e eles estão iniciando negócios, apesar do fato de terem poucas instituições de promoção do empreendedorismo ou mesmo de facilitação e estímulo.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Políticas governamentais (juntamente com órgãos de desenvolvimento do setor privado) continuam a fornecer incentivos projetados para aumentar a atividade empreendedora. A política governamental "Desenvolvimento de uma Cultura de Empreendedorismo" busca fornecer a estrutura e o apoio institucional necessários para o desenvolvimento da capacidade empreendedora entre os jovens e estimular a criação de empreendimentos novos inovadores a fim de obter crescimento econômico e maior produtividade.

LETÔNIA

Resultados principais

As taxas de empreendedorismo na Letônia permaneceram aproximadamente no mesmo nível de 2005, com um total de atividade empreendedora em fase inicial de 6,6% (4% de empreendimentos nascentes e 2,6% de empreendedores em fase inicial). Houve um leve aumento na prevalência de empreendimentos estabelecidos, de 5% a 5,4%. Entretanto, a distribuição regional do empreendedorismo mudou. A taxa de prevalência de empreendedores em fase inicial aumentou em aproximadamente 25% em Riga (capital) e em Latgale (na região menos desenvolvida), no entanto, diminuiu em outras regiões.

O percentual de empreendedores iniciais no setor de transformação aumentou de 25% para 34,3%, principalmente devido a atividades no setor de construção. Mais jovens estão se envolvendo. A taxa de empreendedores iniciais, na faixa abaixo de 34 anos de idade, teve aumento de aproximadamente 8,5% para mais de 10,5%.

A composição étnica também mudou consideravelmente. O percentual de empreendedores iniciais entre a população étnica da Letônia diminuiu, mas aumentou enormemente entre russos e outras nacionalidades.

As condições que afetam o empreendedorismo

A economia do país está atualmente passando por um período de rápido crescimento (o crescimento esperado do PIB para 2006 é de 11%), e

juntamente com baixo imposto de renda corporativo (15%), é visto como condição positiva para a promoção do empreendedorismo.

Consideram-se como condições negativas a complexidade de administração e o sistema de arrecadação dos impostos (comparado com outros países membros da União Européia, uma vez que o pagamento de impostos requer muitas transações e consome muito tempo), registro de imóveis e as relações empregador-empregado.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Recentemente tem havido mudanças nas leis que regem a concorrência e programas de apoio a empreendedores, visando à modernização da infraestrutura e ao desenvolvimento de empreendedorismo baseado em conhecimento.

A cultura do empreendedorismo

O apoio cultural ao empreendedorismo diminuiu um pouco em 2006, sendo que 65% de todos os respondentes (75% em 2005) consideram que os empreendedores na Letônia gozam de alto prestígio social e respeito.

Atual política relativa ao empreendedorismo

As recomendações relativas a políticas de fomento ao empreendedorismo incluem a simplificação dos procedimentos de pagamento de impostos e o enfoque em empreendedorismo baseado em conhecimento e inovação.

MALÁSIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial é de 11,7% (incluindo 5% de empreendedores nascentes e 6,7% de novos): isso é maior do que a média de todos os países participantes. Esta alta propensão ao empreendedorismo é fundamentalmente baseada em empreendedorismo decorrente de

oportunidade, sendo que 95% dos empreendedores malaios são motivados a explorar oportunidades e aumentar a receita pessoal.

As condições que afetam o empreendedorismo

Os malaios consideram o Empreendedorismo como uma escolha de carreira boa e desejável. Empreendedores bem-sucedidos são bem vistos e gozam de alto prestígio social e respeito na sociedade. Existem muitos prêmios para empreendedores e muita publicidade positiva na mídia a respeito de empreendedores e empreendedorismo na Malásia. “Investidores-anjo”, entretanto, não são muito ativos e a maior parte dos investimentos realizados é em negócios de parentes próximos, com uma expectativa de retorno em dois anos. Empreendedores em fase inicial relatam que o apoio financeiro é feito principalmente por intermédio de parentes próximos e em menor escala por instituições financeiras ou bancos e por meio de programas governamentais. A falta de educação para o empreendedorismo no ensino básico e em instituições terciárias e a falta de treinamento em empreendedorismo para empreendedores já estabelecidos e proprietários de empresas são vistas como limitação ao aumento da atividade empreendedora.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O governo federal estabeleceu o Conselho Nacional para o Desenvolvimento de Pequenas e Médias Empresas (PMEs), que define as estratégias amplas e supervisiona o desenvolvimento coordenado e abrangente das PMEs e empreendedores em todos os setores. Um banco para as PMEs também foi criado para fornecer financiamento e microcrédito para estimular empreendedores. Programas de organismos nacionais específicos foram implantados para desenvolver ainda mais o empreendedorismo baseado em oportunidade em TIC (tecnologias da informação e comunicação) e empreendedorismo e empreendimentos de alta tecnologia.

A cultura do empreendedorismo

Burocracia e difícil acesso a recursos e apoio financeiro são vistos como as principais razão para menos empreendimentos nascentes e fracasso de empresas. Atividades empreendedoras em fase inicial são principalmente

negócios motivados por oportunidade e esses empreendedores foram motivados por ganho de autonomia e aumento de receita pessoal.

As empreendedoras malaias são igualmente ativas e tão bem vistas quanto os homens, tanto em empreendimentos em fase inicial quanto em estabelecidos.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Os formuladores de políticas governamentais estão interessados em promover o empreendedorismo na Malásia como o propulsor econômico do crescimento nos próximos cinco anos. Assim, uma abordagem estratégica e sistêmica para criar, converter e diversificar companhias com um alto crescimento desejado em empreendedorismo de oportunidade foi implantada e programas de apoio foram introduzidos para possibilitar o crescimento de empreendimentos nascentes e negócios em alta tecnologia e agroindústrias com valor agregado.

Os especialistas indicaram que o apoio financeiro oferecido pelo governo e pelas instituições de financiamento é visto de modo favorável, com facilidades disponíveis para apoiar empreendedores. Entretanto, essas facilidades de financiamento não são bem divulgadas, e o processo burocrático é visto como um fator inibidor do acesso aos recursos financeiros necessários para os empreendedores.

MÉXICO

Resultados principais

Desde 2001, quando da sua primeira participação na pesquisa do GEM, a atividade empreendedora inicial no México vem caindo continuamente, de 18,7% para 5,3%, em 2006. O país agora aparece abaixo da média dos países do GEM nos principais indicadores de empreendedorismo.

As condições que afetam o empreendedorismo

O período entre 2001 e 2006 correspondeu ao primeiro mandato de um regime presidencial que foi o primeiro a emergir de um partido político diferente no México, em 72 anos. As expectativas em relação a essa mudança política foram

altas, mas eventos internacionais (como o ataque ao World Trade Center, em Nova York) resultaram em baixo crescimento do PIB nos primeiros cinco anos (nenhum em 2001).

Um dos países “vendedores de petróleo”, o México vem se beneficiando dos preços internacionais do petróleo, que ajudaram a recuperar a economia (4,7% de crescimento no primeiro semestre de 2006). Conseguiu-se estabilidade em alguns aspectos macroeconômicos. A inflação deveria ser de aproximadamente 3,5% em 2006; a variação da taxa de câmbio tem sido de 1%; o déficit público, este ano, deve ser zero. Entretanto, a criação de empregos formais tem sido menor que o crescimento da força de trabalho. Como resultado, a proporção de pessoas envolvidas em atividades informais ainda é de aproximadamente 30% de toda a mão-de-obra. As condições econômicas mexicanas simplesmente não são suficientes para gerar atividades produtivas com que novos empreendedores possam contar com uma atividade de longo prazo.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Os resultados para 2006 foram obtidos apesar dos esforços do governo para apoiar os novos empreendedores. Entre as iniciativas estão:

- Alocação de 52,5 milhões de pesos mexicanos (aproximadamente US\$ 4,8 milhões) para pequenas e médias empresas (PMEs);
- O Programa de Oferta Exportável, que ajudou 6.000 PMEs a exportar;
- Aumento de programas acadêmicos relacionados, como cursos de empreendedorismo em várias universidades públicas e privadas.

A cultura do empreendedorismo

De maneira geral, os mexicanos têm uma atitude positiva em relação a estar envolvidos em negócios e não desistem de iniciar um novo negócio devido ao medo de fracassar, apesar de que muitos se envolvem no empreendimento em meio período até estarem convencidos de que poderão sobreviver em tempo integral. Em geral, há uma tendência a não confiar em sócios e a preferência é ser o único proprietário de um empreendimento.

Atual política relativa ao empreendedorismo

No México não há uma política específica para o empreendedorismo, ela é apenas parte (apesar de ser uma parte importante) da política para PMEs. O apoio a empreendimentos estabelecidos e criação de empreendimentos novos, juntamente com financiamento, acesso ao mercado e o desenvolvimento de cadeias de produção, são as quatro principais estratégias da política para PMEs. O empreendedorismo é visto como uma das ferramentas mais importantes na implantação da estratégia. Algumas ações de apoio ao empreendedorismo incluem o desenvolvimento de manuais de orientação para os negócios, capital inicial, formação de empreendedores, transferência de tecnologia, consultoria e incubadoras de negócios.

NORUEGA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial caiu de ano para ano, de 11,9% da população adulta, em 2000, para 7%, em 2004 (8,8% em 201, 8,7% em 2002, 7,5% em 2003). Subiu para 9,3% em 2005, mas caiu novamente para 6,9%, em 2006. Uma explicação possível para a queda deste ano pode estar na eleição de um novo governo “*red-green*” em 2005, após o que, muitos empreendedores criaram negócios adaptados ao novo regime tributário. A Noruega, entretanto, continua sendo um dos países mais empreendedores da Europa.

As condições que afetam o empreendedorismo

Os dados dos especialistas em 2006 não indicaram que as condições para o empreendedorismo mudaram muito com o passar dos anos. Por outro lado, os dados da população adulta revelam que nos últimos anos:

- A tecnologia necessária tem-se tornado cada vez mais disponível;
- A motivação para o empreendedorismo mudou de foco e se baseia mais na oportunidade de abrir um negócio do que em sustentar as condições de vida atual;
- Entretanto, a necessidade de financiamento para iniciar um negócio aumentou.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Atualmente, uma das principais discussões no país é como garantir o suprimento de energia limpa no futuro. Tais esforços incluem energia solar, eólica, hidroelétricas de pequeno porte e, mais recentemente, usinas nucleares de tório. Os reatores de tório são muito mais seguros do que os reatores de urânio e a Noruega possui um dos maiores depósitos de tório do mundo.

A cultura do empreendedorismo

A prevalência de proprietários de empreendimentos é maior nas áreas rurais, na Noruega. Entretanto, respondentes das áreas rurais relataram que existem menos oportunidades de negócios do que os das áreas urbanas. Da mesma forma, aqueles respondentes se sentem menos confiantes em sua capacidade empreendedora. Um empreendimento nascente nas áreas rurais normalmente envolve menos pessoas e os negócios que eles iniciam quase sempre competem com negócios existentes, atendem a clientes vizinhos com produtos bem conhecidos e que são produzidos com tecnologia bem conhecida também.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Conquanto a taxa de empreendedorismo em fase inicial entre os homens noruegueses (todos os anos, de 2000 a 2005) tenha ficado acima da média do GEM, entre as mulheres, nos mesmo período, foi abaixo da média do GEM. Em 4%, a taxa de prevalência de “investidores-anjo” é acima da média dos países participantes, mas a média de valores investidos é mais baixa que a do GEM. Assim, os formuladores de políticas deveriam encorajar as mulheres a serem empreendedoras e criar incentivos fiscais para “investidores-anjo”. Para facilitar o empreendedorismo em áreas rurais, o governo deveria estimular o desenvolvimento de setores novos e potencialmente capazes de liderar no mercado mundial, por meio de pesquisa e desenvolvimento, assim como as promissoras usinas nucleares de tório.

PERU

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial em 2006 foi de 40,2%. Esta taxa (40,3%) é quase idêntica à medida em 2004 e é, uma vez mais, o nível mais alto medido entre os países participantes do GEM. Aproximadamente 74% da atividade empreendedora é motivada pela oportunidade e não pela necessidade. Como em 2004, a participação feminina (49% da atividade total) em atividades empreendedoras é virtualmente a mesma que a dos homens (51% do total).

As condições que afetam o empreendedorismo

Os peruanos são muito criativos e quando enfrentam adversidades, rapidamente se envolvem em qualquer atividade empreendedora para sobreviver; não podem esperar apoio do governo para ajudá-los a conseguir empregos ou qualquer tipo de pensão.

Apesar de a estabilidade legal e política não ser mais o problema principal, as políticas governamentais criam dificuldades administrativas e legais para constituir-se uma empresa e operá-la. Essas dificuldades levam à criação de uma economia informal com as desvantagens que ela traz para o crescimento e a consolidação de empreendimentos novos.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

A possibilidade de um Acordo de Comércio Livre com os Estados Unidos e outros países levou à promoção do empreendedorismo. Universidades, ONGs, empresas privadas, instituições financeiras, instituições públicas e a mídia vêm organizando uma série de fóruns, conferências, cursos e outras atividades para estimular empreendimentos nascentes.

A cultura do empreendedorismo

Recentemente, o setor de negócios começou a amadurecer e reconhecer que para ser competitivo é necessário valorizar os interesses da população, o consumidor e o governo, ao mesmo tempo em que a população está ficando mais

proativa e menos dependente do governo para resolver seus próprios problemas. Nos últimos anos uma nova geração de empreendedores surgiu. São pessoas comuns, que estão emergindo de quase todas as partes do país e, devido a seu sucesso, estão se tornando os novos ícones e modelos para toda a sociedade.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Pode-se dizer que uma grande parte da atividade empreendedora no Peru é desenvolvida, apesar da falta de uma política coerente e organizada. É necessário simplificar os procedimentos relacionados à obtenção de licenças e autorizações para criar-se novas empresas. Os especialistas peruanos sugerem a criação de uma "janela única" e um período de tempo determinado de isenção de impostos, permitindo assim que haja reinvestimento e crescimento das empresas. Também são necessárias mudanças no sistema de ensino, que precisa promover a cultura empreendedora, fomentando iniciativa e criatividade. Este novo sistema deverá permitir a aplicação de conhecimento à criação de empreendimentos novos.

Também é necessário promover o desenvolvimento de capital de risco formal, que forneceria os recursos necessários para iniciar-se empreendimentos novos. Atualmente, o financiamento vem de fontes informais, bastante limitadas e pequenas.

REINO UNIDO

Resultados principais

Em 2006, a taxa de empreendedorismo em fase inicial foi de 5,8%: uma queda pequena (e não estatisticamente significativa) dos 6,2% relatados em 2005. Entretanto, a redução é menor do que a dos EUA (de 12,4% para 10%), Alemanha (de 5,4% para 4,2%) e França (de 5,4% para 4,4%). A atividade empreendedora inicial entre os homens baixou, levemente, para 7,9% (de 8,2%), enquanto a das mulheres permaneceu mais ou menos constante, em 3,6%. Aproximadamente 5,4% da população adulta é proprietária ou gerente de um empreendimento estabelecido (com mais de 42 meses), o que leva o nível total de proprietários de empreendimentos para 10,9%, comparado aos 14,7% dos

EUA. De toda a atividade em fase inicial, 23% está em áreas do mercado de novos produtos e 7,8% de todos os empreendedores em fase inicial têm de 75 a 100% de seus mercados fora do país. Em áreas de novas tecnologias estão 10,2% da atividade em fase inicial e 9,6% de empreendimentos estabelecidos.

As condições que afetam o empreendedorismo

O desempenho macroeconômico do Reino Unido permaneceu forte, com previsões de crescimento do PIB em 2,6% e aumento da participação atual do mercado de trabalho em 74%. As pressões inflacionárias levaram ao aumento das taxas de juros, que podem ter um impacto na propensão de os empreendedores tomarem empréstimos para financiar empreendimentos nascentes.

O aumento no preço das anuidades das universidades colocou pressões adicionais no Índice de Preços de Varejo que, de acordo com algumas pesquisas, levará três anos para resolver-se, o que pode ter um impacto negativo na confiança das famílias, dos alunos e formados, que poderão ter de incorrer em dívidas adicionais. Apesar de essas mudanças terem ocorrido após o término da pesquisa com a população adulta, em 2006, a expectativa pode ter tido um efeito redutor na atividade empreendedora inicial total.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

O nível mais baixo de atividade empreendedora em áreas mais carentes está sendo abordado por meio da iniciativa de crescimento empresarial local (LEGI). Quanto à educação para o empreendedorismo, recursos financeiros estão dando apoio ao ensino para jovens entre 14 e 16 anos de idade. Dois novos Fundos de Capital Empresarial (capital misto público e privado) foram lançados para financiar crescimento, sendo que um deles enfoca investimentos em tecnologia limpa.

A cultura do empreendedorismo

Os fatores relativos à atitude que impulsiona a atividade empreendedora inicial no Reino Unido continuam a ser positivos, apesar de alguns indicadores terem baixado um pouco, em 2005. Entre os adultos do Reino Unido, 7,8% esperam iniciar um negócio nos próximos três anos, 27,2% conhecem um empreendedor,

36,8% vêem boas oportunidades de negócio e 49,6% pensam ter a capacitação necessária para iniciar um negócio. O medo de fracassar permanece alto, em 35,8% da população.

Atual política relativa ao empreendedorismo

As políticas atuais continuam a ver o empreendedorismo como um dos maiores propulsores da melhoria da produtividade no Reino Unido. Atualmente, está havendo uma ênfase maior na redução do número de programas de apoio aos negócios, de 3.000 para 100. No interesse de explicar para os usuários potenciais que tipo de apoio está disponível, os “*Business Link Operators*” agora são responsabilidade de agências de desenvolvimento regional. Iniciativas nacionais específicas, como a “*Women’s Enterprise Task Force*”, garantem que as melhores práticas sejam compartilhadas entre áreas e grupos de interesse diversos.

REPÚBLICA TCHECA

Resultados principais

O nível total de atividade empreendedora em fase inicial de 7,9% coloca a República Tcheca na faixa mais alta entre os países europeus e bem à frente de outros países pós-comunistas, com exceção da Croácia. Aproximadamente três quartos da atividade empreendedora é de oportunidade e não baseada em necessidade e quase 40% dos empreendimentos novos têm uma expansão de mercado potencial pelo uso de nova tecnologia. Mais do dobro de homens está buscando carreiras no empreendedorismo do que as mulheres.

As condições que afetam o empreendedorismo

A maioria das pessoas inicia um negócio porque percebe boas oportunidades no mercado e, como todas as oportunidades do mercado ainda não foram tomadas na República Tcheca, ainda há espaço para crescimento. Particularmente, a indústria automotiva, TIC e a indústria aeroespacial estão se desenvolvendo muito rapidamente hoje em dia. A pesquisa do GEM mostra o entusiasmo do povo tcheco em relação à atividade empreendedora, na qual quase 13% de respondentes estarão envolvidos nos próximos três anos. A falta de capital

inicial e procedimentos administrativos complicados são vistos como condições negativas que afetam o empreendedorismo.

Iniciativas recentes para encorajar a atividade empreendedora

Iniciativas recentes para estimular empreendedores enfocam principalmente empreendimentos estabelecidos. Entretanto, novas regulamentações governamentais incluem a introdução de pontos de registro central que poderiam reduzir as dificuldades administrativas de empreendimentos nascentes. Algumas das iniciativas para estimular o empreendedorismo são regionais, como os centros de incubação de empreendimentos ligados a universidades técnicas em Plzen, Praga, Brno e Liberec. Prêmios concedidos a empreendedores como o “Empreendedor do Ano” também são importantes para a promoção do empreendedorismo no país.

A cultura do empreendedorismo

O empreendedorismo é percebido por mais de 60% da população adulta como uma escolha de carreira muito boa, mas menos de 50% pensam que os esforços em empreendedorismo são valorizados pela sociedade e o medo de fracassar impediria mais de 30% de iniciar um negócio. Isso faz do empreendedorismo uma carreira atraente, mas arriscada em termos sociais, porque 66% dos respondentes afirmam que o povo tcheco prefere padrões de vida uniformes e apenas 47% acreditam que a sociedade atribui um status alto a empreendedores bem-sucedidos. Entretanto, 63% confirmam que a mídia está começando a apresentar tais empreendedores como modelos positivos e que o futuro está nas mãos da geração mais jovem, que é consideravelmente mais empreendedora do que a geração mais velha.

Atual política relativa ao empreendedorismo

O empreendedorismo recebe o apoio de programas gerais dedicados às PMEs. As políticas incluem programas como o PROGRES, que visa dar apoio a PMEs em crescimento dinâmico e há ofertas feitas pelo banco “*Czech-Moravian Guarantee and Development Bank*”. Este banco é uma parceria público-privada e oferece empréstimos para jovens empreendedores para que iniciem um empreendimento. Os especialistas vêem como problemas quando

empreendimentos nascentes começam rapidamente e precisam de financiamento, por exemplo, no seu processo de internacionalização. Quase não há capital inicial disponível para tais empreendimentos, e o mercado para “investidores-anjo” profissionais está apenas começando a emergir. Assim, uma recomendação seria o apoio dos “investidores-anjo”, ou mesmo um fundo de capital inicial em uma parceria público-privada.

RÚSSIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial, em 2006, foi de 11,7%. Isto equivale a mais de 10 milhões de pessoas. Aproximadamente 40% (quase 3,6 milhões de pessoas) delas são empreendedores nascentes, 60% (mais de 6,4 milhões de pessoas) eram novos, que haviam criado um novo negócio nos 42 meses anteriores à pesquisa. A taxa de prevalência de investidores informais é de 3,1% da população adulta.

As condições que afetam o empreendedorismo

As condições mais positivas que afetam a atividade empreendedora são: o crescimento geral da atividade econômica (a demanda interna, em particular); o sistema nacional de ensino, em todos os níveis; e o acesso a recursos e infraestrutura comercial e profissional (além de recursos financeiros).

As condições mais negativas que afetam a atividade empreendedora são: a ausência de uma política governamental de apoio à atividade empreendedora bem fundamentada e eficiente; apoio financeiro insuficiente tanto de fontes estatais como privadas; a política tributária existente; barreiras administrativas, inclusive as estabelecidas pelo Estado sob pressão de grandes empresas e uma falta generalizada de segurança jurídica.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Primeiro, há um apoio maior sob a forma de parques de ciências e incubadoras de negócios; até o final deste ano, o número total de incubadoras de negócios chegará a 50. Em segundo lugar, uma nova lei “Sobre o Desenvolvimento de Pequenas e Médias Empresas da Federação Russa” será promulgada este ano.

As principais idéias contidas na Lei serão a promoção de acesso indiscriminado a PMEs a crédito e infra-estrutura, especialmente a imóveis (o direito de comprar imóveis inicialmente alugados por meio de leasing) para pequenas empresas; um nível mais alto de receita (faturamento) possibilitando que as empresas usem uma forma simplificada de contabilidade e tributação; uma nova definição de pequena e média empresa e classificação de pequenos negócios (micro, pequeno etc.). Até o final deste ano, 15 fundos regionais de empreendimento de apoio à atividade empreendedora serão estabelecidos, com um capital total de aproximadamente 4 bilhões de rublos (cerca de US\$ 150 milhões).

A cultura do empreendedorismo

O conceito de cultura empreendedora na Rússia ainda é fraco, controverso e, até certo ponto, contraditório. Ainda existem idéias muito arraigadas entre uma parte significativa da população, para quem as aspirações pessoais são imorais e o ganho capitalista é injusto. Ao mesmo tempo, o empreendedorismo russo é ligado historicamente a noções como justiça, criatividade e inovação.

Devido à fragilidade classe média, a base social para o desenvolvimento do empreendedorismo livre ainda é fraca. O empreendedorismo não é percebido como um tipo especial e autônomo de atividade econômica, de modo que os empreendedores russos têm pouca autoridade política e influência organizacional.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A política estatal atual em relação ao empreendedorismo, na Rússia, pode ser caracterizada como inconsistente. Há uma lacuna entre “falar e fazer”, ou entre o que é declarado e o que é realmente realizado pelo Estado em favor das pequenas e médias empresas. É preciso uma reforma no sistema legal que assiste as pequenas e médias empresas, e o primeiro passo deveria ser dado em relação à legislação tributária e antitruste.

TAILÂNDIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial sofreu uma queda significativa, para 15,2%, em 2006 (de 20,7%, em 2005). O declínio foi predominantemente relativo à taxa

de prevalência de empreendimentos nascentes, enquanto a taxa de empreendimentos estabelecidos aumentou de 14,1% em 2005 para 17,4% em 2006. A queda na atividade empreendedora inicial pode ser parcialmente atribuída à instabilidade política e estagnação econômica do ano anterior.

As condições que afetam o empreendedorismo

Os especialistas acreditam que os fatores mais positivos são as normas sociais e culturais (uma atitude muito positiva em relação ao empreendedorismo), o clima econômico e a abertura de mercado. Entretanto, uma série de fatores continua a dificultar a atividade empreendedora no país. Entre eles, a capacitação para o empreendedorismo e as medidas governamentais. Além disso, educação e treinamento, capacidade de pesquisa e desenvolvimento, direitos de propriedade intelectual são vistos como limitadores de empreendimentos novos potenciais na Tailândia.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Recentemente, o governo mudou a direção de suas políticas, passando de políticas de competitividade para uma nova abordagem que enfoca a criação de plataformas para vários setores industriais e a facilitação ao desenvolvimento e à comercialização do conhecimento local. O governo introduziu e aplicou novas leis e regulamentações, como a Lei de Promoção das PMEs, o Fundo de Desenvolvimento da Inovação, e um programa de Capitalização de Ativos. Estas leis e regulamentações levaram ao estabelecimento de novas organizações públicas que promovem o desenvolvimento de novas empresas e negócios.

A cultura do empreendedorismo

O empreendedorismo é mais baseado em oportunidade do que em necessidade, e a população o apóia. Aproximadamente 83% da população adulta está disposta a iniciar um novo negócio, apesar de apenas metade dessas pessoas ter confiança em suas habilidades e capacidade para fazê-lo. Os resultados também sugerem que a sociedade tailandesa apóia a participação das mulheres na atividade empreendedora.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Os formuladores de políticas deveriam tomar iniciativas para canalizar a energia da inquestionável propensão dos tailandeses ao empreendedorismo. Políticas e atividades direcionadas a amparar iniciativas empreendedoras precisam estar enfocadas no desenvolvimento da atividade empreendedora, que é avaliada como tendo um grande potencial para um sucesso muito mais amplo. Um outro papel importante a ser desempenhado pelo governo é oferecer estabilidade política e macroeconômica.

A questão relativa à capacitação para o empreendedorismo dever ser tratada e a capacitação individual para a criação de novos negócios precisa ser melhorada. É necessário educar a população para o empreendedorismo, desde a infância. Existe a necessidade de formar educadores para o empreendedorismo e promover modelos para a sociedade. A formação de investidores formais e informais também é importante.

Além disso, entre as iniciativas recentes do governo, o esforço para promover e apoiar a atividade empreendedora pode não ser muito eficiente, devido à falta de esforço integrado e coordenado entre os vários setores governamentais responsáveis por apoiar o empreendedorismo. Assim, é importante que os formuladores de políticas reforcem e melhorem a eficácia dos mecanismos governamentais de apoio existentes.

TURQUIA

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial (TEA), em 2006, na Turquia, foi de 6,7%, abaixo da média da pesquisa do GEM em todos os países participantes. Apesar de esta média ser baixa, os empreendimentos estabelecidos sobrevivem melhor do que a maioria nos outros países, o que resulta num nível geral relativamente alto de proprietários de empreendimentos (17,4%).

O número de empreendedores que se voltaram ao empreendedorismo para aproveitar oportunidades de negócios é relativamente baixo comparado aos outros países do GEM. O índice TEA, baseado em oportunidades, coloca a

Turquia em 33º lugar entre os 40 países, com 3,68%. O índice de empreendedorismo baseado em necessidade na Turquia é de 1,79%, o que coloca o país numa posição relativamente alta nas classificações, ocupando o 16º lugar entre os 40 países.

As condições que afetam o empreendedorismo

Há uma atitude muito positiva em relação ao empreendedorismo na Turquia, sendo que 77% da população consideram-no como uma opção de carreira desejável e 86% respeitam e valorizam empreendedores bem-sucedidos. Além disso, o tema vem recebendo atenção da mídia. Isto pode ajudar a aumentar a conscientização da população em relação ao empreendedorismo e à capacidade para o empreendimento.

De acordo com os especialistas turcos, os principais fatores limitadores da atividade empreendedora são: apoio financeiro, programas e políticas governamentais. As empresas têm sido sobrecarregadas com impostos e regulamentação. O custo do crédito é alto e há muitas exigências contratuais que restringem o acesso ao capital, particularmente para os empreendimentos novos. Os empreendedores turcos têm expectativas relativamente altas em relação ao aumento do número de empregos, mas não percebem oportunidades no mercado de novos produtos, além de não se acharem capazes de usar novas tecnologias e serem mais orientados ao mercado interno.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Nos últimos anos, o governo turco criou uma série de novos programas que melhoraram os empréstimos para as pequenas empresas. No entanto, a falta de capital adequado, inclusive investimentos informais, ainda vigora.

A cultura do empreendedorismo

O tipo de empreendedor predominante na Turquia é do sexo masculino, entre 25 e 34 anos de idade, com educação secundária, pelo menos, e no topo da terceira faixa de renda. Em geral, acreditam ter a capacitação e o conhecimento exigidos para iniciar um negócio, mas o medo de fracassar os impede de iniciar empreendimentos novos.

Atual política relativa ao empreendedorismo

A atividade dos “investidores-anjo” é menor do que a média do GEM. Apenas 3,1% da população adulta investiram em negócios nos últimos três anos. Este número baixo é coerente com a percepção dos especialistas, que consideraram o apoio financeiro, juntamente com os programas governamentais, como as condições estruturais mais relevantes para melhoria.

Parece haver boas oportunidades para iniciar-se um negócio na Turquia nos próximos três anos e quase 22,73% da população adulta está motivada. Entretanto, paira uma dúvida entre os especialistas a respeito da estabilidade econômica, da eficiência das políticas e dos programas governamentais de apoio à atividade empreendedora, acesso aos mercados de capital e tecnologias apropriadas, e a eliminação das barreiras burocráticas para empreendimentos novos. A Turquia é vista como um país onde os direitos de propriedade intelectual não são resguardados. A legislação de Direitos de Propriedade Intelectual deve ser aplicada eficazmente para garantir a criação de novas empresas e a atividade econômica em geral.

URUGUAI

Resultados principais

A atividade empreendedora inicial foi de 12,6%, sendo que os homens são duas vezes mais empreendedores do que as mulheres. Muitas (37%) das pessoas que montaram empreendimentos recentemente, nos anos pós- crise, o fizeram porque não tinham opções no mercado de trabalho (empreendedorismo por necessidade). Este resultado parece ser influenciado pelo nível de escolaridade. Pessoas com níveis mais altos de escolaridade mencionaram a vontade de aproveitar oportunidades como a principal razão para montar um negócio, ao passo que entre as pessoas com níveis mais baixos de escolaridade o principal propulsor é ter uma fonte de receita como alternativa a um emprego perdido.

As condições que afetam o empreendedorismo

Estabilidade econômica relativamente alta (em termos regionais), proximidade e fácil acesso a mercados regionais com grande potencial e facilidade para

estabelecer contatos e atingir a quem for necessário (devido ao tamanho reduzido do país) são vistas como condições que favorecem a atividade empreendedora. As condições negativas estão associadas a um Estado extremamente pesado, o que se traduz em tributos extremamente altos, monopólio estatal de serviços caros e procedimentos reguladores muito pesados em atividades que não requerem, necessariamente, intervenção governamental. Ausência de instrumentos de auxílio à capitalização e financiamento para negócios novos e falta de profissionalismo em tarefas que conduzem ao desenvolvimento de um empreendimento, tanto no nível da alta quanto da média gerência, também são percebidos como empecilhos à atividade empreendedora.

Iniciativas recentes para estimular a atividade empreendedora

Não têm havido novas iniciativas significativas de apoio à atividade empreendedora nos últimos anos. Entretanto, há um consenso de que existem certas condições que deveriam facilitar o desenvolvimento do empreendedorismo, como, por exemplo, a disponibilidade de recursos humanos de baixo custo (comparada com tal disponibilidade em outros países e regiões), que é vista como um fator de apoio ao processo empreendedor. Além do mais, percebe-se que existem muitas oportunidades ainda não exploradas (em grande parte devido à ineficiência das atuais estratégias de gestão de muitas empresas locais).

A cultura do empreendedorismo

Contradizendo crenças arraigadas na sociedade uruguaia, a pesquisa sugere que não existe fundamento para acreditar-se que o medo de fracassar limita a atividade empreendedora: mais de 69% disseram que isso não é um fator de peso. O apoio da sociedade ao empreendedorismo também está evidenciado no fato de aproximadamente 20% considerarem iniciar um negócio nos próximos três anos; 60% acreditam ter a capacitação necessária para iniciar um negócio, 66% consideram o empreendedorismo como uma boa opção de carreira e 75% atribuem alto prestígio social a empreendedores bem-sucedidos.

Atual política relativa ao empreendedorismo

Os especialistas acreditam que a educação é um fator crítico no fomento da atividade empreendedora: encorajando o espírito da iniciativa privada,

ensinando habilidades de gestão e garantindo um nível de formação para a maior parte da população, seria possível interromper a tendência retrógrada atual entre os empregados do nível médio. Em segundo lugar, é necessário desenvolver meios para financiar empreendimentos que levem em consideração as necessidades dos novos negócios, tanto em termos de capital de risco quanto de financiamento de longo prazo. Finalmente, uma política fiscal precisa ser elaborada, com tendências a um afrouxamento e(ou) redução da carga tributária, o que tornaria os empreendimentos viáveis nos primeiros cinco anos de vida.

4 OPORTUNIDADE E CAPACIDADE PARA EMPREENDER

Neste tópico é analisada a oportunidade para empreender, com base na mentalidade dos respondentes (classificados ou não como empreendedores) sobre a abertura de novos negócios e a dinâmica do mercado. Também se investiga a capacidade para empreender a partir da avaliação do potencial, da experiência, motivação, visão e previsão que as pessoas têm para iniciar um negócio, bem como o domínio das competências necessárias às iniciativas empreendedoras. Por fim, avaliam-se a educação e a capacitação como condições que influenciam o empreendedorismo no País e no mundo.

4.1 EXISTÊNCIA DE OPORTUNIDADES

As oportunidades existentes para novos negócios em uma dada região são avaliadas, nesta pesquisa, a partir da mentalidade que os empreendedores e os não empreendedores têm do mercado. O GEM considera que o potencial para abrir novos negócios não depende apenas de fatores políticos e econômicos, mas, sobretudo, dos fatores sociais expressos na compreensão e nas atitudes das pessoas que habitam determinado local.

Para mapear a mentalidade empreendedora, o GEM usa dados da população adulta e dos especialistas relacionados às atitudes e percepções desses atores sobre o ambiente empreendedor.

Primeiramente, observa-se que, com maior freqüência, os empreendedores iniciais conhecem pessoas que abriram negócios nos dois anos anteriores à pesquisa (51,6%). De maneira diversa, os empreendedores estabelecidos que responderam afirmativamente a essa questão são minoria (48,9%), embora expressiva (tabela 4.1). Uma hipótese para explicar este perfil é que empreendedores iniciais tendem a estabelecer relações comerciais com outros empreendedores de mesmo estágio, diferentemente dos estabelecidos, que mantêm contato com seus congêneres que estão há mais tempo no mercado.

Em parte, a terceirização de muitas atividades organizacionais e a importância de trabalhar com mais qualidade têm forçado as empresas a estabelecerem vínculos mais duradouros com os seus parceiros de negócios, o que justifica relacionamentos de longo prazo, comuns no caso dos empreendedores estabelecidos. A tabela 4.1 mostra também que há uma maior interação entre os próprios empreendedores iniciais, pois, para aqueles que não empreendem, o contato com pessoas que abriram negócios recentemente é ainda menor (38,8%).

TABELA 4.1 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL E ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES, NO BRASIL - 2003 A 2006

AFIRMAÇÕES	EMPREEND. INICIAIS (%)	EMPREEND. ESTABELECIDOS (%)	NÃO EMPREEND.(%)
Afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	56,20	49,80	36,20
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde você vive	54,30	47,40	41,80
Consideram possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	78,80	77,90	50,70
O medo de fracassar não impediria que começasse um novo negócio	69,40	62,70	59,50

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2003, 2004, 2005 e 2006

A maior interação de empreendedores iniciais com outras pessoas que abriram recentemente um negócio é similar para a série histórica 2003-2006.

A média de pessoas que conhecem empreendedores que iniciaram negócios nos dois anos anteriores à pesquisa no Brasil, em torno de 40%, é semelhante à dos demais participantes do GEM 2006 – a Malásia tem o maior percentual (60,79%) e Cingapura, o menor (26,13%).

Em relação às perspectivas de boas oportunidades para novos negócios, os empreendedores iniciais são mais otimistas que os estabelecidos (tabela 4.1). A maioria daqueles (54,3%) considera que há boas oportunidades de negócios nos próximos seis meses. Entre os empreendedores estabelecidos, este percentual se reduz a 47,4%. Em geral, mais de 44% dos pesquisados (empreendedores e não empreendedores) percebem boas oportunidades para empreender, o que representa uma visão positiva sobre a conjuntura para

criação de negócios (tabela 4.1). Os menos otimistas nas populações pesquisadas são os japoneses (9,15%); os mais otimistas, os peruanos (67,75%).

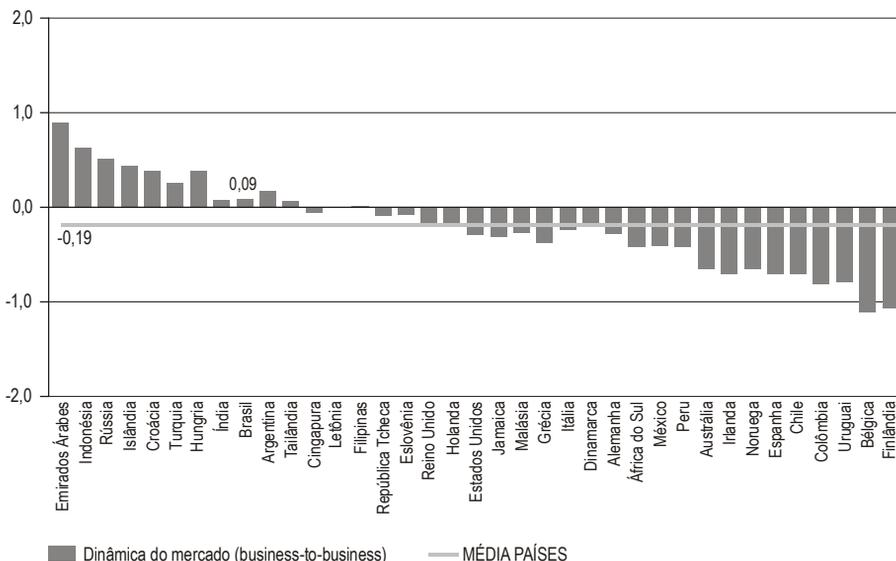
Para os especialistas brasileiros, a abertura do mercado, a partir da década de 1990, foi uma das grandes oportunidades para desenvolver novos empreendimentos. Com os novos fatores impostos pela competitividade do mercado internacional, constituíram-se empreendedores mais realistas com estas práticas, o que de certa forma contribuiu para promover melhorias nos processos administrativos e obter ganhos operacionais.

Outra questão colocada como favorável é o processo de privatização, iniciado na década de 1980, que propiciou a criação de novos negócios na iniciativa privada. Por fim, eles ainda afirmam que a melhoria no padrão de renda da população brasileira, em decorrência da estabilidade macroeconômica com a implantação do Plano Real, em 1994, contribuiu para a formação de uma demanda potencial em produtos e serviços, proporcionando a geração de novas oportunidades de negócios.

Entretanto, segundo os especialistas, o dinamismo do mercado interno é desfavorável para propiciar oportunidades de novos negócios. Em sua percepção, apenas dois aspectos são positivos quando se analisa o mercado interno: a) a demanda por mudanças anuais nos produtos e serviços (média de 0,32)⁶ e b) a dinâmica anual nas trocas comerciais de bens e serviços entre empresas (*business-to-business*) (média de 0,09). Esta avaliação é mais positiva se comparada com a média dos demais países, que consideram esta condição desfavorável, com médias de -0,09 e -0,19, respectivamente (figura 4.1).

⁶ Essa média e as que vão aparecer ao longo deste documento referem-se a valores atribuídos pelos especialistas, quando responderam ao questionário, dentro de uma escala que vai de -2 (totalmente falso) a 2 (totalmente verdadeiro).

FIGURA 4.1 - DINAMISMO DO MERCADO INTERNO VERSUS EXISTÊNCIA DE OPORTUNIDADES - PERCEÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

Todos os demais aspectos relacionados à abertura de mercado são desfavoráveis. Para os especialistas, as empresas novas e em crescimento enfrentam dificuldades para entrar em novos mercados (-0,57), não conseguem arcar com os custos de entrada (-1) e ainda são passíveis de represálias por parte das empresas já atuantes no mercado (-0,76) (tabela 4.2). Em parte, essas dificuldades estão relacionadas à insuficiência na oferta de recursos financeiros para a abertura de novos negócios, incluindo aqui subsídios governamentais, financiamentos privados, disponibilidade de capital de risco e financiamento proveniente do lançamento de títulos públicos.

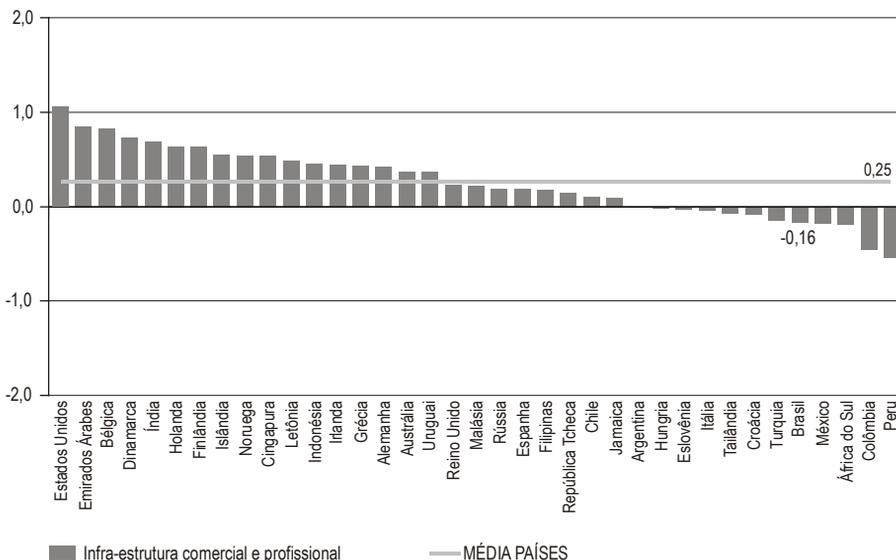
Em se tratando da infra-estrutura comercial e profissional, segundo os especialistas brasileiros, ela não é favorável aos empreendimentos (-0,16) (figura 4.2), pois apesar de os serviços de terceiros (fornecedores e consultores) serem suficientes (0,23), os empreendedores não conseguem arcar com os custos inerentes a sua contratação (-0,83) tampouco conseguem obter serviços de bom nível (-0,2), principalmente nas áreas contábil e jurídica (-0,06).

TABELA 4.2 - CONDIÇÕES DO MERCADO INTERNO VERSUS EXISTÊNCIA DE OPORTUNIDADES - 2006

PAÍSES	ABERTURA DE MERCADO							Média
	Em meu país, o mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro. (É dinâmico e oferece mais oportunidades)	Em meu país, o mercado de bens e serviços entre empresas (<i>business-to-business</i>) muda consideravelmente de um ano para o outro. (É dinâmico e oferece mais oportunidades)	Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem facilmente entrar em novos mercados.	Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem arcar com os custos de entrada no mercado.	Em meu país, as empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas.	Em meu país, a legislação antitruste é efetiva e bem aplicada.		
África do Sul	-0,35	-0,42	-0,36	-0,82	-0,70	0,00	-0,44	
Alemanha	-0,19	-0,28	-0,55	-0,55	-0,34	0,25	-0,28	
Argentina	0,17	0,17	-0,62	-0,65	-0,52	-1,13	-0,43	
Austrália	-0,65	-0,65	0,22	-0,09	-0,14	0,43	-0,15	
Bélgica	-1,12	-1,12	0,12	-0,13	0,38	0,38	-0,25	
Brasil	0,32	0,09	-0,57	-1,00	-0,76	-0,73	-0,44	
Chile	-0,62	-0,71	-0,53	-0,76	-0,35	0,33	-0,44	
Cingapura	0,28	-0,06	0,44	0,11	0,19	0,75	0,29	
Colômbia	-0,62	-0,81	-0,39	-0,71	-0,36	-0,24	-0,52	
Croácia	0,57	0,39	-0,61	-0,83	-0,72	-0,63	-0,31	
Dinamarca	-0,31	-0,21	-0,09	-0,22	0,12	0,77	0,01	
Emirados Árabes	0,79	0,89	0,57	0,50	0,21	-0,11	0,48	
Eslovênia	0,02	-0,08	-0,39	-0,51	-0,40	-0,83	-0,37	
Espanha	-0,68	-0,71	-0,47	-0,33	-0,30	0,00	-0,42	
Estados Unidos	-0,10	-0,29	0,61	0,29	0,29	0,52	0,22	
Filipinas	0,00	0,02	-0,24	-0,37	-0,28	-1,12	-0,33	
Finlândia	-1,19	-1,07	0,04	-0,26	0,49	0,94	-0,18	
Grécia	-0,09	-0,38	-0,06	-0,18	0,09	0,25	-0,06	
Holanda	-0,14	-0,18	0,59	0,21	0,43	0,67	0,26	
Hungria	0,38	0,38	-0,36	-0,50	-0,35	-0,44	-0,15	
Índia	0,40	0,08	0,17	-0,25	-0,23	-0,50	-0,06	
Indonésia	0,77	0,63	0,00	0,10	-0,33	-0,48	0,12	
Irlanda	-0,59	-0,71	-0,12	-0,41	0,12	0,16	-0,26	
Islândia	0,56	0,44	0,64	-0,14	-0,04	0,37	0,31	
Itália	-0,05	-0,24	-0,42	-0,61	-0,41	-0,83	-0,43	
Jamaica	-0,09	-0,32	-0,39	-0,88	-0,29	-0,45	-0,40	
Letônia	0,19	0,00	0,05	0,00	0,00	-0,28	-0,01	
Malásia	-0,14	-0,27	-0,41	-0,50	-0,70	-0,79	-0,47	
México	-0,41	-0,41	-0,33	-0,56	-0,78	-0,61	-0,52	
Noruega	-0,64	-0,65	-0,13	-0,31	-0,20	-0,12	-0,34	
Peru	-0,55	-0,42	-0,26	-0,68	-0,46	-0,50	-0,48	
Reino Unido	-0,04	-0,18	0,13	-0,32	-0,07	0,55	0,01	
República Tcheca	0,11	-0,09	-0,11	-0,37	-0,25	-0,17	-0,15	
Rússia	0,73	0,51	-0,30	-0,51	-0,56	-0,85	-0,16	
Taiilândia	0,32	0,07	-0,50	-0,43	-0,47	-1,12	-0,36	
Turquia	0,47	0,26	-0,35	-0,59	-0,65	-0,31	-0,20	
Uruguai	-0,91	-0,79	-0,74	-0,78	-0,66	-1,50	-0,90	
Média países	-0,09	-0,19	-0,15	-0,38	-0,24	-0,20	-0,21	

FONTE: Pesquisa especialista - GEM 2006

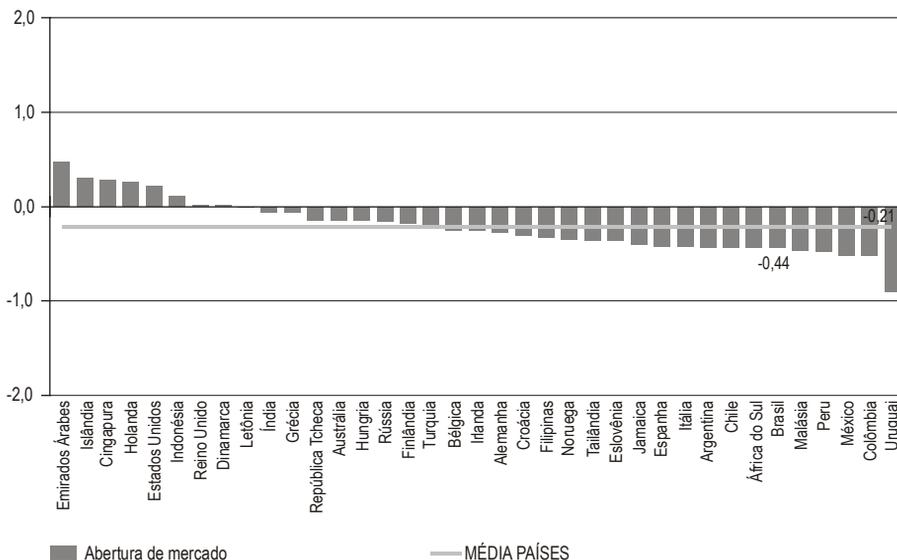
FIGURA 4.2 - INFRA-ESTRUTURA COMERCIAL E PROFISSIONAL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

Todas essas condições são desfavoráveis para capacitar as empresas novas e em crescimento a competir em mercados já consolidados, que é onde os negócios mais surgem no Brasil. Além disso, a Lei Antitruste existente no País não é capaz de regularizar, com eficiência, a concentração de poder por parte de alguns grupos industriais (-0,73). Esta percepção é similar se comparada à média da visão dos especialistas dos demais países (-0,21), à exceção de alguns, como Holanda (0,26), EUA (0,22) e Cingapura (0,29). Comparando essa avaliação com a média mundial (-0,21) (figura 4.3), os especialistas brasileiros possuem uma visão mais pessimista do dinamismo do mercado como gerador de oportunidades de novos negócios (-0,44) (tabela 4.2).

FIGURA 4.3 - ABERTURA DE MERCADO - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTES: Pesquisa Especialista - GEM 2006

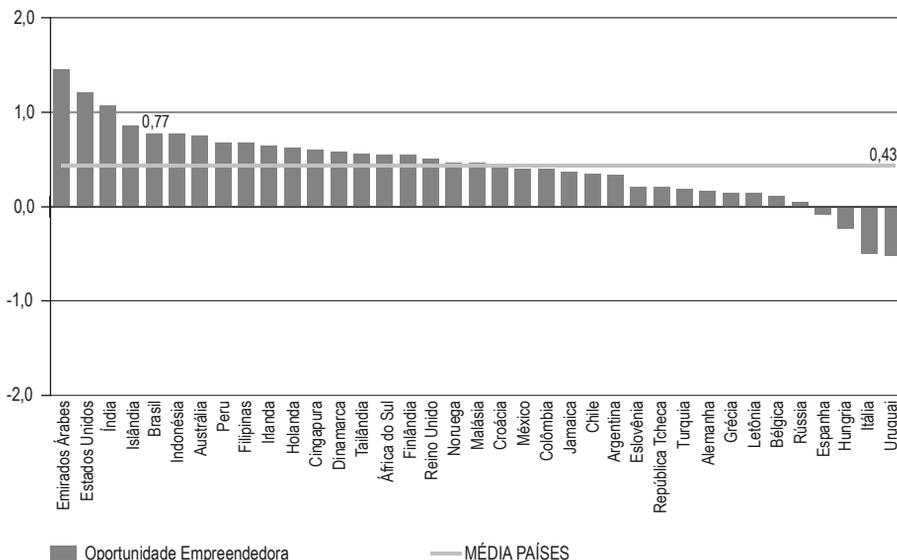
No geral, os especialistas brasileiros possuem uma visão positiva em relação às oportunidades existentes no País para se criar novas empresas, mas eles consideram que não é tão fácil para as pessoas buscarem tais oportunidades (0,34), que são menores para empresas de alto crescimento (0,66) (tabela 4.3). Esse otimismo coloca o País como o quinto no *ranking* dos especialistas que consideram favoráveis as oportunidades para empreender (0,77); em média, os especialistas dos países participantes têm uma visão mais desfavorável (0,43) (figura 4.4).

TABELA 4.3 - OPORTUNIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - GEM 2006

PAÍSES	OPORTUNIDADE EMPREENDEDORA					
	Em meu país, existem inúmeras oportunidades para a criação de novas empresas.	Em meu país, há um número maior de boas oportunidades para a criação de novas empresas do que de pessoas capazes de tirar vantagem delas.	Em meu país, as boas oportunidades para novas empresas cresceram consideravelmente nos últimos cinco anos.	Em meu país, as pessoas podem facilmente buscar oportunidades de negócios.	Em meu país, existem inúmeras oportunidades boas para a criação de empresas de alto crescimento real.	Média
África do Sul	0,54	-0,06	1,06	0,17	0,71	0,55
Alemanha	0,77	0,32	-0,06	-0,20	-0,03	0,16
Argentina	0,44	0,28	1,00	-0,12	0,08	0,33
Austrália	0,86	0,44	0,65	0,95	0,59	0,75
Bélgica	0,33	0,15	0,10	0,30	-0,28	0,11
Brasil	1,14	0,80	0,89	0,34	0,66	0,77
Chile	0,58	0,72	0,56	-0,14	0,03	0,35
Cingapura	0,50	0,53	0,75	0,89	0,39	0,60
Colômbia	0,51	0,18	1,02	0,11	0,42	0,40
Croácia	0,42	0,61	0,89	0,00	0,25	0,43
Dinamarca	0,95	0,78	0,69	0,38	0,24	0,58
Emirados Árabes	1,55	1,15	1,67	1,14	1,46	1,46
Eslôvênia	0,38	0,53	0,35	-0,12	0,02	0,20
Espanha	0,03	-0,11	0,34	-0,44	-0,18	-0,08
Estados Unidos	1,55	0,91	0,96	1,37	1,16	1,20
Filipinas	0,69	0,87	0,93	0,31	0,23	0,67
Finlândia	0,62	0,83	0,59	0,46	0,33	0,55
Grécia	0,35	-0,06	0,38	0,15	-0,09	0,15
Holanda	0,91	0,84	0,18	0,52	0,70	0,62
Hungria	-0,33	0,29	-0,18	-0,55	-0,14	-0,23
Índia	1,14	0,78	1,61	0,53	1,28	1,07
Indonésia	1,10	0,83	0,59	0,60	0,60	0,77
Irlanda	0,84	0,19	1,04	0,88	0,36	0,65
Islândia	1,32	0,67	1,00	0,87	0,45	0,86
Itália	-0,30	-0,16	-0,16	-0,95	-0,95	-0,50
Jamaica	0,78	-0,03	0,67	0,06	0,24	0,37
Letônia	0,52	0,24	0,05	0,24	-0,29	0,15
Malásia	0,52	0,43	0,60	0,42	0,33	0,46
México	0,53	0,41	0,29	0,53	0,24	0,40
Noruega	0,33	0,69	0,98	0,11	0,39	0,47
Peru	1,08	1,05	1,16	-0,34	0,45	0,68
Reino Unido	0,65	0,48	0,63	0,42	0,39	0,50
República Tcheca	0,53	0,47	0,17	-0,35	0,14	0,20
Rússia	0,32	0,27	0,05	-0,27	-0,14	0,05
Taiilândia	0,77	0,60	0,76	0,50	0,17	0,56
Turquia	0,11	-0,29	0,56	-0,11	0,26	0,18
Uruguai	-0,36	-0,22	-0,09	-0,86	-1,00	-0,52
Média países	0,61	0,44	0,61	0,21	0,26	0,43

FONTE: Pesquisa especialista - GEM 2006

FIGURA 4.4- OPORTUNIDADE EMPREENDEDORA - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

A principal razão a estimular o empreendedor brasileiro a procurar novas oportunidades nos negócios é a maior independência e liberdade na vida profissional, seguida da busca de uma renda pessoal mais elevada. Comparando com o ano anterior, a maioria buscava, primeiramente, novas oportunidades para obter uma renda pessoal maior (tabela 4.4). Entre os empreendedores por oportunidade, identificam-se os principais estímulos para empreender; quais são, afinal, as oportunidades que eles buscaram ou estão buscando. Entre os empreendedores em questão, identificados nas pesquisas de 2005 e 2006, 47% afirmam que a “maior independência e liberdade na vida profissional” foi o principal estímulo; 43%, indicam “aumento da renda pessoal”; e 10%, “apenas manutenção da renda”.

TABELA 4.4 - ESTÍMULOS PARA BUSCA DE OPORTUNIDADE - BRASIL 2005 E 2006

ESTÍMULOS	MENÇÕES (%)
Maior independência e liberdade na vida profissional	47,3%
Aumento da renda pessoal	42,9%
Apenas manutenção da renda	9,8%

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2005 e 2006

4.2 CAPACIDADE EMPREENDEDORA

Este item avalia as condições e as perspectivas que as pessoas têm para iniciar um novo negócio, bem como o correspondente domínio de competências necessárias para liderar uma iniciativa empreendedora.

Em relação às condições, a maioria dos empreendedores brasileiros avalia ter conhecimento, habilidade e experiência para começar um novo negócio (78,35%). Esta avaliação é mais concentrada nos homens que nas mulheres (80,4% *versus* 75%), numa faixa etária menos jovem (80,5% têm entre 25 a 34 anos), com baixo nível de escolaridade (74,5% têm de 1 a 4 anos de estudo) e com média de renda salarial entre 3 e 6 salários mínimos (74,5%).

Os empreendedores iniciais têm uma visão mais positiva de sua habilidade, conhecimento e experiência para iniciar um negócio (78,8%) (tabela 4.1). Em parte, tal auto-avaliação está associada à própria experiência anterior que eles tiveram de abrir seus negócios. A maioria (32,3%) já tinha trabalhado em setores correlatos àquele em que iniciaram seus negócios (tabela 4.5). Dentre alguns dos segmentos declarados pelos pesquisados tem-se: alimentício (comercialização de alimentos e bebidas quer seja em restaurantes ou em mercados); automotivo (comercialização de veículos usados e novos), de beleza (salão e estética); informática e pecuarista (comercialização de produtos para este setor como o sal mineral). A tabela 4.5 também mostra demais orientações recebidas pelos empreendedores antes de iniciarem seus negócios.

Um percentual expressivo declarou ter recebido outros tipos de orientações em relação às opções apresentadas a seguir (11,3%), as quais incluem: cursos técnicos ou universitários, conversas com outras pessoas e informações coletadas na *internet*. Esta tabela também mostra que um percentual relevante não buscou nenhum tipo de orientação (19,4%).

TABELA 4.5 - ORIENTAÇÃO RECEBIDA PELOS EMPREENDEDORES DE NEGÓCIOS NASCENTES NO BRASIL - 2006

TIPO DE ORIENTAÇÃO	EMPREEND. NASCENTES
Experiência Profissional Anterior	32,30
Técnicas de vendas	9,70
Custos e formação de preço	6,50
Design do produto	4,80
Processo de fabricação do produto/serviço	4,80
Captação de recursos	3,20
Marketing	3,20
Contabilidade	1,60
Procedimentos de abertura de empresa	1,60
Registro de marcas	1,60
Outro	11,30
Não buscou nenhum tipo de orientação	19,40

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2006

No tocante às perspectivas, a maioria dos empreendedores brasileiros declarou que o medo de fracassar não os impede de iniciar um novo negócio (66%) (tabela 4.1). A pesquisa revela, ainda, que o medo do fracasso capaz de impedir a abertura de novos negócios é maior para os empreendedores novos motivados por necessidade (40,7%). Já os empreendedores de negócios nascentes orientados por oportunidade são os menos temerosos (80,9%), sendo que este percentual cai quando o negócio é por necessidade (68,3%). Podemos ainda caracterizar o perfil desse empreendedor a partir dos seguintes aspectos: os homens têm menos medo que as mulheres (68,5% *versus* 63,4%), são pessoas mais jovens (75,4% têm entre 18 a 24 anos), o percentual de pessoas sem ou com pouca educação formal é o maior (54%) e a maioria gera renda mensal entre 3 a 6 salários mínimos (70,3%).

Entre os empreendedores, a principal condição que favorece a abertura de negócios é a sua própria capacidade empreendedora, independentemente do estágio do negócio ou tipo de motivação (tabela 4.6). Justifica esta avaliação, principalmente, o comportamento do empreendedor brasileiro, tido como flexível, criativo e dotado de iniciativa. Nesse caso, as atitudes pessoais se destacam diante do conhecimento específico e técnico na área do empreendimento.

TABELA 4.6 - CONDIÇÕES FAVORÁVEIS AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO NA PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR - BRASIL - 2006

CONDIÇÕES	ESTÁGIO					
	Empreendedores Iniciais					
	TEA		Nascente		Novo	
	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição
01 - Apoio Financeiro	6,2	6	6,2	4	6,2	7
02 - Políticas Governamentais	4,8	8	6,2	4	4,1	8
03 - Programas Governamentais	1,9	10	3,1	8	1,4	11
04 - Educação e Capacitação	2,4	9	3,1	8	2,1	9
05 - Transferência de tecnologia	0,5	12	1,5	11	0,0	12
06 - Inf. Comercial e Profissional	0,0	13	0,0	13	0,0	12
07 - Abertura de mercado	19,0	2	27,7	1	15,2	3
08 - Acesso a inf. Física	10,0	4	6,2	4	11,7	4
09 - Normas Culturais e Sociais	14,8	3	6,2	4	18,6	2
10 - Capacidade empreendedora	23,8	1	27,7	1	22,1	1
11 - Clima econômico	9,0	5	7,7	3	9,7	5
12 - Características da Força trabalho	1,9	10	1,5	11	2,1	9
13 - Composição da População Percebida	0,0	13	0,0	13	0,0	12
14 - Contexto Político, Institucional e Social	0,0	13	0,0	13	0,0	12
15 - Questões pessoais	5,7	7	3,1	8	6,9	6

CONDIÇÕES	ESTÁGIO		MOTIVAÇÃO			
	Empreendedores Estabelecidos		Oportunidade		Necessidade	
	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição
01 - Apoio Financeiro	3,7	7	5,5	6	7,4	7
02 - Políticas Governamentais	5,6	6	5,5	6	3,7	8
03 - Programas Governamentais	1,9	10	0,8	11	3,7	8
04 - Educação e Capacitação	3,7	7	3,1	8	1,2	10
05 - Transferência de tecnologia	0,0	14	0,8	11	0,0	11
06 - Inf. Comercial e Profissional	0,5	11	0,0	13	0,0	11
07 - Abertura de mercado	25,7	2	20,5	2	17,3	2
08 - Acesso a inf. Física	10,3	3	7,1	4	14,8	3
09 - Normas Culturais e Sociais	8,9	4	16,5	3	12,3	4
10 - Capacidade empreendedora	26,6	1	27,6	1	18,5	1
11 - Clima econômico	8,4	5	6,3	5	11,1	5
12 - Características da Força trabalho	0,5	11	3,1	8	0,0	11
13 - Composição da População Percebida	0,0	14	0,0	13	0,0	11
14 - Contexto Político, Institucional e Social	0,5	11	0,0	13	0,0	11
15 - Questões pessoais	3,7	7	3,1	8	9,9	6

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

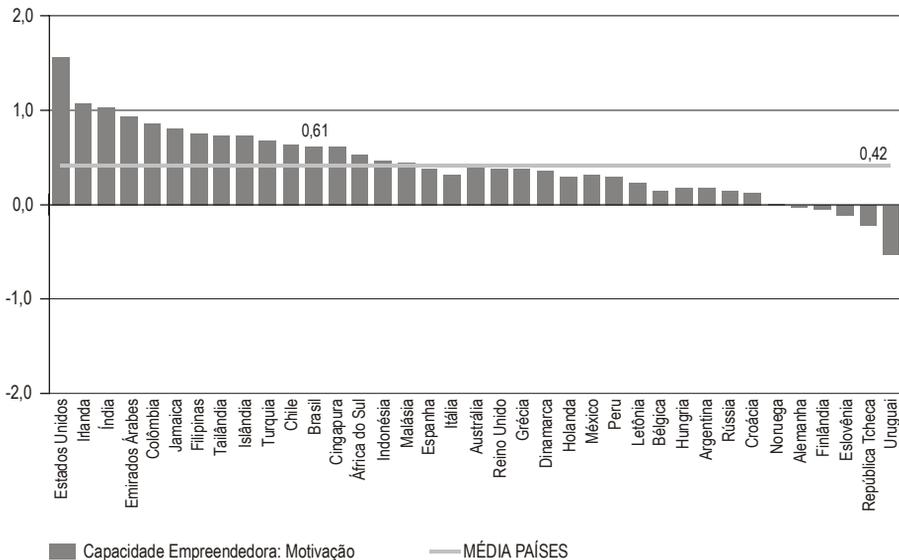
Os especialistas também consideram a capacidade empreendedora como um das principais condições favoráveis ao empreendedorismo (12,5%) (tabela 4.7), avaliação explicada mais pela questão motivacional (0,61) que pelo potencial (-0,56) das pessoas para empreender (figuras 4.5 e 4.6). A sociedade brasileira, diga-se, percebe os empreendedores como indivíduos competentes e engenhosos (48,6%), além de eles representarem uma classe profissional de *status* e respeito elevados (32,4%).

TABELA 4.7 - CONDIÇÕES FAVORÁVEIS AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - BRASIL - 2001 A 2006

FATORES	ESPECIALISTAS	
	Proporção (%)	Posição
01 - Apoio Financeiro	1,9	12
02 - Políticas Governamentais	5,8	7
03 - Programas Governamentais	3,8	10
04 - Educação e capacitação	15,4	2
05 - Transferência de tecnologia	1,9	12
06 - Inf. Comercial e profissional	6,7	5
07 - Abertura de mercado	4,8	8
08 - Acesso a inf. física	6,7	5
09 - Normas culturais e sociais	12,5	3
10 - Capacidade empreendedora	12,5	3
11 - Clima econômico	19,2	1
12 - Características da força trabalho	2,9	11
13 - Composição da população percebida	4,8	8
14 - Contexto político, institucional e social	1,0	14
15 - Questões pessoais	0,0	15

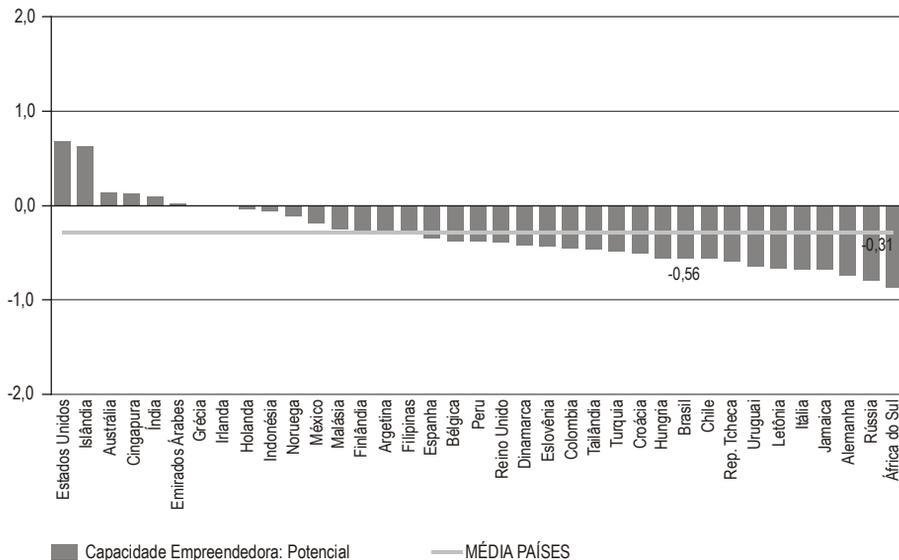
FONTE: Pesquisa Especialistas - GEM 2006

FIGURA 4.5 - CAPACIDADE EMPREENDEDORA: MOTIVAÇÃO NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

FIGURA 4.6 - CAPACIDADE EMPREENDEDORA: POTENCIAL NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

Outras razões que contribuíram para uma visão positiva da capacidade empreendedora estão ligadas ao esforço da mídia nacional em apresentar histórias de empreendedores bem-sucedidos, além de ser empresário simbolizar uma forma apropriada de enriquecer e uma opção de carreira desejável. Esta avaliação é similar se comparada à média resultante da percepção dos especialistas dos demais países, sendo que os especialistas brasileiros são mais otimistas quanto à motivação dos empreendedores (média de 0,61) do que o conjunto dos especialistas dos demais países (média de 0,42) (figura 4.5).

Empreender, em parte, associa-se às características culturais de uma sociedade. No esforço de desenvolver uma mentalidade empreendedora no Brasil, foram implementados no País vários programas de apoio, relacionados ao ensino do empreendedorismo. Dentre alguns desses programas, podem ser destacados:

- a) o *Junior Achievement*: fundação sem fins lucrativos, criada nos Estados Unidos, em 1919, e presente no Brasil desde 1983. Focada principalmente nos estudantes dos ensinos fundamental e médio, a proposta é fazer uma integração entre eles e as empresas por meio de vários programas, dentre os quais o Programa Miniempresa, que propõe aos alunos do ensino médio simularem uma empresa com o apoio de quatro consultores, que são profissionais de mercado e parceiros da Fundação;
- b) Empretec: é um programa internacional que reúne a ONU (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD), a Agência Brasileira de Cooperação (ABC), órgão do Ministério das Relações Exteriores, e o Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), sendo este o responsável por sua execução no Brasil. É dirigido a empreendedores e futuros empreendedores objetivando identificar e aumentar seu potencial empresarial em termos de habilidades e comportamentos;
- c) o projeto Aprender a Empreender: foi estabelecido por meio da parceria entre o SEBRAE, a Fundação Roberto Marinho e o Programa Brasil Empreendedor. A sua finalidade é disseminar a cultura empreendedora nas áreas carentes da população brasileira por meio de um curso composto por 10 programas de TV e um livro texto com os 10 capítulos correspondentes. Este programa incentiva a cultura empreendedora de forma dinâmica e criativa, além de oferecer as ferramentas essenciais para a gestão de um negócio;

d) a Agência de Educação para o Desenvolvimento (AED). É um programa público, criado em 2001 por meio da parceria entre SEBRAE, PNUD, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), Projeto DLIS - Desenvolvimento Local Integrado e Sustentado e ARCA (Sociedade do Conhecimento). Este programa está voltado para a sociedade com a finalidade de aumentar a capacidade de gestão e de empreender das micros e pequenas empresas, governos locais e organização do terceiro setor por meio de cursos, seminários, fóruns, redes de instituições de apoio etc. Consiste também em um sistema, reunindo agentes de desenvolvimento, *latu sensu*, conectados em uma rede de parceiros com o objetivo de viabilizar a implantação do DLIS em localidades do Brasil ou de outros países e a realização ou aplicação de produtos de educação para o desenvolvimento humano e social sustentável.

As principais diferenças entre esses programas no tocante à mudança de comportamento dos jovens empreendedores estão apresentadas no quadro a seguir.

QUADRO 4.1 - MUDANÇAS NO COMPORTAMENTO DAS PESSOAS PARA FORMAR UM ESPÍRITO EMPREENDEDOR, SEGUNDO OS PROGRAMAS NACIONAIS

PROGRAMAS	COMPORTAMENTOS A SEREM DESENVOLVIDOS BASEADO NO CONTEÚDO
<i>Junior Achievement</i>	Planejamento para o futuro, administração do tempo e negociação.
Empretec	Liderança, negociação, trabalho em equipe, criatividade, amadurecimento profissional pessoal e familiar.
Aprender a Empreender	Persistência, identificação de oportunidade, iniciativa em relação ao trabalho e tomada de decisão baseada em dados de empresas.
Agência de Educação para o Desenvolvimento (AED)	Melhorar a capacidade de gestão e de empreender em micros e pequenas empresas, governos locais e organizações do terceiro setor, sobretudo quando inseridos em processos de desenvolvimento integrados e sustentados.

FONTE: Roese, A.; Binoto, E.; e Bullau, H. (2004)

O SEBRAE – talvez a mais completa instituição de apoio ao desenvolvimento de pequenos empreendimentos do mundo, pois ela presta assessoria ao crédito, tecnologia, gestão, mercado, capacitação e orientação empresarial – tem desempenhado um importante papel como coordenador de informações sobre oportunidades de negócios e como facilitador de atividades empreendedoras no País. No entanto, ainda há poucos empreendedores que buscam esta Instituição quando vão iniciar seus negócios ou quando estão na atividade, o que gera uma visão pessimista por parte dos especialistas quanto a um adequado preparo para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas.

Para os especialistas, outras entidades realizam um bom trabalho de apoio aos empreendedores, em especial o Sistema S⁷. As organizações deste Sistema facilitam o empreendedorismo, pois atuam na redução dos impactos gerados pela baixa qualificação das pessoas e as carências educacionais. Demais instituições de apoio abrangem a Confederação Nacional da Indústria (CNI), o Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e parques tecnológicos e espaços para incubar empresas. Essas instituições estão em todo o território nacional e sempre capacitam pessoas para iniciarem novos negócios.

Especificamente sobre os parques tecnológicos e os espaços de incubação de empresas, foram criadas no Brasil a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC), e as redes de apoio aos pequenos empreendimentos, como, por exemplo, da Rede Paranaense de Incubadoras e Parques Tecnológicos (REPARTE). Essas entidades promovem o aumento do número de incubadoras que, por sua vez, prestam importante apoio, tanto às empresas nascentes quanto ao desenvolvimento de novos projetos por empresas já tradicionais no mercado. Entre as principais vantagens oferecidas pelas incubadoras está a facilitação do acesso às linhas de crédito e financiamento disponibilizadas por instituições como a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). Há ainda uma mobilização por parte do governo, de serviços sociais autônomos e universidades para oferecer maior segurança às pessoas que desejam empreender.

Enfim, apesar do esforço existente no País por parte de instituições públicas e privadas em oferecer informações necessárias à abertura de novos negócios, percebe-se que grande parte dos empreendedores não busca o apoio suficiente e necessário para abrir um negócio, o que de certa forma justifica o elevado grau de mortalidade de empresas no País. Segundo o SEBRAE, cerca de 60% do total de novas empresas não sobrevivem por mais de três anos e a principal razão deste insucesso é a falta de capacidade de gestão, quiçá proveniente da dificuldade de acesso às informações necessárias para a abertura de um negócio e da necessidade de consolidar, em longo prazo, uma cultura orientada para atividades empreendedoras.

⁷ Organizações da iniciativa privada criadas com finalidades assistenciais e educacionais e que no Brasil possuem abrangência Nacional.

O brasileiro, contudo, não se desmotiva para abrir um novo negócio. Afora isso, a mídia, espontaneamente, tem reforçado a imagem positiva dos empreendedores, ao narrar casos de sucesso. Incluem-se aqui desde instituições de apoio aos empreendedores, como o SEBRAE, até revistas e jornais de âmbito nacional, que dedicam “colunas” para tal finalidade.

Apesar da percepção positiva que a maioria dos empreendedores e especialistas brasileiros tem sobre a capacidade empreendedora do empresário nacional, há de destacar-se também que existe uma parcela significativa que avalia de forma desfavorável o potencial empreendedor do País. Nesse caso, para os especialistas, a maioria das pessoas não sabe como iniciar e administrar um negócio de alto crescimento nem tem habilidade necessária para organizar recursos para a abertura de um negócio (média de -0,69). Para os empreendedores iniciais e estabelecidos, a capacidade empreendedora é considerada a quarta principal condição que dificulta o empreendedorismo no País. Tal condição é destacada, ainda, pelos empreendedores iniciais motivados por necessidade, entre as quais é a quinta mais citada como origem das maiores dificuldades às atividades empreendedoras (tabela 4.8).

Para os especialistas, essa avaliação negativa se deve ao despreparo das pessoas para iniciar novos negócios, independente da capacidade de elas serem criativas, flexíveis, objetivas e comprometidas com o trabalho. Para eles, apesar das oportunidades apresentadas no País – em função das condições econômicas ou de decisões políticas – o empreendedor brasileiro ainda é pouco qualificado e preparado para empreender, pois ele desconhece as características e a dinâmica do setor em que se está inserindo, além da própria dificuldade inerente a uma atividade empreendedora, principalmente, a financeira.

Comparando as percepções dos especialistas brasileiros com as dos demais países sobre a capacidade empreendedora decorrente do potencial, observa-se que esta condição é avaliada como desfavorável para empreender, à exceção de alguns países que a consideram uma condição positiva, tais como EUA, Islândia, Austrália, Cingapura e Índia (figura 4.6).

TABELA 4.8 - CONDIÇÕES LIMITANTES AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO NA PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR - BRASIL - 2006

CONDIÇÕES	ESTÁGIO					
	Empreendedores Iniciais					
	TEA		Nascente		Novo	
	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição
01 - Apoio financeiro	8,1	4	11,8	3	5,5	6
02 - Políticas Governamentais	18,3	2	30,3	1	10,0	3
03 - Programas Governamentais	0,0	14	0,0	11	0,0	13
04 - Educação e capacitação	0,5	12	0,0	11	0,9	11
05 - Transferência de tecnologia	1,1	11	1,3	7	0,9	11
06 - Inf. comercial e profissional	2,2	10	1,3	7	2,7	9
07 - Abertura de mercado	11,8	3	9,2	5	13,6	2
08 - Acesso a inf. física	8,1	4	9,2	5	7,3	5
09 - Normas Culturais e Sociais	3,2	9	0,0	11	5,5	6
10 - Capacidade empreendedora	4,8	7	0,0	11	8,2	4
11 - Clima econômico	31,7	1	22,4	2	38,2	1
12 - Características da força trabalho	3,8	8	1,3	7	5,5	6
13 - Composição da população percebida	0,0	14	0,0	11	0,0	13
14 - Contexto político, institucional e social	0,5	12	1,3	7	0,0	13
15 - Questões pessoais	5,9	6	11,8	3	1,8	10

CONDIÇÕES	ESTÁGIO		MOTIVAÇÃO			
	Empreendedores Estabelecidos		Oportunidade		Necessidade	
	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição	Proporção (%)	Posição
01 - Apoio Financeiro	6,0	6	7,3	5	10,0	3
02 - Políticas Governamentais	21,7	2	19,4	2	16,7	2
03 - Programas Governamentais	0,5	12	0,0	14	0,0	10
04 - Educação e Capacitação	2,2	9	0,8	12	0,0	10
05 - Transferência de tecnologia	0,0	14	1,6	11	0,0	10
06 - Inf. comercial e profissional	1,6	10	2,4	10	1,7	9
07 - Abertura de mercado	14,1	3	12,9	3	10,0	3
08 - Acesso a inf. física	8,2	4	9,7	4	5,0	5
09 - Normas culturais e sociais	1,6	10	4,8	7	0,0	10
10 - Capacidade empreendedora	8,2	4	4,0	8	5,0	5
11 - Clima econômico	27,7	1	26,6	1	41,7	1
12 - Características da força trabalho	3,8	7	3,2	9	5,0	5
13 - Composição da população percebida	0,0	14	0,0	14	0,0	10
14 - Contexto político, institucional e social	0,5	12	0,8	12	0,0	10
15 - Questões pessoais	3,8	7	6,5	6	5,0	5

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

4.3 POLÍTICAS E PROGRAMAS DE EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO

Este item avalia a capacitação para a criação ou gerenciamento de novos negócios, que é incorporada nos sistemas educacionais e de treinamento, em todos os níveis (ensino fundamental, médio, universitário e pós-universitário, além das escolas técnicas e cursos avulsos voltados ao empreendedorismo). Adicionalmente, também se procura examinar a qualidade em termos de conteúdo e orientação para a inovação e criatividade, além da competência dos professores e da experiência dos empreendedores.

Embora “Educação e Capacitação” seja a terceira condição mais citada como limitante ao empreendedorismo na percepção dos especialistas, ela é pouco lembrada pelos os empreendedores (tabelas 4.8 e 4.9).

TABELA 4.9 - CONDIÇÕES LIMITANTES AO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - BRASIL - 2001 A 2006

CONDIÇÕES	ESPECIALISTAS	
	Proporção (%)	Posição
01 - Apoio financeiro	20,9	2
02 - Políticas Governamentais	21,3	1
03 - Programas Governamentais	5,7	6
04 - Educação e capacitação	16,4	3
05 - Transferência de tecnologia	6,2	5
06 - Inf. comercial e profissional	2,6	10
07 - Abertura de mercado	1,0	12
08 - Acesso a inf. física	2,9	8
09 - Normas culturais e sociais	11,6	4
10 - Capacidade empreendedora	5,7	6
11 - Clima econômico	2,3	11
12 - Características da força trabalho	0,5	13
13 - Composição da população percebida	0,0	14
14 - Contexto político, institucional e social	2,8	9
15 - Questões pessoais	0,0	15

FONTE: Pesquisa Especialistas - GEM 2006

Na percepção desses pesquisados, o ensino nas escolas primárias e secundárias não fornece instruções adequadas sobre os princípios econômicos de mercado (-1,5). Além disso, ele é precário quanto à atenção dada ao empreendedorismo e à criação de novas empresas (-1,6) como também para encorajar a criatividade, a auto-suficiência e a iniciativa pessoal (-1,34).

A educação de nível superior (-0,8) e a continuada ou de aperfeiçoamento (-0,43) também não são consideradas como favoráveis para o aprimoramento das habilidades para iniciar novos negócios (tabela 4.10). Apesar de existirem no País vários cursos de nível superior que atribuem atenção especial ao estudo do empreendedorismo, ainda não há uma boa e adequada preparação que possibilite aos concluintes lidar com empresas em fase de *start-up* e em crescimento. No Brasil, dos 18.644 cursos de graduação cadastrados no Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) em 2004, apenas 16 são cursos ou habilitações em empreendedorismo, a maioria ofertada na Região Sudeste, em Minas Gerais e São Paulo. No entanto, a abrangência se amplia se consideradas as disciplinas isoladas ofertadas nas grades curriculares de diversos cursos.

O papel da universidade na sua relação com o setor produtivo vai além do ensino e da formação. A cooperação entre empresas, universidades e centros de pesquisa pode ocorrer em diversos contextos e objetivos. As formas podem variar desde a oferta de recursos humanos até a organização de estruturas mais complexas, tal como a formação de centros de pesquisa para o desenvolvimento tecnológico cooperativo, incubadoras e parques tecnológicos.

Segundo os resultados da Pesquisa de Inovação Tecnológica - PINTEC 2003/IBGE, no Brasil, uma minoria de empresas está envolvida nas relações de cooperação com universidades e centros de pesquisa. As grandes empresas não vêem necessidade de estabelecer cooperação com universidades por possuírem centros de P&D internos ou em sua matriz, diferentemente do caso da maioria das empresas de médio e pequeno portes, que não possuem capacitação interna suficiente, especialmente recursos humanos para estabelecer esta relação. Ainda segundo a PINTEC, 40% das empresas que implementaram inovações com relações de cooperação possuem mais de 500 empregados, enquanto nas empresas com até 49 pessoas ocupadas somente 16% das inovações são resultados de relações cooperativas. Isso mostra a dificuldade das empresas novas em desenvolver relações de cooperação com as universidades e centros de pesquisa. Em 2006, entre os empreendedores nascentes, 51,7% iniciaram suas atividades sem nenhuma orientação e experiência anterior (tabela 4.5). Somente 9,6% dos empreendedores deste estágio tiveram alguma orientação relacionada ao desenvolvimento de novas tecnologias de produtos e processos. As demais orientações recebidas referem-se, basicamente, ao aspecto administrativo.

TABELA 4.10 - EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - GEM 2006

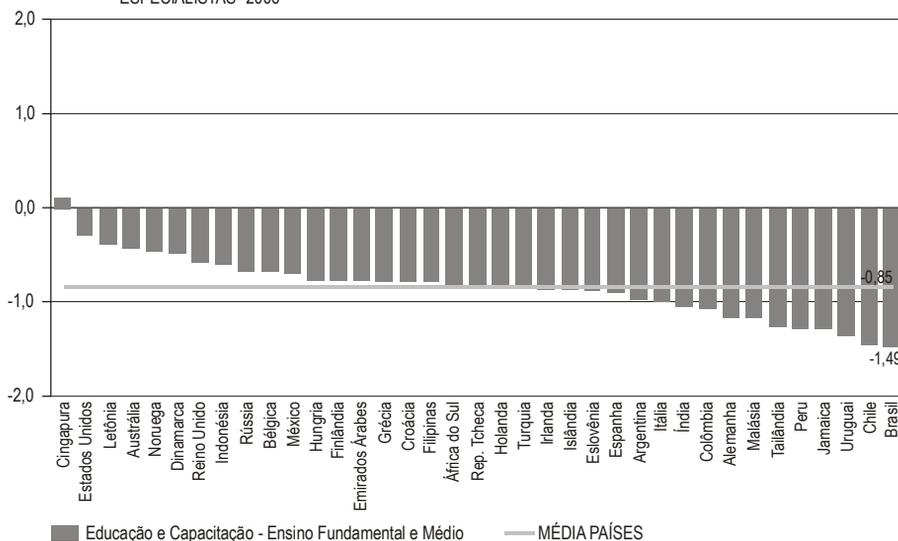
PAÍSES	EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO						
	Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias encoraja a criatividade, a auto-suficiência e a iniciativa pessoal.	Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias fornece instrução adequada sobre os princípios econômicos de mercado.	Em meu país, o ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas.	Em meu país, as faculdades e univ. fornecem uma preparação boa e adequada para lidar com empresas em fase de start-up e em crescimento.	Em meu país, o nível do ensino nas áreas de adm. e negócios fornece uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas.	Em meu país, programas de capacitação de mão-de-obra, o ensino prof. e os sistemas de educação continuada fornecem uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenv. novas empresas.	Média
África do Sul	-0,52	-0,83	-0,97	-0,60	-0,17	-0,31	-0,57
Alemanha	-0,73	-1,18	-1,57	-0,47	-0,39	-0,64	-0,83
Argentina	-0,69	-1,08	-1,12	-0,20	0,50	0,43	-0,36
Austrália	0,03	-0,29	-1,03	-0,56	0,14	0,08	-0,27
Bélgica	-0,51	-0,39	-1,08	-0,57	0,43	0,37	-0,29
Brasil	-1,34	-1,50	-1,60	-0,80	-0,43	-0,43	-1,02
Chile	-1,56	-1,25	-1,56	-0,42	0,56	-0,22	-0,74
Cingapura	0,19	0,03	0,08	0,33	0,33	0,42	0,23
Colômbia	-0,86	-1,12	-1,11	0,16	0,52	0,09	-0,39
Croácia	-0,71	-0,71	-0,91	-0,60	0,11	-0,09	-0,49
Dinamarca	-0,26	-0,48	-0,70	-1,26	-0,44	-0,43	-0,60
Emirados Árabes	-0,36	-0,81	-1,11	0,04	0,14	0,04	-0,34
Eslovênia	-0,76	-0,80	-1,10	-0,43	0,23	-0,31	-0,53
Espanha	-0,68	-0,85	-1,20	-0,61	0,06	-0,10	-0,56
Estados Unidos	0,10	-0,37	-0,55	0,51	0,81	0,49	0,17
Filipinas	-0,42	-0,90	-1,12	-0,31	0,04	-0,06	-0,46
Finlândia	-0,53	-0,74	-1,04	-0,72	0,04	-0,20	-0,53
Grécia	-0,71	-0,74	-0,91	-0,49	-0,23	-0,40	-0,58
Holanda	-0,50	-0,73	-1,17	-0,77	-0,26	-0,27	-0,62
Hungria	-0,23	-0,91	-1,18	-0,05	0,41	-0,38	-0,39
Índia	-0,69	-1,26	-1,23	-0,39	0,39	-0,03	-0,54
Indonésia	-0,47	-0,67	-0,70	-0,27	0,27	0,13	-0,29
Irlanda	-0,72	-0,74	-1,10	-0,51	-0,29	-0,27	-0,61
Islândia	-0,73	-0,87	-1,00	-0,10	0,54	0,11	-0,34
Itália	-0,53	-0,94	-1,33	-0,65	-0,17	0,06	-0,59
Jamaica	-1,06	-1,19	-1,29	-0,57	-0,03	-0,06	-0,70
Letônia	-0,10	-0,30	-0,75	0,00	-0,05	-0,15	-0,23
Malásia	-1,20	-1,00	-1,32	-0,93	-0,36	-0,26	-0,85
México	-0,59	-0,83	-0,76	0,06	0,28	0,06	-0,30
Noruega	-0,14	-0,70	-0,43	-0,36	-0,06	-0,34	-0,34
Peru	-1,19	-1,18	-1,45	-0,39	0,03	-0,18	-0,73
Reino Unido	-0,34	-0,76	-0,63	-0,26	-0,06	-0,33	-0,40
República Tcheca	-0,73	-0,61	-0,91	-0,31	-0,06	-0,06	-0,45
Rússia	-0,39	-0,56	-1,03	-0,66	0,22	0,28	-0,36
Taiilândia	-1,21	-1,04	-1,43	-0,17	-0,34	-0,39	-0,76
Turquia	-0,80	-0,89	-0,86	-0,64	-0,29	-0,34	-0,64
Uruguai	-1,06	-1,43	-1,57	-0,46	0,19	-0,06	-0,73
Média países	-0,62	-0,83	-1,05	-0,39	0,07	-0,10	-0,49

FONTE: Pesquisa especialista - GEM 2006

De forma geral, são poucas as universidades brasileiras que apresentam programas que ajudam a criar habilidades e aperfeiçoar informações necessárias para pessoas que desejam iniciar ou gerenciar um pequeno negócio ou desenvolvem programas para ajudar pessoas a tornarem-se empreendedoras. Esta tem sido apontada como uma das principais falhas dessas instituições, que preparam seus alunos para enfrentar o mercado de trabalho, mas não para serem empreendedores.

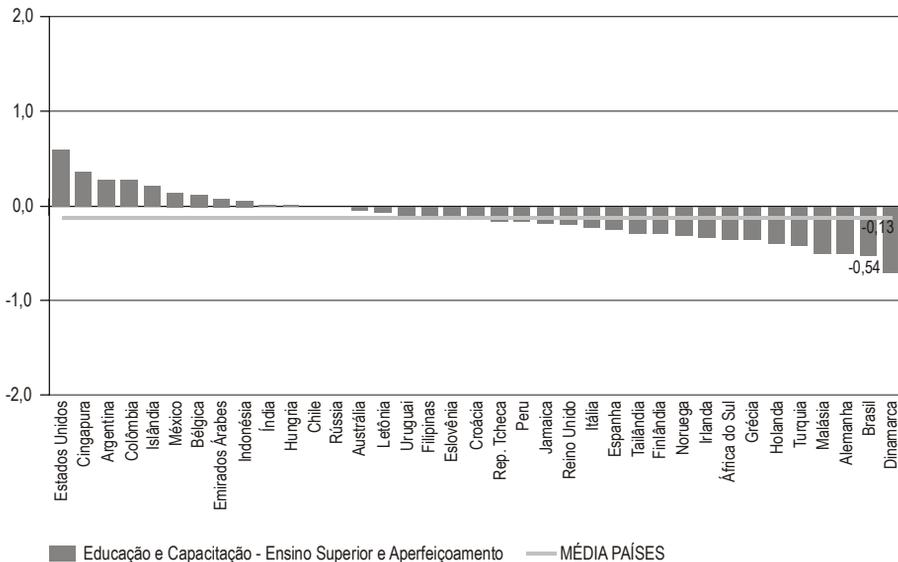
A avaliação desfavorável dos especialistas brasileiros sobre a relação da educação e a capacitação com o empreendedorismo é compartilhada pelos especialistas dos demais países do GEM. As maiores críticas são direcionadas à contribuição dos ensinamentos fundamental e médio, exceção feita a participantes como Cingapura, onde a avaliação foi positiva (0,23) (tabela 4.10 e figuras 4.7 e 4.8). Este resultado deve-se a mudanças na política educacional daquele país, que alterou os currículos escolares em todos os níveis com a finalidade de formar jovens menos resistentes ao risco e mais empreendedores. Porém, efeitos dessas mudanças só serão percebidos no longo prazo. Já no nível educacional superior, o número de países com percepção mais positiva sobre a condição em análise é maior. Dentre eles, destacam-se EUA, Cingapura, Argentina, Colômbia, Islândia, México, Bélgica, Emirados Árabes e Indonésia (figura 4.8).

FIGURA 4.7 - EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO NO ENSINO AO NÍVEL FUNDAMENTAL E MÉDIO NA PERCEÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

FIGURA 4.8 - EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO NO ENSINO AO NÍVEL SUPERIOR NA PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

4.4 SÍNTESE

Em síntese, o empreendedor brasileiro, de forma geral, reconhece boas oportunidades para empreender, sendo os principais estímulos à abertura de negócios a busca por uma maior independência profissional e o aumento da renda pessoal.

Em termos de capacidade do empreendedor, para os especialistas esta é uma condição favorável quando visto de um prisma motivacional. Em outros termos, a sociedade brasileira tem uma imagem positiva do papel do empreendedor como sendo alguém que tem poder, competência e riqueza. A capacidade vista como potencial, porém, é avaliada de maneira mais pessimista, apesar de existirem instituições de ensino e de treinamento que incluem a formação para o empreendedorismo em sua grade curricular. Mesmo assim, para os especialistas, a oferta de cursos existentes no mercado (independentemente do nível de escolaridade e finalidade) é insuficiente e incapaz de gerar uma população mais

capacitada para os empreendimentos, a qual carece desde conhecimentos básicos de dinâmica de mercado até mecanismos internos de gestão.

Quanto à Educação e Capacitação, os empreendedores apresentam uma visão mais positiva e destacam-na como a 8ª mais importante (não é, contudo, uma das principais). Os especialistas, no entanto, são mais pessimistas e a consideram como condição desfavorável ao empreendedorismo em virtude da insuficiente contribuição que a educação formal ofereceria para promover um espírito mais empreendedor nas pessoas – ainda que existam cursos relacionados ao empreendedorismo, espaços para incubar novos negócios no ambiente das universidades e interações entre universidades, centros de pesquisa e empresas e assim por diante. Esse espírito remete ao conhecimento específico para gerenciar determinadas atividades, como também a atitudes imprescindíveis para empreender (criatividade, flexibilidade e segurança).

5 NEGÓCIOS, PRODUTOS E CLIENTES

A inovação é o motor da competitividade e do desenvolvimento das nações. Inovar em produtos e serviços, inovar em processos, inovar em tecnologias de gestão e em modelos de negócios é a palavra de ordem para estabelecerem diferenciais competitivos que permitam enfrentar o avanço da concorrência nos mercados nacional e internacional.

A criatividade e a iniciativa empreendedora dependem de um complexo padrão de relações institucionais que intervém no processo de descobertas científicas, nas atividades inovadoras e nas suas aplicações, resultando em transformações econômicas e sociais.

No âmbito da atividade empresarial, o processo de inovação demanda uma série de características especiais que, de acordo com Schumpeter (1982), se manifestam em indivíduos também especiais, os empreendedores. Segundo esse autor, as inovações são motivadas pela percepção de oportunidades de mercado, transformadas em ganho pelos agentes econômicos - indivíduos ou organizações empreendedoras - mais audaciosos e efetivos.

Neste item são analisados os resultados da pesquisa do GEM no que diz respeito à capacidade de inovação e desenvolvimento tecnológico dos negócios no Brasil, principalmente no caso dos empreendimentos nascentes e novos, no período 2001-2006. Nessa perspectiva, são utilizadas algumas variáveis de pesquisa vinculadas aos conceitos de Schumpeter (1982), que identifica cinco tipos de inovação: a introdução de um novo produto ou a melhoria da qualidade de um já existente, a introdução de um novo método de produção, a abertura de um novo mercado, a conquista de novas fontes de matérias-primas e a criação de um novo tipo de organização industrial.

Para analisar a introdução de novos produtos no mercado, a variável utilizada é o grau de conhecimento do produto ou serviço pelo mercado, relacionado ao uso de novas tecnologias e processos. Já para a análise da abertura de novos mercados utiliza-se a variável *quantidade de concorrentes*. A introdução de um novo método de produção é avaliada a partir da *idade da tecnologia empregada pelos empreendedores*.

O agrupamento desses fatores permite definir categorias para classificação dos empreendimentos em termos de Potencial de Inovação (ver capítulo 1 - Considerações Metodológicas).

Quando é analisado o potencial de inovação do empreendimento (tabela 5.1), constata-se que no período acumulado de 2002 a 2006, 52,7% dos empreendedores iniciais e 60,3% dos empreendedores estabelecidos estão à frente de empreendimentos com *Mínimo Potencial de Inovação*, o que significa a ausência de qualquer fator relacionado à inovação nesses empreendimentos. Objetivamente o *Mínimo Potencial de Inovação* configura-se quando o empreendedor indica que: (a) nenhum de seus potenciais clientes consideram o seu produto ou serviço novo e desconhecido; (b) muitos concorrentes estão oferecendo os mesmos produtos e serviços e (c) as tecnologias e os processos utilizados no negócio não são novas (disponíveis há mais de um ano).

TABELA 5.1 - POTENCIAL DE INOVAÇÃO, SEGUNDO ESTÁGIO DOS EMPREENDEDORES NO BRASIL - 2002 A 2006

POTENCIAL DE INOVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO (Fatores: Nova Tecnologia, Baixa Concorrência, Produto Novo ou desconhecido)	ESTÁGIO	
	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)
3 Fatores presentes (máximo potencial)	0,70	0,40
2 Fatores presentes	12,80	7,00
1 Fator presente	33,80	32,30
Nenhum Fator presente (mínimo potencial)	52,70	60,30

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

O *Máximo Potencial de inovação* é exatamente o oposto, ou seja, quando os consumidores consideram o produto/serviço⁸ desconhecido, o nível de competição é reduzido e as tecnologias e processos utilizados são novos. Incluídos nesta categoria estão apenas 0,7% dos empreendedores iniciais e 0,4% dos estabelecidos.

Em síntese, embora o Brasil figure entre os países mais empreendedores, os negócios, sejam eles iniciais (nascentes e novos) ou estabelecidos, caracterizam-se como pouco inovadores. Algumas razões podem explicar este quadro.

Uma das razões é a elevada taxa de participação do empreendedorismo por necessidade, de aproximadamente 50% dos empreendimentos iniciais

⁸Nas análises, a oferta de produtos abarca tanto mercadorias quanto serviços.

realizados no Brasil no período 2001-2006. Esse tipo de empreendimento, com raras exceções, caracteriza-se por baixo nível de investimento e baixo conteúdo tecnológico.

Outra razão refere-se à trajetória de acumulação de capacidade tecnológica das empresas. Segundo a literatura sobre o tema (Lall, 1992; Bell e Pavitt, 1993; Figueiredo, 2004), a capacidade de inovação de uma empresa é evolutiva, ou seja, está armazenada, acumulada em quatro componentes, a saber: a) no sistema técnico-físico das empresas (maquinas e equipamentos, tecnologias de informação e plantas industriais); b) no conhecimento e qualificação das pessoas (conhecimento tácito, experiências, habilidades adquiridas ao longo do tempo e qualificação formal); c) no sistema organizacional (conhecimento acumulado nas rotinas organizacionais e gerenciais, procedimentos, documentação, técnicas de gestão, processos e fluxos de produção); d) nos laboratórios de pesquisa e desenvolvimento (análise, desenho, prototipagem, ensaios). Nesse sentido os empreendimentos iniciais, que estão iniciando a sua trajetória de acumulação de capacidade tecnológica, normalmente seguem uma seqüência do tipo “investimento – produção - inovação”, na qual o investimento inicial ocorre por meio de tecnologias já conhecidas e disponíveis no mercado. Já os negócios inovadores e estabelecidos, que acumularam em sua trajetória capacidades tecnológicas, seguem a seqüência “inovação – investimento - produção”.

Outra razão que afeta negativamente a propensão a inovar dos novos empreendimentos refere-se à incipiente estruturação dos sistemas de inovação, principalmente no nível das economias regionais. A inovação é resultado de uma cultura específica, desenvolvida em ambientes favoráveis para tanto. Esses ambientes estão constituídos por redes de negócios, relações articuladas com universidades e instituições de pesquisa, um sistema normativo de estímulo e proteção da propriedade intelectual e à ação empreendedora, fontes de financiamento destinadas à criação e desenvolvimento de empreendimentos inovadores, políticas de apoio ao desenvolvimento tecnológico e políticas econômicas propícias ao desenvolvimento, numa perspectiva de médio e longo prazo.

Constatado o fato de que os empreendimentos no Brasil caracterizam-se como de baixo potencial de inovação as análises foram focadas no desdobramento dos fatores conhecimento do produto, concorrência e tecnologia relacionando

com o perfil do empreendimento e o perfil do empreendedor. Foram assim investigadas as características dos negócios, segundo:

- Grau de conhecimento dos produtos pelo consumidor: produtos **novos e desconhecidos** ou produtos **conhecidos**;
- Grau de concorrência: **baixa concorrência** ou **alta concorrência**;
- Idade das tecnologias: **tecnologia nova** ou **tecnologia conhecida** (há mais de 1 ano).

5.1 GRAU DE CONHECIMENTO DOS PRODUTOS PELO CONSUMIDOR

A pesquisa em 2006 mostra que a maioria dos empreendedores oferece produtos já conhecidos pelo mercado, independente do estágio do empreendimento e da motivação - tabela 5.2. Este perfil se deve basicamente à característica do empreendimento. Geralmente os brasileiros optam por negócios já conhecidos e que demandam baixo investimento em virtude de sua escassa condição financeira. A maioria das atividades está relacionada ao comércio varejista, sendo empreendedores mais freqüentemente identificados: vendedores ambulantes de alimentos e bebidas, comerciantes de bebidas, vendedores de artigos de vestiário e vendedoras autônomas de cosméticos e produtos de beleza.

TABELA 5.2 - CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO NO BRASIL - 2006

PRINCIPAIS TAXAS	Produto Novo ou Desconhecido		Produto Conhecido	
	Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
Estágio				
Empreendedores Iniciais (TEA)	2,70	56,40	8,70	47,00
Nascentes	1,00	20,20	2,50	13,60
Novos	1,70	36,20	6,20	33,40
Estabelecidos	2,10	43,60	9,80	53,00
Motivação				
Oportunidade	1,80	66,00	4,00	46,80
Necessidade	0,90	34,00	4,60	53,20

FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2006

Em termos proporcionais, a maioria (53%) dos empreendedores que ofertam produtos já **conhecidos** pelo mercado possui mais tempo de atividade (estabelecidos). Entre os empreendedores iniciais, a maioria é motivada por necessidade (53,2%).

De maneira distinta, aqueles que oferecem produtos **novos ou desconhecidos**, são em sua maioria empreendedores iniciais (56,4%). Quanto à motivação destes, a grande maioria (66%) orienta-se pela busca de oportunidades (tabela 5.2).

Ao tratar das taxas, no grupo de empreendedores iniciais envolvidos com negócios já **conhecidos** pela população esta é de 8,7%, enquanto para os empresários já estabelecidos é de 9,8%. Paralelamente, as taxas são menores para os empreendedores que investem em produtos **novos ou desconhecidos**, 2,7% para os empreendedores iniciais e 2,1% para os empreendedores estabelecidos.

Perfil dos empreendedores segundo grau de conhecimento dos produtos pelo consumidor

◆ *Produtos novos ou desconhecidos* (tabela 5.3)

No tocante ao gênero, para o período 2002 a 2006 pode-se observar um maior número de homens envolvidos com empreendimentos que ofertam produtos **novos ou desconhecidos**, independentemente do seu estágio.

Em relação à renda, a maior taxa de empreendedores estabelecidos encontra-se na faixa acima de 18 salários mínimos (4,6%), enquanto para os empreendedores iniciais a maior taxa (também 4,6%) encontra-se numa faixa de renda menor, que vai de mais de 9 até 12 salários mínimos. No entanto, proporcionalmente os empreendedores concentram-se na faixa de renda de menos de 3 salários mínimos, iniciais 44,2% e estabelecidos 37,3%, o que reflete as disparidades de renda existentes na sociedade brasileira.

Quanto à idade, os empreendedores iniciais são mais jovens. A maior taxa (3,5%) está na faixa dos 25 aos 34 anos. Já entre estabelecidos, a maior taxa (2,1%) encontra-se na faixa de 45 a 54 anos.

Em termos de escolaridade, independente do estágio do empreendimento, apesar de a taxa ser maior para pessoas com mais de 11 anos de estudo – que significaria ir além do ensino médio –, a concentração numérica dos empreendedores está na faixa de 5 a 11 anos de estudo. Trata-se de outros dados que espelham a conformação da sociedade brasileira.

TABELA 5.3 - CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR - 2002A2006

CATEGORIAS	PRODUTO NOVO E DESCONHECIDO				PRODUTO CONHECIDO			
	Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecidos		Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecidos	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Gênero								
Masculino	3,00	63,00	2,00	68,00	11,20	53,00	10,80	64,00
Feminino	1,70	37,00	0,90	32,00	9,20	47,00	5,60	36,00
Renda (em Salário Mínimo)								
Menos de 3	1,70	44,20	0,90	37,30	8,50	50,00	6,00	44,60
De 3 a 6	2,80	25,50	1,60	24,70	12,80	26,90	10,40	27,40
Mais de 6 a 9	3,70	11,90	2,60	13,90	13,30	9,80	11,70	19,90
Mais de 9 a 12	4,60	6,10	4,10	9,00	11,60	3,60	13,00	5,00
Mais de 12 a 15	4,00	3,60	1,20	1,80	15,80	3,30	11,90	3,10
Mais de 15 a 18	3,50	1,80	0,70	0,60	13,20	1,60	9,00	1,30
Mais de 18	4,10	3,20	4,60	6,00	13,80	2,50	20,30	4,60
Faixa Etária (em anos)								
18 a 24	2,20	21,60	0,60	9,60	9,40	21,00	2,20	6,20
25 a 34	3,50	40,30	1,30	24,70	13,20	35,30	7,00	23,50
35 a 44	2,60	23,70	1,80	28,30	11,00	23,30	11,80	31,30
45 a 54	1,60	11,20	2,10	25,30	8,90	14,60	12,30	25,20
55 a 64	0,60	3,20	1,40	12,00	4,90	5,80	9,40	13,80
Escolaridade (em anos)								
Sem Educação Formal	0,70	1,40	0,50	1,80	5,30	2,60	6,40	3,80
1 a 4	1,50	25,90	1,00	28,90	8,90	36,20	7,90	40,60
5 a 11	3,00	52,50	1,60	48,80	11,50	47,00	8,00	40,60
Mais de 11	3,90	20,10	2,40	20,50	12,00	14,20	10,00	14,90

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2002 a 2006

◆ *Produtos conhecidos (tabela 5.3)*

No período 2002 a 2006, a maior taxa para esses empreendedores está composta por homens, sendo que a diferença entre os gêneros é maior entre os

estabelecidos, com grau de concentração de 64%. Entre os empreendedores iniciais, por sua vez, as taxas das mulheres são maiores que entre os estabelecidos, chegando a uma proporção quase igual à dos homens (47%).

No que se refere à renda familiar, há uma maior concentração de empreendedores, independentemente de estágio, na menor faixa, ou seja, até três salários mínimos. Por outro lado, a maior taxa de empreendedores estabelecidos está na faixa de mais de 18 salários mínimos (20,3%), enquanto a maior taxa para os empreendedores iniciais vá de mais de 12 até 15 salários mínimos (15,8%).

Assim como ocorre entre seus congêneres que ofertam produtos novos ou desconhecidos, os empreendedores que ofertam produtos **conhecidos** são mais jovens no caso dos empreendimentos iniciais (35,3% possuem entre 25 e 34 anos), que no caso dos empreendimentos estabelecidos (31,3% têm entre 45 a 54 anos).

Em termos de escolaridade, a maior taxa encontra-se no grupo de empreendedores com mais de 11 anos de estudo, independente do estágio de empreendimento. Contudo, os empreendedores iniciais são os que passaram mais tempo nos bancos escolares: 47% deles concentram-se na faixa dos 5 aos 11 anos de estudo. Os empreendedores estabelecidos se concentram igualmente nas faixas de 1 a 4 anos e de 5 a 11 anos (40,6% para ambas). É justamente na escolaridade que os tipos de empreendedores aqui considerados (os que ofertam produtos **novos e desconhecidos** e os que ofertam produtos **conhecidos**) se diferenciam, de modo geral pode-se afirmar que a escolaridade é superior entre os primeiros.

Perfil dos Empreendimentos segundo o grau de conhecimento dos produtos pelos consumidores (tabela 5.4)

No período 2002-2006, a maioria dos empreendedores esteve envolvida com atividades relacionadas a serviços orientados aos consumidores, com uma proporção média de 52%. Esta proporção aumenta entre os empreendedores iniciais que ofertam produtos **conhecidos** (66,4%). Já as atividades extrativistas concentram o menor número de empreendedores estabelecidos, independente do tipo de produto, com média de 3,7% (entre os empreendedores iniciais que ofertam produtos **conhecidos** a proporção é ainda menor: 2,3%)

(tabela 5.4). No caso dos empreendedores iniciais que ofertam produtos **novos ou desconhecidos**, o menor grau de concentração está localizado no setor extrativista (2,1%).

No tocante à expectativa de geração de empregos, os empreendedores iniciais que atuam com produtos **novos ou desconhecidos** são mais otimistas, pois, em torno de 35% deles esperam gerar mais de 5 postos de trabalho nos próximos 5 anos, enquanto pouco mais de 20% dos empreendedores que oferecem produtos **conhecidos** esperam gerar o mesmo número de empregos.

TABELA 5.4 - GRAU DE CONHECIMENTO DOS PRODUTOS, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENHIMENTO - 2002A2006

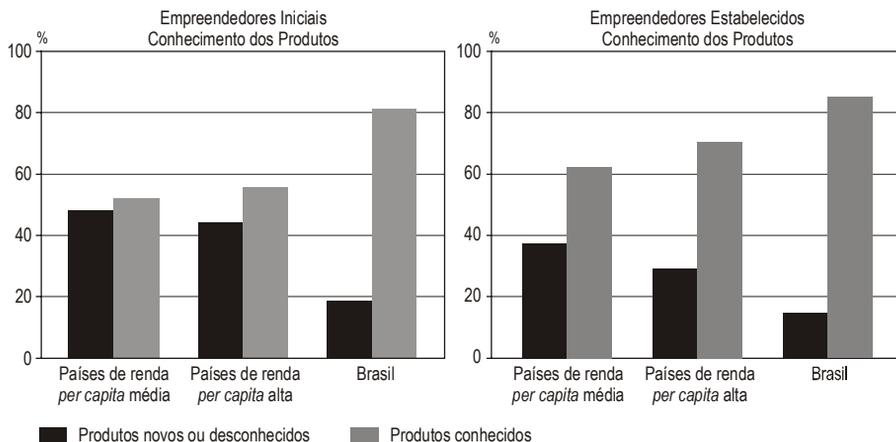
CATEGORIAS	PRODUTO NOVO E DESCONHECIDO		PRODUTO CONHECIDO	
	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)
Setor de Atividade				
Extrativista	2,1	3,1	2,3	4,2
De transformação	27,4	43,2	23,1	40,3
Serviços Orientados às Empresas	14,5	13,0	8,2	9,0
Serviços Orientados aos Consumidores	56,0	40,7	66,4	46,5
Idade das Tecnologias				
Nova	8,3	5,4	5,2	4,9
Conhecida	91,7	94,6	94,8	95,1
Grau de Concorrência				
Baixa	47,1	35,5	32,1	25,2
Alta	52,9	64,5	67,9	74,8
Expectativa de Exportação				
De 75 a 100%	1,9	0,6	0,9	0,4
De 25 a 74%	3,8	5,0	1,4	0,8
De 1 a 24%	13,6	14,5	8,7	9,5
Nenhum	80,8	79,9	89,0	89,3
Postos de Trabalho (expectativa para os próximos 5 anos)				
Nenhum	28,1	41,9	36,1	47,9
De 1 a 5	36,6	35,8	43,3	33,5
De 6 a 19	21,0	13,5	12,5	11,1
Mais de 20	14,3	8,8	8,1	7,5

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2002 a 2006

Comparação com os grupos de países participantes segundo o grau de conhecimento dos produtos pelos consumidores (figura 5.1)

A figura 5.1 compara o conhecimento do produto entre os empreendedores em estágio inicial e estabelecidos nos dois grupos de países participantes (países de renda per capita média e países de renda per capita alta) e Brasil. O comportamento é muito similar para todos os grupos. A maioria dos negócios oferta produtos que não são novos para os consumidores, no Brasil esta proporção supera 80% dos empreendedores independente do estágio, e apenas uma pequena parcela dos empreendedores indica que seu produto é uma novidade para todos os consumidores.

FIGURA 5.1 - GRAU DE CONHECIMENTO DOS PRODUTOS POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL



FONTE: Adaptado GEM 2006 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

5.2 GRAU DE CONCORRÊNCIA

A maioria dos empreendedores inicia atividades em setores de **alta concorrência**, independentemente de seu estágio (taxa de 7% para negócios iniciais e 8,7% para os estabelecidos). Quanto à motivação, tanto por oportunidade quanto por necessidade, as taxas são semelhantes e relativamente altas, 3,1% e 3,8%, respectivamente (tabela 5.5). Esse quadro

deve-se ao fato de praticamente a totalidade dos empreendedores desenvolver atividades já existentes, com vários concorrentes, o que tende a influenciar as possibilidades de sucesso e sobrevivência de um empreendimento. Há que se levar esse fato em consideração quando se pensam estratégias para reduzir a taxa de mortalidade dos negócios no Brasil. Programas de apoio que ajudem a prospectar atividades em crescimento e com menos concorrentes podem dar sobrevida aos negócios.

TABELA 5.5 - GRAU DE CONCORRÊNCIA, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO - BRASIL - 2006

PRINCIPAIS TAXAS	BAIXA CONCORRÊNCIA		ALTA CONCORRÊNCIA	
	Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
ESTÁGIO				
Empreendedores Iniciais (TEA)	4,40	58,40	7,00	44,40
Nascentes	1,70	22,10	1,80	11,50
Novos	2,70	36,20	5,20	32,90
Estabelecidos	3,10	41,60	8,70	55,60
MOTIVAÇÃO				
Oportunidade	2,70	60,90	3,10	45,30
Necessidade	1,70	39,10	3,80	54,70

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

Em termos proporcionais (tabela 5.5), a maioria dos empreendedores que atuam em setores de **alta concorrência** é composta por empreendedores estabelecidos (55,6%) e é motivada por necessidade (54,7%), diferentemente daqueles que estão em setores de **baixa concorrência**, que são empreendedores iniciais (58,4%), em geral motivados por oportunidade (61%).

Perfil dos Empreendedores, segundo o grau de concorrência

◆ *Baixa concorrência* (tabela 5.6)

No tocante ao gênero, os homens predominam nas atividades de **baixa concorrência**, independente do estágio dos empreendimentos – taxa de 5% nos iniciais e 3,8% nos estabelecidos, que traduzidas em proporções significam 55% e 58%, respectivamente.

Quanto à renda familiar, em termos proporcionais, os empreendedores se concentram nas faixas de até 6 salários mínimos, onde se encontram 72% dos empreendedores iniciais e 69% dos estabelecidos. No entanto, apesar da maior concentração proporcional nas faixas de menores rendimentos, as taxas são maiores para empreendedores iniciais com renda acima de 9 salários mínimos, sendo que a maior taxa é de empreendedores iniciais com faixa de renda de 12 a 15 salários (9,5%). O mesmo ocorre com empreendedores estabelecidos, em que a maior taxa situa-se em rendimentos acima de 18 salários mínimos (9,7%).

TABELA 5.6- GRAU DE CONCORRÊNCIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR - 2002 A 2006

CATEGORIAS	BAIXA CONCORRÊNCIA				ALTA CONCORRÊNCIA			
	Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecidos		Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecidos	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Gênero								
Masculino	5,00	55,00	3,80	58,00	8,30	57,00	10,70	59,00
Feminino	3,70	45,00	2,50	42,00	5,70	43,00	6,90	41,00
Renda (em Salário Mínimo)								
Menos de 3	3,10	43,30	1,70	39,50	7,10	52,10	5,20	45,10
De 3 a 6	5,90	28,80	3,50	29,60	9,70	25,40	8,50	26,00
Mais de 6 a 9	5,40	9,20	3,60	10,50	11,60	10,70	10,70	11,60
Mais de 9 a 12	8,60	6,20	3,80	4,60	7,60	2,90	13,20	5,90
Mais de 12 a 15	9,50	4,60	4,70	3,90	10,30	2,70	8,30	2,50
Mais de 15 a 18	7,60	2,10	2,80	1,30	9,00	1,30	6,90	1,20
Mais de 18	6,90	2,90	9,70	6,90	11,10	2,50	15,20	4,00
Não Sabe/Recusou-se	-	2,90	-	3,60	-	2,50	-	3,70
Faixa Etária (em anos)								
18 a 24	4,40	22,90	0,80	7,60	7,20	20,10	2,00	6,40
25 a 34	5,90	36,50	2,30	24,30	10,80	36,10	6,00	23,50
35 a 44	4,40	21,70	3,60	30,60	9,20	24,30	10,00	30,90
45 a 54	3,40	13,10	3,80	25,00	7,10	14,40	10,60	25,30
55 a 64	2,10	5,80	2,70	12,50	3,50	5,10	8,20	14,00
Escolaridade (em anos)								
Sem Educação Formal	1,90	2,10	1,70	3,30	4,10	2,50	5,20	3,60
1 a 4	3,00	28,10	2,30	36,80	7,40	37,60	6,70	39,80
5 a 11	5,30	50,80	2,50	40,80	9,20	46,60	7,10	42,10
Mais de 11	6,90	19,00	4,00	19,10	9,00	1,30	8,40	14,40

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2002 a 2006

Os empreendedores iniciais são mais jovens. Um maior número deles encontra-se na faixa entre 25 e 34 anos (proporção de 36,5% e taxa de 5,9%). Já entre os estabelecidos, o maior número de pessoas está na faixa de 35 a 44 anos (participação de 30,6%).

Em termos de escolaridade, independentemente do estágio do empreendimento, apesar de a taxa ser maior para pessoas com mais de 11 anos de estudo, a concentração numérica dos empreendedores está na faixa de 5 a 11 anos de estudo. A escolaridade é um pouco maior entre os empreendedores iniciais. Tal quadro sugere a necessidade de programas educacionais não somente para os novos empreendedores, mas também para aqueles com mais tempo de atuação de mercado.

◆ *Alta concorrência* (tabela 5.6)

Entre esses empreendedores, a concentração dos homens é semelhante entre os estabelecidos (59%) e os iniciais (57%).

Analisando a faixa de renda, há uma maior concentração numérica, independentemente do estágio de empreendimento, na menor faixa de renda, ou seja, até três salários mínimos. Entre os empreendedores iniciais, a participação de 52,1% na faixa de até 3 salários mínimos mostra que os empreendedores que se arriscam em atividades de mais **alta concorrência** auferem uma renda menor do que aqueles que atuam em atividade de **menor concorrência**. No entanto, assim como ocorre com os que atuam em mercados menos concorrenciais, a maior taxa de empreendedores estabelecidos está na faixa acima de 18 salários mínimos (15,2%), enquanto a dos iniciais está na faixa de mais de 6 até 9 salários mínimos (11,6%),

Aqui também os empreendedores iniciais são os mais jovens (56,2% possuem até 34 anos). Os estabelecidos normalmente são mais maduros, 56,2% deles têm entre 35 e 54 anos.

Quanto à escolaridade, o dado interessante é o número significativo de empreendedores estabelecidos na classe mais elevada. Enquanto apenas 1,3% dos empreendedores iniciais estudaram por mais de 11 anos, 14,4% dos empreendedores estabelecidos têm este nível de escolaridade. Apesar disso, ainda há predominância, independente do estágio de empreendimento, de empreendedores com escolaridade entre 5 e 11 anos de estudos (para os iniciais a taxa é de 9,2% e a participação de expressivos 46,6%; para os

estabelecidos a participação é de 42,1%, quase igual a daqueles com apenas 1 a 4 anos de estudo – 39,8%). Novamente não é possível ignorar o problema da baixa escolaridade, independente do estágio do empreendimento e da atividade.

Perfil dos Empreendimentos, segundo o grau de concorrência (tabela 5.7)

Quando se analisa o perfil dos empreendimentos segundo o setor de atividade econômica, a maioria se concentra em serviços orientados aos consumidores, independentemente de estágio e grau de concorrência, embora a predominância desta atividade fique mais nítida entre empreendedores iniciais (67,5% para os de **baixa concorrência** e 62,6% para os de **alta concorrência**).

TABELA 5.7- GRAU DE CONCORRÊNCIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO - 2002 A 2006

CATEGORIAS	BAIXA CONCORRÊNCIA		ALTA CONCORRÊNCIA	
	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)
Setor de Atividade				
Extrativista	2,60	2,40	2,10	4,70
De transformação	20,40	34,10	25,90	43,20
Serviços Orientados às Empresas	9,50	11,50	9,40	8,80
Serviços Orientados aos Consumidores	67,50	52,00	62,60	43,30
Idade das Tecnologias				
Nova	7,10	3,90	5,10	5,30
Conhecida	92,90	96,10	94,90	94,70
Conhecimento dos produtos				
Novo ou desconhecido	25,20	19,50	15,20	12,90
Conhecido	74,80	80,50	84,80	87,10
Expectativa de Exportação				
De 75 a 100%	1,60	0,70	0,80	0,40
De 25 a 74%	1,60	1,30	1,90	1,50
De 1 a 24%	10,30	12,40	9,20	9,40
Nenhum	86,40	85,60	88,00	88,80
Postos de Trabalho (expectativa para os próximos 5 anos)				
Nenhum	32,30	45,00	35,90	47,60
De 1 a 5	42,50	35,90	42,00	33,20
De 6 a 19	14,60	13,50	13,70	10,80
Mais de 20	10,70	5,60	8,50	8,40

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2002 a 2006

As atividades da indústria de transformação aparecem em segundo lugar, sendo que esta participação é mais evidente para os empreendedores estabelecidos, entre os quais é praticamente igual à dos serviços orientados aos consumidores (43,2%). Este dado sugere que os negócios industriais alcançam a maturidade com mais facilidade do que os voltados a serviços aos consumidores, os quais estariam a demandar maior atenção dos programas que tenham como intuito fortalecer negócios iniciais e diminuir sua taxa de mortalidade. Na sequência aparecem os serviços orientados a empresas e à indústria extrativa, independente do estágio e do nível de concorrência.

Quanto ao grau de conhecimento do produto, como visto anteriormente, a maior parte dos empreendedores oferta produtos já conhecidos pelo mercado. O mais preocupante é que entre os estabelecidos e de alta concorrência esta proporção atinge 87,1%. A fragilidade desses negócios a princípio é maior, na medida em que eles não possuem estratégias de diferenciação de produtos, competindo por outras variáveis como o preço e custo.

Tal constatação remete a pensar em programas que contemplem ações de disseminação de informações acerca de produtos similares nos mercados interno e externo e de estímulo à inovação como fator de competitividade dos produtos ofertados.

Os empreendedores que se arriscam a lançar produtos novos e desconhecidos são mais numerosos quando atuam em atividades de **baixa concorrência**, sejam iniciais (25,2%) ou estabelecidos (19,5%), do que os que atuam em atividades de **alta concorrência**, na qual a proporção é de 15,2% e 12,9%, respectivamente.

No tocante à expectativa de geração de empregos, não existem diferenças significativas entre os empreendedores que atuam em setores de baixa e alta concorrência.

Quanto ao mercado, grande parte dos negócios é prestador de serviços destinados aos consumidores nacionais. Esses serviços são denominados produtos *non tradables*, ou seja, não comercializáveis no mercado externo, com uma maior dificuldade de participação no comércio internacional. Isso não impede sua inserção no exterior, mas, para tanto, deve-se pensar em ações articuladas de diferenciação de produtos e inovação/difusão tecnológica nos programas de exportação direcionados aos empreendedores brasileiros.

Grande parte da literatura sobre desenvolvimento tecnológico e abertura de novos mercados pelos negócios novos e em desenvolvimento, tem apontado a necessidade de cooperação para obter maiores chances de inovação e maiores possibilidades de penetração, principalmente no mercado internacional. A cooperação horizontal reduz a desvantagem da escala das pequenas empresas, gera economias de escopo e externalidades positivas, enquanto a cooperação vertical diminui custos de transação. No caso das alianças estratégicas, quando uma pequena empresa se associa a uma marca consolidada no mercado, gera a possibilidade de acesso a novos mercados, que por sua vez pressiona novas empresas a introduzirem melhorias nos seus processos, tais como padronização e certificação da conformidade e a adoção de novas técnicas gerenciais.

Os novos empreendimentos criados no Brasil estão, na maioria dos casos, voltados ao mercado local ou regional. A penetração no mercado externo, tanto dos negócios iniciais quanto dos estabelecidos, ainda é muito tímida. O GEM 2006 comprova esta tendência ao revelar que quase 90% dos empreendedores pesquisados não possuem nenhuma expectativa de exportação (tabela 5.7).

O governo brasileiro tem adotado algumas medidas de apoio às exportações voltadas a pequenas e médias empresas. No entanto, essas medidas têm demonstrado pouca eficácia, uma vez que não se vinculam à promoção da inovação e ao aumento da produtividade. Ademais, a pequena empresa dificilmente terá escala e logística necessária para enfrentar isoladamente o volume de demanda e as exigências em termos de qualidade do mercado internacional. Uma posição mais competitiva só ocorrerá se essas empresas estiverem focadas em nichos de mercado ou formarem redes de cooperação com o objetivo de criar oportunidade de mercado, escala e escopo.

A tabela 5.8 mostra os resultados do esforço tecnológico brasileiro em relação às exportações de produtos de alta tecnologia. O Brasil, além de apresentar um saldo negativo da Balança de Pagamentos de Tecnologia, também apresenta participação dos produtos de alta tecnologia nas exportações totais inferior à grande maioria dos países selecionados. Tanto as empresas que atuam em um mercado fortemente concorrencial quanto aquelas que atuam em setores de baixa concorrência, adotam tecnologias conhecidas, acima de 92%. (tabela 5.7). Os empreendimentos, portanto, geralmente concorrem no mercado por meio de ajustes de preços em vez de fazê-lo pela inovação e diferenciação dos produtos e serviços.

TABELA 5.8 - RESULTADO DO ESFORÇO TECNOLÓGICO DE PAÍSES SELECIONADOS

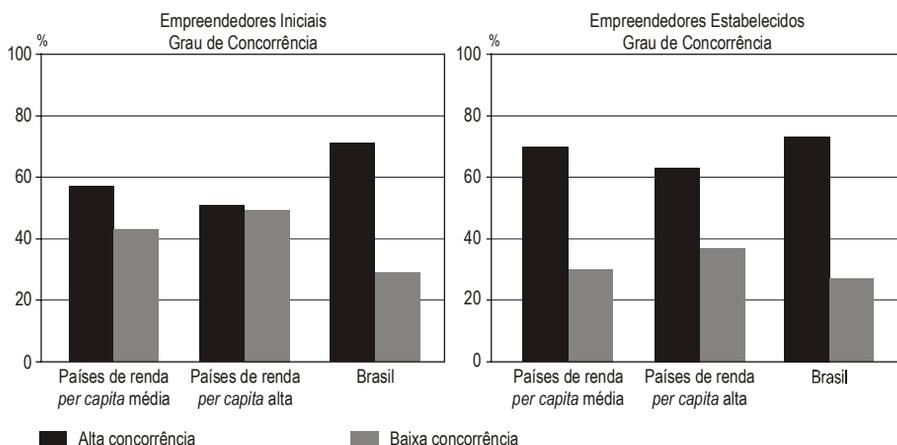
INDICADORES	PAÍSES							
	Japão	Coréia do Sul	Estados Unidos	Alemanha	Reino Unido	Itália	Brasil	México
PIB <i>per capita</i> US\$ em 2003	34.510	12.020	37.610	25.250	28.350	21.560	2.825	6.230
Exportações em bilhões de dólares 2002	480	173	782	550	280	240	55	160
Saldo do Balanço de Pagamentos de Tecnologia % PIB 2001	0,12	-0,61	0,22	-0,36	0,6	-0,07	-0,15	-0,06
Participação dos produtos de alta tecnologia em relação às exportações - 2001 (%)	25	...	29	17	26	9	11	...

FONTE: OMC, OCDE

Comparação com os grupos de países participantes, segundo o grau de concorrência (figura 5.2)

A figura 5.2 mostra que de forma geral os empreendedores desenvolvem suas atividades em ambientes de **alta concorrência**, 50,8% dos empreendedores em estágio inicial nos países de renda alta indicam esta expectativa, 57,1% nos países de renda média e 71 % no Brasil. Esse padrão se manifesta de modo semelhante entre os empreendedores estabelecidos.

FIGURA 5.2 - GRAU DE CONCORRÊNCIA, POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL



FONTE: Adaptado GEM 2006 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

5.3 IDADE DA TECNOLOGIA

Em relação à idade das tecnologias e processos usados pelos empreendedores brasileiros, pode-se afirmar que estes, independente do estágio, desenvolvem seus negócios baseados em tecnologias já existentes há mais de um ano, taxa de 10,2% para os empreendedores iniciais e 11,1% para os estabelecidos. Os que empreendem baseados em **tecnologias novas** constituem uma reduzida parcela do total de empreendedores (tabela 5.9). Proporcionalmente, mais de 60% dos empreendedores que utilizam **tecnologias novas** são iniciais, enquanto 52% dos empreendedores que utilizam **tecnologias conhecidas** são estabelecidos.

TABELA 5.9 - IDADE DA TECNOLOGIA, SEGUNDO ESTÁGIO E MOTIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO - BRASIL - 2006

PRINCIPAIS TAXAS	TECNOLOGIA NOVA		TECNOLOGIA CONHECIDA	
	Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
Estágio				
Empreendedores Iniciais (TEA)	1,10	61,10	10,20	47,90
Nascentes	0,50	27,80	2,95	13,90
Novos	0,60	33,20	7,25	34,00
Estabelecidos	0,70	38,90	11,10	52,10
Motivação				
Oportunidade	0,60	57,10	5,15	50,70
Necessidade	0,50	42,90	5,00	49,30

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

Perfil dos Empreendedores, segundo a idade das tecnologias

◆ *Tecnologias novas* (tabela 5.10)

No tocante ao gênero, entre os empreendedores iniciais que utilizam tecnologias novas, observa-se que a maioria desses é do sexo feminino com 56%. O mesmo não acontece com as empreendedoras estabelecidas que representam apenas 36% do total daqueles que usam tecnologias novas.

Com relação à renda familiar destaca-se a faixa de 9 a 12 Salários Mínimos, com taxa de 1,4% para os empreendedores iniciais e a faixa de mais de 18 Salários

Mínimos para os empreendedores estabelecidos com taxa de 0,9%. Proporcionalmente, mais de ¾ dos empreendedores possuem renda familiar de até 6 salários mínimos.

A faixa de 25 a 34 anos destaca-se por abranger a maioria dos empreendedores em estágio inicial (36%) que contam com tecnologias novas para desenvolverem seus negócios. Entre os estabelecidos, a faixa etária que se destaca vai de 35 a 44 anos (35,7%).

Quando é analisada a escolaridade dos empreendedores, 16,3% dos iniciais possuem mais de 11 anos de estudo (taxa de 1%) e apenas 3,6% dos estabelecidos se encontra nesta faixa (taxa de 0,1%).

TABELA 5.10 - IDADE DA TECNOLOGIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR - 2002 A 2006

CATEGORIAS	TECNOLOGIA NOVA				TECNOLOGIA CONHECIDA			
	Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecidos		Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecidos	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Gênero								
Masculino	0,70	44,20	0,60	64,30	13,60	55,80	12,10	64,70
Feminino	0,80	55,80	0,30	35,70	10,10	44,20	6,20	35,30
Renda (em Salário Mínimo)								
Menos de 3	0,70	55,80	0,40	51,80	9,50	48,60	6,50	43,20
De 3 a 6	0,80	23,30	0,50	23,20	14,80	26,80	11,50	27,20
Mais de 6 a 9	0,90	9,30	0,80	12,50	16,10	10,30	13,50	11,20
Mais de 9 a 12	1,40	5,80	0,30	1,80	14,90	3,90	16,80	5,70
Mais de 12 a 15	0,80	2,30	0,40	1,80	19,00	3,40	12,60	3,00
Mais de 15 a 18	0,70	1,20	0,00	0,00	16,00	1,60	9,70	1,30
Mais de 18	0,50	1,20	0,90	3,60	17,50	2,70	24,00	4,80
Não Sabe/Recusou-se	0,60	1,10	0,60	1,80	11,30	1,40	8,50	1,40
Faixa Etária (em anos)								
18 a 24	0,70	22,10	0,20	8,90	10,90	21,00	2,60	6,60
25 a 34	1,00	36,00	0,30	19,60	15,70	36,30	8,00	23,90
35 a 44	0,70	22,10	0,80	35,70	12,90	23,50	12,90	30,60
45 a 54	0,40	9,30	0,60	19,60	10,10	14,20	13,90	25,50
55 a 64	0,60	10,50	0,60	16,10	4,90	5,00	10,20	13,40
Escolaridade (em anos)								
Sem Educação Formal	0,50	3,50	0,50	5,40	5,50	2,30	6,40	3,40
1 a 4	0,60	32,50	0,40	39,30	9,80	34,40	8,50	39,00
5 a 11	0,80	47,70	0,60	51,80	13,70	48,10	9,00	41,20
Mais de 11	1,00	16,30	0,10	3,60	14,90	15,20	12,30	16,30

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2002 a 2006

◆ *Tecnologias conhecidas* (tabela 5.10)

Os empreendedores do sexo masculino são maioria, independente do estágio, daqueles que utilizam tecnologias conhecidas, sendo a diferença em relação ao sexo feminino mais destacada entre os empreendedores estabelecidos, 65% a 35%, respectivamente.

A maior taxa quando analisada a renda familiar é de 19% na faixa de mais de 12 a 15 salários mínimos para os empreendedores iniciais e de 24% na faixa de mais de 18 salários mínimos entre os empreendedores estabelecidos. Proporcionalmente, a grande maioria dos empreendedores que utilizam tecnologias conhecidas, em ambos os estágios, tem renda de até 6 salários mínimos (acima de 70%).

No que respeita à faixa etária, entre os empreendedores iniciais, 57,3% possuem de 18 a 34 anos e entre os estabelecidos, 56,1% de 35 a 54 anos.

Quanto à escolaridade, o padrão dos empreendedores que utilizam tecnologias conhecidas é semelhante tanto para os iniciais quanto para os estabelecidos.

Perfil dos Empreendimentos, segundo Idade da Tecnologia (tabela 5.11)

A partir da análise do setor de atividade é possível perceber que tanto os empreendedores que utilizam tecnologias novas quanto aqueles que usam tecnologias conhecidas, concentram seu negócio, primeiramente, no setor de serviços orientados aos consumidores, em seguida no setor de indústria de transformação.

Quanto à expectativa de geração de empregos, observa-se que os 23,5% dos empreendedores iniciais que não usam tecnologias novas esperam gerar 6 ou mais empregos nos próximos 5 anos, valor superior em relação aos que utilizam tecnologias novas (19,4%).

Mesmo com o predomínio de **tecnologias conhecidas**, os empreendedores iniciais que atuam em setores de baixa concorrência fazem um uso maior de tecnologias novas, com participação de 7,1%. Já os que menos empregam tecnologias novas são os empreendedores estabelecidos atuantes em mercados de baixa concorrência (apenas 3,9%). No setor de alta concorrência, aproximadamente 5% dos empreendedores utilizam **tecnologias novas**, independente do estágio do seu empreendimento.

As informações relacionadas ao grau de desenvolvimento de novos produtos são consistentes com o referencial teórico, que vincula o potencial inovador das organizações com a maturidade da trajetória tecnológica. Segundo Kim (apud Figueiredo, 2004), a trajetória de capacitação tecnológica dos negócios segue três estágios: a) a aquisição de tecnologias conhecidas no mercado; b) a assimilação das tecnologias existentes e c) o aprimoramento tecnológico. Em empreendimentos em fases iniciais de desenvolvimento a ênfase técnica recai sobre a aquisição de tecnologias conhecidas, direcionando a produção para produtos e serviços já conhecidos no mercado. No novo empreendimento o esforço de P&D interno é ainda muito pequeno. Conforme visto anteriormente, somente uma parcela diminuta do total dos empreendedores ativos lançam produtos novos e desconhecidos no mercado e, desse total, mais de 90% dos empreendimentos são realizados por meio de tecnologias e processos de produção conhecidos e disponíveis no mercado, independentemente do estágio do empreendimento. (tabela 5.11).

TABELA 5.11 - IDADE DA TECNOLOGIA, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO EMPREENHIMENTO - 2002 A 2006

CATEGORIAS	TECNOLOGIA NOVA		TECNOLOGIA CONHECIDA	
	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)	Empreend. Iniciais (%)	Empreend. Estabelecidos (%)
Setor de Atividade				
Extrativista	0,00	0,00	2,40	4,30
De transformação	32,10	41,80	23,40	40,70
Serviços Orientados às Empresas	7,40	12,70	9,60	9,40
Serviços Orientados aos Consumidores	60,50	45,50	64,60	45,70
Conhecimento dos Produtos				
Novo ou desconhecido	73,30	83,90	81,80	85,40
Conhecido	26,70	16,10	18,20	14,60
Grau de concorrência				
Baixa	43,00	21,40	34,40	27,10
Alta	57,00	78,60	65,60	72,90
Expectativa de Exportação				
De 75 a 100%	0,00	0,00	1,20	0,50
De 25 a 74%	6,10	1,80	1,60	1,40
De 1 a 24%	12,20	9,10	9,50	10,20
Nenhum	81,70	89,10	87,80	87,90
Postos de Trabalho (expectativa para os próximos 5 anos)				
Nenhum	26,90	21,30	35,00	48,20
De 1 a 5	53,70	55,30	41,50	32,80
De 6 a 19	7,50	8,50	14,40	11,60
Mais de 20	11,90	14,90	9,10	7,30

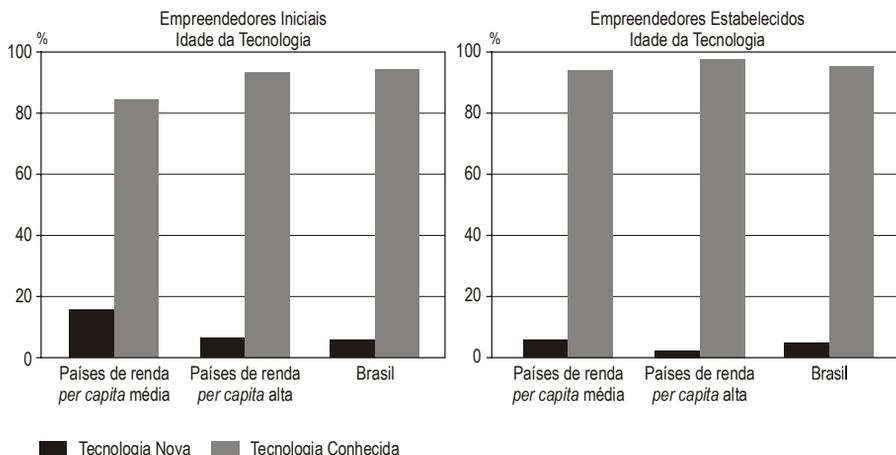
FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2002 a 2006

Conforme já citado, os empreendedores que estão iniciando a sua trajetória tecnológica e o processo de acumulação de capacidade tecnológica, normalmente seguem uma trajetória do tipo “investimento – produção - inovação”, na qual o investimento inicial ocorre mediante a aquisição de tecnologias já conhecidas e disponíveis no mercado. Segundo os dados da tabela 5.11, não existe uma diferença significativa entre os negócios iniciais e os estabelecidos em relação ao uso de tecnologias novas, uma vez que, em ambos os casos, quase a totalidade dos empreendimentos é realizada com tecnologias ou processos já conhecidos. Deduz-se, portanto, que os empreendedores iniciam seus negócios, basicamente, com a aquisição de máquinas, equipamentos e plantas industriais e apresentam um baixo nível de conhecimento tácito e de experiências adquiridas. Além disso, não estabeleceram ou ainda não estão em fase de implementação e desenvolvimento de rotinas organizacionais, gerenciais, procedimentos, processos e fluxos de produção, sendo raros os casos de empreendimentos que possuem laboratórios de P&D.

Comparação com os grupos de países participantes, segundo idade das tecnologias (figura 5.3)

A figura 5.3 demonstra que nos dois grupos de países, incluindo o Brasil, é forte a predominância de empreendedores que não utilizam tecnologias novas em seus negócios, seja qual for o estágio do empreendimento. Observa-se, porém, que entre os empreendedores iniciais, 15,7% daqueles situados no grupo dos países de renda média afirmam utilizar novas tecnologias ou processos, percentual este significativamente superior ao registrado no grupo dos países de renda alta (6,6%) e no Brasil (5,8%).

FIGURA 5.3 - IDADE DA TECNOLOGIA POR GRUPOS DE PAÍSES E BRASIL



FONTE: Adaptado GEM 2006 - Executive Report. Pesquisa de campo - GEM Brasil 2002, 2003, 2004, 2005 e 2006

5.4 TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA E SISTEMAS DE INOVAÇÃO

Algumas dificuldades relacionadas à inovação são freqüentemente enfrentadas pelos empreendedores brasileiros, segundo pesquisa feita com especialistas (Entrevistas com especialistas 2002-2006):

- os empreendedores iniciais não têm condições financeiras e de crédito para adquirir novas tecnologias;
- as políticas de estímulo e subsídios não são adequadas ao tamanho e suporte financeiro dos negócios;
- os custos das atividades inovadoras são em grande parte fixos e, portanto, quanto menor o volume de vendas, maior o custo fixo unitário;
- o custo da atividade inovadora é incorrido imediatamente e o seu retorno é diferido no tempo e incerto;
- os negócios menores têm menor poder de mercado e o risco enfrentado pelos investimentos em inovação são maiores;

- os negócios menores têm mais dificuldade de desenvolver atividades inovadoras em cooperação com grandes empresas ou universidades;
- em muitas atividades inovadoras há um limite mínimo de inversão. A escala do negócio não é compatível com a escala do investimento em inovação.

Por essas razões, para a maioria das empresas pequenas e médias que iniciam suas atividades, a forma mais freqüente de inovação é por meio da aquisição da tecnologia incorporada, obtida de fornecedores de equipamentos e de materiais e por meio de algumas inovações de processos.

Os negócios iniciais adotam inovações quando percebem oportunidades de negócio, ou quando estão sob pressão de clientes e fornecedores. Além disso, o fato de os empreendedores estabelecidos no mercado terem um baixo coeficiente de uso de tecnologias novas é típico do padrão de industrialização das economias emergentes, cujos investimentos se sustentam na importação de máquinas e equipamentos já disponíveis no mercado internacional ou tecnologias difundidas em nível nacional. Mesmo entre os empreendedores estabelecidos são raros os que dispõem de laboratórios de P&D ou que desenvolvem ações de cooperação com instituições de pesquisa e universidades para o desenvolvimento de novos produtos e processos.

Figueiredo (2004) apresenta um modelo descritivo da trajetória das capacidades tecnológicas dos empreendimentos em economia emergentes, muito próximas às características do empreendedor brasileiro. O modelo apresenta uma trajetória dos empreendimentos classificada em três níveis de competências: básico, intermediário e avançado. Os empreendimentos iniciais (nível básico) desenvolvem capacidades rotineiras, isto é, capacidade de usar ou operar novos processos de produção, sistemas organizacionais, produtos, equipamentos e projetos de engenharia.

No estágio intermediário, os empreendimentos estabelecidos desenvolvem capacidades de monitoramento e controle e execução de estudos de viabilidade, seleção de tecnologias e fornecedores, provisão e assistência técnica. Somente no estágio avançado é que se desenvolve capacidade para gerir projetos de classe mundial e desenvolvimento de novos sistemas de produção por meio de P&D.

Os empreendedores brasileiros parecem dar pouca importância à transferência de tecnologia como fator de desenvolvimento e crescimento empresarial. Este fator é mencionado por menos de 1% dos empreendedores identificados pela pesquisa do GEM, seja como barreira, seja como aspecto favorável (tabelas 4.6 e 4.8). Esse dado reforça o argumento de que os empreendimentos no Brasil são pouco inovadores, utilizando tecnologias conhecidas, tanto para produtos quanto para processos.

Nos países de maior desenvolvimento econômico a capacidade inovadora dos novos negócios e sua competitividade no mercado depende fortemente de fatores ligados ao acúmulo de capacidades tecnológicas, à estrutura de mercado, à organização do setor em que atua e às características do sistema de inovação no qual estão inseridas.

No atual estágio da economia do conhecimento, a inovação é vista como um processo de múltiplas fontes, derivadas de um complexo fluxo de interação entre indivíduos, empresas e outras organizações voltadas à busca do conhecimento e à difusão de tecnologia. O desenvolvimento e a difusão das inovações vinculam-se a mecanismos de interação do negócio com seu ambiente, no qual o aprendizado tecnológico está baseado no intercâmbio contínuo de informações entre produtores e usuários de inovações.

O desenvolvimento tecnológico avança e consolida-se por meio do intercâmbio de informações tácitas e codificadas. Nesse sentido, as práticas cooperativas apresentam-se como uma boa alternativa para os negócios novos e em desenvolvimento, viabilizando competências que são complementares ao conhecimento interno, aumentando assim a eficiência produtiva e potencial inovativo; também contribuem para facilitar a identificação e a exploração de novas oportunidades tecnológicas, reduzindo os riscos impostos pela incerteza dos investimentos em P&D e pelas turbulências do mercado.

Entre os diversos mecanismos de apoio à inovação cabe destacar as diversas formas de interação e cooperação entre empresas e universidades e as incubadoras de empresas, especialmente no caso de novos empreendimentos. Nos últimos anos, constata-se uma democratização do acesso às tecnologias de informação e comunicação (TICs), principalmente no caso de pequenos empreendimentos, que usam esses recursos na produção de informação, nos procedimentos de gestão, na procura e no acesso a novos mercados e nas

atividades de pesquisa e desenvolvimento. Por outro lado, alguns instrumentos derivados da política nacional de ciência e tecnologia e da política de desenvolvimento industrial contribuem para o aumento do potencial tecnológico dos negócios novos e em desenvolvimento, tais como a Lei de Patentes, a Lei da Inovação, as facilidades outorgadas para o acesso das pequenas empresas às tecnologias de informação e diversas linhas de financiamento para a inovação. Algumas dessas iniciativas e instrumentos de apoio a empreendimentos inovadores são apresentadas a seguir.

Cooperação Universidade-Empresa

Nas últimas décadas a universidade tem desempenhado papel fundamental na agregação de novos conhecimentos e tecnologias ao setor produtivo. A política nacional de ciência e tecnologia, por meio de seus instrumentos indutores, historicamente privilegiava a produção científica em detrimento do desenvolvimento tecnológico. No Brasil, cujo desenvolvimento tecnológico sustentou-se na importação de tecnologias, a universidade dedicou-se principalmente à formação de recursos humanos.

Com a abertura do mercado e o acirramento da concorrência internacional, a indústria brasileira desperta para a necessidade de uma aproximação com as universidades e diversos centros de pesquisa surgem como alternativa de posicionamento competitivo no mercado nacional e internacional. Atualmente esforços vêm sendo realizados para criar instrumentos a fim de fortalecer a cooperação entre as universidades, centros de pesquisa e empresas para contribuir na formação de empreendedores inovadores e no estímulo ao desenvolvimento tecnológico. Essas políticas são muito recentes e seus efeitos iniciais ainda são tímidos, uma vez que se defrontam com valores tradicionais – de ordem cultural, ideológica e ética – vinculados à relação entre o mundo empresarial e o mundo acadêmico, principalmente no que se refere à transferência e comercialização dos resultados da pesquisa científica.

Apesar da timidez, algumas universidades e centros de pesquisa têm buscado a interação com as empresas, desenvolvendo ações voltadas para a transferência de conhecimento e projetos cooperativos de desenvolvimento de novas tecnologias. Percebe-se uma mudança de atitude no padrão de interação universidade-empresa. Atualmente ambos os setores buscam uma maior

aproximação, visando atingir benefícios recíprocos. A academia já não vê com maus olhos o professor que desenvolve projetos em parceria com as empresas.

A parceria universidade-empresa no Brasil é um processo em formação. É preciso ter em mente uma estratégia ofensiva para criar a cultura da inovação nas empresas e incentivar o empreendedorismo, o que implica captar idéias potenciais, financiar invenções e testes necessários, proteger e lançar no mercado produtos e serviços. Além disso, é necessário que o sistema de avaliação de pesquisadores considere que o reconhecimento não seja apenas pela geração e transferência tradicional do conhecimento (via publicações), mas inclua itens como pedidos de registros de patentes e parcerias que visem e consolidem o empreendedorismo inovador. Os incrementos tecnológicos devem ser compartilhados entre os parceiros e todos devem ganhar com as melhorias proporcionadas pela inovação. Para as pequenas e médias empresas e negócios iniciais pode ser inviável montar departamentos de P&D. Por isso, a parceria com universidades e centros de pesquisa torna as atividades inovadoras factíveis e menos onerosas.

Incubadoras de Empresas

Para estimular novos negócios e empreendedores a desenvolver novas tecnologias é necessário também criar mecanismos de desenvolvimento e geração de novos empreendimentos. O apoio a projetos de inovação tecnológica pode possibilitar a colocação no mercado de produtos de conteúdo tecnológico desenvolvidos - ou em fase final de desenvolvimento - pelos centros de pesquisa do País.

O surgimento das incubadoras de empresas foi um grande avanço em relação a programas voltados para o desenvolvimento do empreendedorismo inovador. Na medida em que oferecem estrutura física, acesso a informações, formação de redes de contato e outros benefícios, contribuem imensamente para o desenvolvimento de novos negócios. As incubadoras representam, em certa forma, uma extensão da Empresa Junior, onde o estudante já pode vislumbrar a realidade empresarial, sendo que na incubadora é oferecido o suporte necessário à constituição da empresa e seu ingresso no mercado. A vivência propiciada pelas empresas juniores e pelas incubadoras forma um modelo interessante de preparação de novos empreendedores.

No Brasil, experiências como as citadas aparecem nos últimos 20 anos, especialmente com as incubadoras tecnológicas, estruturas ligadas a universidades e centros de pesquisa que têm o potencial de identificar negócios altamente promissores e aglutinar recursos técnicos e institucionais para auxiliá-los. O movimento de incubadoras da última década proporcionou espaço físico e proximidade com os centros de pesquisa. Com isso, permitiu um acesso privilegiado às informações e a rede de investidores, transformando as incubadoras em vitrines para novos investidores.

Hoje as incubadoras não se restringem às empresas de base tecnológica. No Brasil já existem incubadoras de cooperativas, de serviços, culturais e sociais. Elas incentivam as pessoas a desenvolverem seus empreendimentos e constituem fator impulsionador do empreendedorismo.

A Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) tem desempenhado o papel de criar mecanismos de apoio às incubadoras e parques tecnológicos. Destacam-se nesse sentido ações realizadas em conjunto com o SEBRAE, com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), com a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e com o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), as quais têm estimulado a criação de políticas públicas benéficas ao desenvolvimento do empreendedorismo. Um exemplo é o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que, com a função de acompanhar e avaliar a implementação da política nacional de apoio a esse setor empresarial, oferece um comitê temático específico sobre Tecnologia e Inovação, entre outros.

A estrutura de apoio ao empreendedorismo no Brasil está calcada, principalmente, nas incubadoras de empresas e no apoio de organizações ligadas ao sistema da Confederação Nacional da Indústria (CNI) (em particular o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI e o IEL) e ao SEBRAE. Essas instituições estão em todo o território nacional e podem tornar-se agentes difusores e capacitadores de pessoas para iniciarem novos negócios.

No caso das incubadoras, os esforços no sentido de seu fortalecimento devem estar sintonizados com a criação de oportunidades para que cientistas e tecnólogos possam dar início aos seus próprios empreendimentos. Existem na academia teses de mestrado e doutorado que podem e devem sair das prateleiras em forma de produtos e serviços. No entanto, observa-se um baixo interesse entre integrantes da comunidade científica em tornar-se empreendedores e a sua habilidade e formação empreendedora é quase nula.

Lei de Patentes

O Brasil possui um sistema de inovação imaturo, principalmente em relação às patentes requeridas e concedidas. A Propriedade Intelectual engloba a produção intelectual de uma sociedade, compreendendo o campo da Propriedade Industrial, os Direitos Autorais e outros direitos sobre bens imateriais.

Existe um despertar dos formuladores de política para a necessidade de fomento à inovação, colocando-se como desafio a ser enfrentado pelos órgãos financiadores de desenvolvimento, entidades governamentais, universidades e setores organizados da sociedade civil. Para que esse esforço se transforme em resultados efetivos em termos de novas tecnologias e inovações para o setor produtivo, bem como competitividade para os negócios e a economia brasileira, é necessário aperfeiçoar e aplicar o arcabouço legal existente sobre a matéria. Uma das diferenças entre os países desenvolvidos e os países tecnologicamente dependentes consiste, justamente, na ausência ou deficiência do sistema de estímulo e proteção aos conhecimentos (tabela 5.12).

TABELA 5.12 - RESULTADO DO ESFORÇO TECNOLÓGICO DE PAÍSES SELECIONADOS

INDICADORES	PAÍSES							
	Japão	Coréia do Sul	Estados Unidos	Alemanha	Reino Unido	Itália	Brasil	México
Patentes em 2002								
Requerimento	486.906	203.692	381.737	310.727	284.910	163.951	101.746	94.743
Concessão	120.018	45.298	167.334	61.153	52.593	34.899	4.740	6.616
% Requerimento concessão	24,6	22,2	43,8	19,6	18,4	21,2	4,6	6,9
Artigos Publicados em periódicos científicos indexados pelo ISI								
1981,00	26.731	230	172.033	32.852	38.008	9.350	1.887	903
2002,00	69.183	15.643	245.578	65.395	65.995	31.562	11.285	5.137
Crescimento 1981-2002	159	6701	43	99	73	238	498	469

FONTE: OMC, OCDE

A pirataria é apontada como o maior problema para uma efetiva aplicação da Lei de Propriedade Intelectual, levando os empresários ao limite de desconfiança sobre a efetividade das ações. Para reduzir os efeitos maléficos desse cenário de incertezas em relação a patentes e a efetividade da Lei de Propriedade Intelectual, devem ser criadas políticas e mecanismos que, além de favorecerem a legalização dos pequenos negócios, também ataquem um dos

principais fatores estimuladores da informalidade, que é a pirataria. Combatê-la, na origem, já é por si só uma grande estratégia para prevenir a atividade informal. Tais políticas implicam a criação de programas específicos, que podem ser implementados por instituições de alcance nacional, dando oportunidade a que o novo empreendedor acesse as orientações que precisa.

5.5 FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A BAIXA CAPACIDADE INOVADORA DOS EMPREENDIMENTOS NO BRASIL E AÇÕES ALTERNATIVAS DE ESTÍMULOS À INOVAÇÃO

Podemos destacar três principais fatores que contribuem para a baixa capacidade inovadora dos empreendimentos criados no Brasil: o contexto socioeconômico, a estrutura do mercado e o sistema nacional de inovação.

O primeiro fator é característico dos negócios nascentes em um contexto econômico e social de alta taxa de desemprego e de baixo nível de renda, característico das economias emergentes. A quase totalidade dos empreendedores inicia suas atividades sem a preocupação com o aprendizado tecnológico e com o processo de inovação. O empreendedor por necessidade cria negócios na busca de gerar trabalho e renda, principalmente para o si próprio, passando a margem da necessidade de lançar novos produtos, com novas tecnologias. Esses negócios seguem uma trajetória “investimento – produção – inovação”, sendo que a inovação nesse estágio refere-se basicamente à montagem de um sistema técnico-físico, ou seja, à aquisição de máquinas e equipamentos, bem como a definição do ambiente de operação.

Em um negócio em estágio inicial, o conhecimento tácito e o acúmulo de capacidade tecnológica do empreendedor e de sua equipe encontram-se em uma fase inicial do processo de aprendizagem, além de os gerentes e administradores terem pouca experiência adquirida. As rotinas organizacionais e gerenciais, os procedimentos, os processos e os fluxos de produção também se encontram em fase de implementação e desenvolvimento. Portanto, quando se fala em inovação de negócios iniciais, fala-se na capacidade de esses negócios operarem novos processos de produção, implementarem sistemas organizacionais e desenvolverem projetos de engenharia.

No Brasil são raras e recentes as experiências de negócios que nascem seguindo a seqüência “inovação – investimento - produção”. Esses empreendimentos são gerados, normalmente, a partir de incubadoras tecnológicas ou de redes de cooperação entre universidades e negócios estabelecidos.

Toda a constatação apresentada anteriormente é confirmada pelos dados apresentados no GEM, que mostram que grande parte dos negócios desenvolvidos já é conhecida pelo mercado e se concentra no setor de serviços orientados ao consumidor. Ademais, como a maioria dos empreendedores iniciou seus negócios por necessidade, esse perfil revela a maior dificuldade do empreendedor de ser inovador.

A pesquisa ainda aponta o perfil desses empreendedores, que em termos qualitativos, são muito semelhantes, quer por tipo de produto (conhecido ou não), quer por grau de competitividade (alta ou baixa concorrência). Um dos aspectos interessantes a ser destacado é a média de escolaridade. Para os empreendedores iniciais, a média é de 5 a 11 anos, sendo mais elevada para os empreendedores já estabelecidos, com média de mais de 11 anos de estudo (o que equivale a ir além do ensino médio). Esse dado mostra que a maior concorrência entre os negócios demanda pessoas mais capacitadas para manterem seus negócios no mercado, evidência constatada pelo maior nível de escolaridade dos empreendedores com mais tempo de atuação de mercado. Por outro lado, com mais escolaridade, os empreendedores seriam mais inovadores por, a princípio, serem mais críticos e, possivelmente, mais sensíveis à necessidade de desenvolvimento tecnológico.

O segundo fator refere-se à estrutura do mercado na qual se inserem os empreendimentos que nascem em função da necessidade ou oportunidade. Esses negócios utilizam tecnologias disponíveis e produzem produtos e serviços conhecidos e com muitos concorrentes no mercado. No Brasil, a grande maioria dos empreendimentos produz para o mercado local ou regional e o produto compete por meio de preço e não pela diferenciação e qualidade do produto. Portanto, os negócios iniciais, também pela via da estrutura de mercado, são pouco inovadores.

Por fim, o terceiro fator apontado por este estudo é o incipiente sistema nacional de inovação, que não cria um ambiente propício ao acúmulo de competências e ao aprendizado tecnológico interativo. O sistema de inovação brasileiro encontra-se em um estágio inicial de desenvolvimento, no qual não são

predominantes as relações de cooperação entre empresas na busca de novos mercados, o desenvolvimento tecnológico, o desenvolvimento de fornecedores e a resolução de problemas organizacionais. Os empreendimentos iniciais não têm economias de escala, escopo nem poder de negociação para enfrentar as turbulências do mercado e as exigências impostas pela competição internacional. As ações cooperativas entre pequenos empreendedores podem superar a fragilidade do pequeno capital e criar as condições para o enfrentamento conjunto no mercado.

Também é recente e tortuoso o caminho da cooperação entre universidades e empresas. Atualmente verifica-se uma aproximação entre estes dois agentes. A Lei da Inovação recentemente aprovada coloca-se como um instrumento regulador para fortalecer a cooperação entre esses agentes, mediante a formação de empreendedores e da produção conjunta de novos conhecimentos e tecnologias. A referida Lei é ainda muito recente e seus efeitos iniciais ainda são muito tímidos, uma vez que enfrenta o obstáculo de romper com valores culturais, ideológicos e éticos relacionados a esta parceria.

Além do estímulo à formação de redes entre empresas e destas com as universidades para o fortalecimento dos sistemas de inovação, outras políticas públicas e instrumentos vêm sendo adotados, tais como: regulamentação da Lei de Patentes e Combate a Pirataria, difusão e acesso às tecnologias de informação por parte dos negócios iniciais, estímulo a incubadoras de empresas e à incubação de negócios de base tecnológica e instrumentos e fontes de financiamento ao empreendedorismo e à inovação.

Apesar do esforço no sentido de estruturar um sistema de inovação que crie um ambiente propício ao desenvolvimento tecnológico e ao desenvolvimento de capacidade de aprendizado das empresas, a eficácia destes instrumentos tem sido muito pequena, principalmente no que se refere ao desenvolvimento do empreendedorismo inovador no Brasil.

Um dos fatores que tem atrasado o desenvolvimento do sistema de inovação é a crise financeira do Estado brasileiro com implicações para a redução de recursos para financiamento da inovação. Além de poucos e descontínuos, os recursos financeiros, tanto para investimentos em estruturas físicas quanto para aspectos gerenciais, não possuem focos definidos de ação que possibilitem, de maneira equilibrada, gerar sinergias e criar uma trajetória de aprendizado consistente entre os empreendimentos iniciais.

Outro obstáculo é que os diferentes programas de estímulo ao empreendedorismo nem sempre estão focados no mesmo público, nem sempre têm os mesmos objetivos e nem sempre são consistentes entre si. Esta falta de planejamento e integração entre os programas gera desperdícios, desestímulo e pouca eficácia.

Uma forma de integrar e potencializar os resultados dos programas de apoio ao empreendedorismo pode ser a sua vinculação a diversos projetos de desenvolvimento regional e local. O Programa dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) tem sido alvo das políticas de desenvolvimento dos governos Federal, estaduais e municipais. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), junto com o Ministério da Ciência e Tecnologia, por meio da Financiadora de Estudos e Projetos FINEP – e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), vêm priorizando as ações de fortalecimento dos APLs. O Programa de Desenvolvimento de Empreendimentos Inovadores e o Programa de Desenvolvimento de APLs, se focados dentro do mesmo objetivo, podem tornar-se muito mais eficientes tanto para o desenvolvimento de comunidades locais como para o estímulo a empreendimentos inovadores.

6 EMPREENDEDORISMO E O CONTEXTO SOCIAL, POLÍTICO, ECONÔMICO E INSTITUCIONAL

Neste tópico são analisadas as percepções dos empreendedores e dos especialistas brasileiros quanto às condições que favorecem e dificultam seus negócios. Também se compara a percepção dos especialistas brasileiros com a dos especialistas de outros países quanto a tais condições. Por fim, avalia-se o papel das políticas e dos programas de apoio em alguns aspectos mencionados como importantes para o empreendedorismo no contexto social, político e econômico nacional.

6.1 CONDIÇÕES QUE FAVORECEM E DIFICULTAM O EMPREENDEDORISMO

As condições para empreender no País abrangem os principais fatores que inibem e favorecem essa atividade. Essas condições estão relacionadas a diferentes naturezas, tais como: apoio financeiro; políticas e programas governamentais; força de trabalho, Educação e Capacitação; pesquisa e desenvolvimento; infra-estrutura comercial, profissional e física; abertura de mercado; normas culturais e sociais; contexto político, institucional, social e econômico; e composição da população. As informações apresentadas nesta seção se baseiam, primeiramente, nas percepções dos especialistas, cotejadas com dados secundários. Em seguida, comparam-se essas percepções com as dos empreendedores. Finalmente, são analisadas as percepções dos especialistas no período 2001-2006 *versus* 2006, com a finalidade de observar possíveis alterações das condições limitantes e favoráveis ao empreendedorismo no Brasil.

Em relação às condições limitantes ao empreendedorismo no Brasil, cerca de 70% das menções feitas pelos especialistas ouvidos pelo GEM em 2006 concentram-se em três condições: Políticas Governamentais (26,7%), Apoio Financeiro (23,8%) e Educação e Capacitação (17,1%). Cerca de 60% das menções feitas pelos especialistas consideram quatro condições como mais favoráveis para as atividades empreendedoras no Brasil: Clima Econômico (19,2%), Programas Governamentais (15,4%), Normas Culturais e Sociais (12,5%) e Capacidade Empreendedora (12,5%).

6.1.1 A Percepção dos Especialistas *versus* a dos Empreendedores no Brasil

Comparando o posicionamento dos especialistas sobre as condições limitantes ao empreendedorismo com a visão dos empreendedores brasileiros, apenas a condição "política governamental" coincide, representando a segunda maior dificuldade para empreender no País para os empreendedores (18,8%), independentemente do estágio do negócio e da motivação (tabelas 6.1 e 6.2). Esta avaliação, semelhante à dos especialistas, deve-se à excessiva burocracia para abrir e operar um empreendimento no País e a elevada carga tributária (segundo dados do *World Competitiveness Yearbook - 2006*, a carga tributária brasileira atingiu 34,8% do PIB).

TABELA 6.1 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE DIFICULTAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)			
	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos
	Nascente	Novo	Total	
Clima Econômico	30,60	26,80	29,20	29,80
Políticas Governamentais	14,60	26,10	18,80	20,60
Acesso à Infra-Estrutura Física	11,90	12,70	12,20	8,00
Abertura de Mercado	13,40	7,60	11,30	14,00
Apoio Financeiro	8,60	10,80	9,40	7,30

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

TABELA 6.2 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE DIFICULTAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)	
	Empreendedores Iniciais	
	Oportunidade	Necessidade
Clima Econômico	25,50	34,50
Políticas Governamentais	18,40	19,60
Abertura de Mercado	12,20	10,10
Acesso à Infra-Estrutura Física	11,80	13,10
Apoio Financeiro	9,00	10,10

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

Os empreendedores, tanto iniciais como estabelecidos, dentre as condições que dificultam o empreendedorismo no Brasil destacam o Clima Econômico (29,2%), com uma concentração ligeiramente maior entre empreendedores novos

(30,6%) (tabela 6.1). O resultado se explica pela precariedade das condições econômicas pessoais dos empreendedores, a falta de recursos para empreender, tanto para aquele que empreende por necessidade (34,5%) quanto por oportunidade (25,5%) (tabela 6.2).

A condição “Abertura de Mercado” é considerada relevante para os empreendedores estabelecidos e nascentes, atingindo 14% e 13,4% respectivamente, enquanto uma menor parcela dos empreendedores novos (7,6%) apontou a condição em questão como uma limitador dos negócios. É interessante aqueles cujos negócios são mais consolidados com mais frequência enxergarem barreiras justamente no mercado em que estão há mais tempo.

Em relação às condições favoráveis, tanto os especialistas como os empreendedores destacaram as mesmas condições, mas com grau de importância distinto, tais como a capacidade empreendedora, as normas culturais e sociais e o clima econômico.

TABELA 6.3 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE FAVORECEM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO ESTÁGIO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)			
	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos
	Nascente	Novo	Total	
Capacidade empreendedora	22,00	25,00	22,90	27,00
Normas Culturais e Sociais	18,60	13,50	17,00	13,50
Abertura de mercado	11,90	17,60	13,70	17,60
Clima econômico	13,10	8,80	11,80	13,30

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

A capacidade empreendedora é a mais apontada como uma condição favorável ao empreendedorismo, independentemente do estágio, sendo citada por 27% dos empreendedores estabelecidos (tabela 6.3). Ao mesmo tempo em que, como visto, a abertura de mercado é apontada como uma condição limitante, ela também é tida como favorável. Nesse caso, os informantes referem-se às possibilidades oferecidas por um mercado caracterizado por múltiplas necessidades insatisfeitas, à espera de empreendedores que as enfrentem.

Quando se dividem os empreendedores iniciais segundo a motivação, a capacidade empreendedora é sempre a condição mais favorável ao empreendedorismo. No entanto, as demais condições aparecem em ordem distinta, ainda que por vezes se repitam: entre os motivados por oportunidade, normas culturais e sociais, abertura de mercado e clima econômico. Já entre os motivados por necessidade: acesso à infra-estrutura, clima econômico e abertura de mercado. Aqui, o destaque fica por conta da primeira condição, que remete à dificuldade que os empreendedores com menos recursos, normalmente premidos pela necessidade de sobrevivência, têm em obter espaços para tocar seus negócios (tabela 6.4).

TABELA 6.4 - CONDIÇÕES MAIS CITADAS QUE FAVORECEM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES - 2006

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)	
	Empreendedores Iniciais	
	Oportunidade	Necessidade
Capacidade empreendedora	23,50	22,30
Normas culturais e sociais	21,00	11,40
Acesso à infra-estrutura física	6,80	14,00
Abertura de mercado	14,20	13,00
Clima econômico	10,00	13,50

FONTE: Pesquisa População Adulta - GEM 2006

Os resultados também mostram que, se, por um lado, os especialistas avaliam o clima econômico como favorável para a abertura de novos negócios em virtude da oferta de trabalho formal insuficiente para a demanda existente, por outro, para os empreendedores, esta condição é limitante na medida de suas dificuldades financeiras para abrir e manter seus negócios.

Enquanto para os empreendedores as condições relacionadas à infra-estrutura (empreendedores novos) e à abertura de mercado (estabelecidos) representam dificuldades para empreender, remetendo a questões mais operacionais de negócios, para os especialistas o problema é mais estrutural e repousa em questões educacionais e de apoio financeiro oferecidos pelas organizações privadas e as instituições públicas.

6.1.2 As Percepções dos Especialistas Brasileiros *versus* os Especialistas dos demais países sobre as condições que afetam o Empreendedorismo

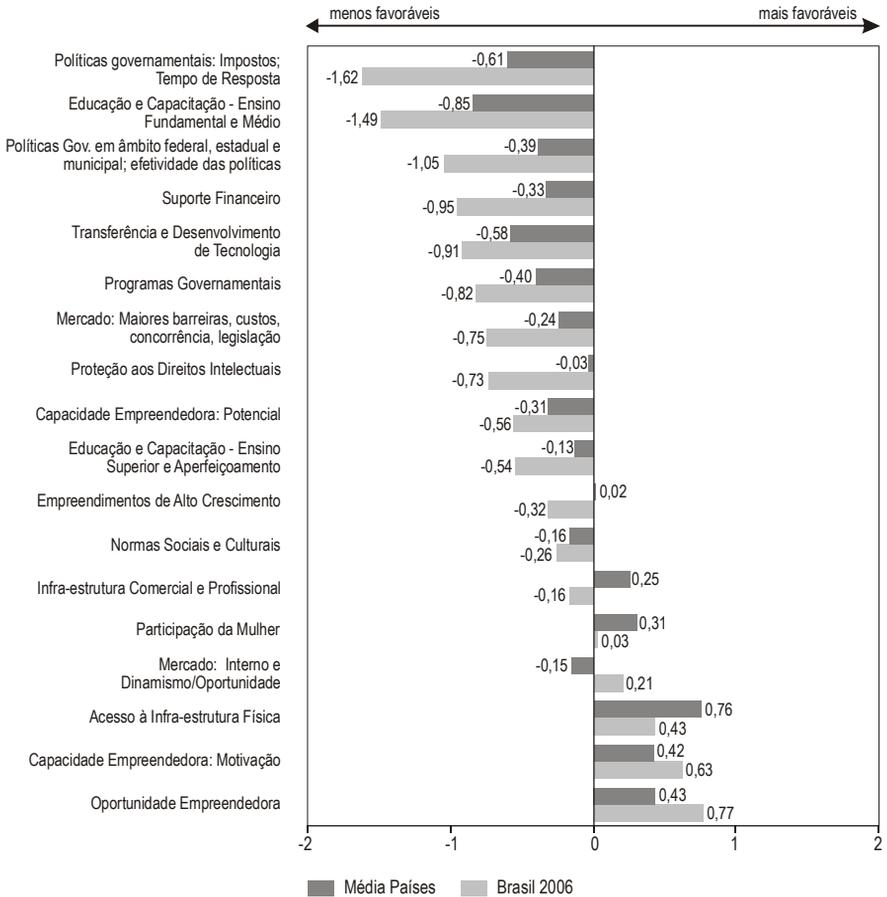
Este item apresenta os resultados levantados no GEM 2006 referente às percepções dos especialistas brasileiros *versus* a dos especialistas dos demais participantes em relação às condições que afetam o empreendedorismo em seus respectivos países. Algumas condições foram avaliadas como favoráveis, tanto pelos brasileiros quanto pelos estrangeiros, mas com grau de importância distinto. Estas condições constituem: a oportunidade empreendedora, a capacidade empreendedora por motivação, o acesso à infra-estrutura física e a participação da mulher.

Dessas condições, a oportunidade (0,77)⁹ e a capacidade (0,63) empreendedoras obtiveram, no Brasil, médias superiores às dos países participantes do GEM 2006 (figura 6.1) Portanto, para os especialistas brasileiros, as oportunidades de negócios existentes no País, juntamente com a avaliação positiva que a sociedade faz dos empreendedores em termos de profissão e *status* social, explicariam, em parte, esses resultados.

Em relação ao acesso à infra-estrutura física, em 2005 esta condição foi considerada desfavorável em função do elevado custo dos serviços de telecomunicação e do apoio dos serviços básicos de infra-estrutura física (estradas, energia elétrica etc.). No entanto, a diminuição dos custos dos serviços de telecomunicações contribuiu para uma visão mais positiva dessa condição na pesquisa GEM 2006.

⁹ Essa média refere-se à obtida numa escala Likert, com intervalos entre -2 a 2, sendo que quanto mais próximo ao -2, significa uma condição totalmente desfavorável e quanto mais próxima ao 2, significa uma condição totalmente favorável.

FIGURA 6.1 - CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO, SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS NO BRASIL E NOS DEMAIS PAÍSES - 2006



FONTE: Pesquisa Especialista - GEM 2006

Corroborando essa informação, segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), em termos físicos, no Brasil houve uma variação positiva e acima da média mundial em relação ao acesso à telefonia móvel e fixa. Enquanto o telefone móvel apresentou uma taxa de variação anual de 30%, no período 2000-2005, o telefone fixo apresentou uma taxa de 8,2%. As taxas mundiais de crescimento para o mesmo período foram de 24% e 5,2%, respectivamente. Em termos de custos, comparando o custo do Brasil em relação

a outros países, o dado da ANATEL mostra que 80% dos telefones celulares são pré-pagos, o que significa que a assinatura de um telefone celular é considerada relativamente cara para os usuários, que preferem pagar uma tarifa maior por minuto a pagar as mensalidades das operadoras. Em relação aos custos cobrados pela telefonia fixa, as novas regras propostas pela ANATEL, de substituir os pulsos por minutos, não constituem uma resposta do governo para a redução dos custos, pois segundo analistas aumentaria os custos para ligações com duração superior a três minutos. No entanto, a implantação de telefones sociais, conhecido como Acesso Individual Classe Especial (Aice), que constitui um telefone fixo pré-pago sem impostos, representa uma opção mais econômica. Além disso, também foi proposto um novo índice específico do setor de telefonia para reajuste de tarifas em substituição ao Índice Geral de Preços (IGP-DI).

Por outro lado, o dinamismo do mercado interno foi considerado uma condição favorável para os especialistas brasileiros (0,21), em contraste com a média mundial, desfavorável. Para os estrangeiros, isso ocorre em virtude, principalmente, dos custos para a entrada em um determinado setor. Já para os especialistas brasileiros, é favorável em função da dinâmica da oferta de novos bens de consumo e de serviços, em face das mencionadas necessidades insatisfeitas do País, gerando oportunidades de negócios.

Em relação à participação da mulher, houve uma mudança na percepção dos especialistas brasileiros em relação às pesquisas anteriores. Antes, esta condição era avaliada como desfavorável, mas no GEM 2006 foi considerada favorável em função de se perceber que a mulher possui grau de conhecimento e habilidade para empreender semelhante ao do homem no Brasil. Outro aspecto sinalizado refere-se ao negócio ser uma opção de carreira socialmente aceitável para as mulheres.

No que se refere às condições que dificultam o empreendedorismo, dois foram igualmente destacados pelos especialistas brasileiros e estrangeiros: políticas governamentais e a Educação e Capacitação.

Conforme discutido anteriormente, para os especialistas brasileiros, a burocracia, a carga tributária e o excessivo tempo gasto para licenças, permissões e concessões contribuem para uma visão negativa das políticas governamentais. Estas condições também são destacadas pelos especialistas estrangeiros, mas com um grau de pessimismo menor (-0,61) (figura 6.1).

Já no tocante à educação, nos ensinos fundamental e médio, dá-se pouca ênfase ao empreendedorismo e à criação de novas empresas, bem como é insuficiente a instrução oferecida sobre os princípios econômicos de mercado. Além disso, também se destaca o pouco encorajamento dado aos estudantes para um comportamento de auto-suficiência, criatividade e iniciativa pessoal.

É interessante ainda ressaltar que, apesar dessa visão pessimista dos especialistas, a sociedade brasileira considera o empreendedor uma pessoa criativa, flexível e proativa, quiçá motivada pelas mazelas da economia nacional. Esta condição (Educação e Capacitação) foi considerada pelos especialistas estrangeiros a mais desfavorável (-0,85), pelas mesmas razões destacadas anteriormente.

Uma terceira condição criticada pelos especialistas brasileiros constitui o suporte financeiro, em decorrência da insuficiente disponibilidade de capital de giro para empresas novas ou em crescimento e de financiamento dos investidores privados. Já para os especialistas estrangeiros, a terceira condição mais desfavorável destacada foi a transferência e o desenvolvimento de tecnologia (-0,58), resultante das condições desiguais que as empresas novas têm para obter acesso a novas pesquisas e tecnologias se comparadas às empresas grandes e já estabelecidas como também às restrições das condições financeiras para tais atividades.

6.1.3 Resultados do GEM 2006 versus Resultados no Período 2001-2006¹⁰

No que tange às condições limitantes, não há alteração nas escala das prioridades, ou seja, ao longo de seis ciclos do GEM, os especialistas brasileiros apontaram as Políticas Governamentais, o Apoio Financeiro e a Educação e Capacitação como as principais barreiras às atividades empreendedoras no País, tal como se deu em 2006 (tabela 6.5). Aliás, na ótica dos especialistas esses fatores têm piorado (houve uma maior concentração deles nas respostas na última pesquisa), a despeito das ações dos governos, na última década, de apoio às atividades empreendedoras, de incentivos financeiros às empresas e

¹⁰ O ano de 2005 não foi incluído na amostra porque não se realizou a pesquisa de campo neste período.

aos profissionais autônomos, bem como de instituição de políticas de formação profissional e educacional.

Apesar de não ser diretamente uma medida de capacitação para o ambiente de trabalho, pode-se usar a taxa de matrícula nos ensinos primário, secundário e pós-secundário como uma aproximação da formação educacional e profissional. Conquanto o País tenha, em 2004, colocado 97% da população em idade escolar no primeiro nível, no segundo a situação já não era tão favorável, com tal percentual se reduzindo a 79%. Piora o quadro quando se analisa a taxa de matrícula no ensino pós-secundário, que atinge apenas 43% das pessoas em idade para freqüentar esta série. Esses dados corroboram a preocupação dos especialistas no Brasil (dados do *World Development Indicators - 2006*, Banco Mundial. Referentes ao ano de 2004).

TABELA 6.5 - COMPARAÇÃO ENTRE RESULTADOS DE 2006 E DO PERÍODO 2001-2006 REFERENTE ÀS CONDIÇÕES LIMITANTES DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)	
	2006	2001-2006
Políticas Governamentais	26,70	21,30
Apoio Financeiro	23,80	20,90
Educação e Capacitação	17,10	16,40

FONTE: Pesquisa com especialistas - GEM 2001 a 2006

No entanto, analisando as condições que têm favorecido as atividades empreendedoras no Brasil, observam-se variações no seu grau de relevância. A média para o período 2001-2006 mostra que condições tidas como favoráveis foram, por ordem de importância: normas culturais, educação e capacitação e clima econômico (tabela 6.6). Já em 2006, a condição mais relevante foi o clima econômico, seguido da educação e capacitação e normas socioculturais e capacidade empreendedora. Apesar de os mesmos elementos ainda se manterem como favoráveis, a ordem se inverteu na última pesquisa. A explicação dada pelos especialistas por considerar o clima econômico como condição mais favorável se deve à pouca oportunidade de emprego formal, levando as pessoas a buscarem alternativas de sobrevivência no empreendedorismo por necessidade.

Conforme visto anteriormente, o aumento da taxa de desemprego em 12,7%, entre o período 2005-2006 contribui, de certa forma, para aumentar a motivação para empreender por necessidade, que representa em média cerca de 47% do

total de empreendedores brasileiros, qualificando o Brasil entre os países de maior taxa de empreendimento por este tipo de motivação (5,3), colocando-o em 4º lugar no *ranking*, atrás da Venezuela, China e Jamaica (GEM 2005).

TABELA 6.6 - COMPARAÇÃO ENTRE RESULTADOS DE 2006 E DO PERÍODO 2001-2006 REFERENTE ÀS CONDIÇÕES FAVORÁVEIS DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL -PERCEPÇÃO DOS ESPECIALISTAS

CONDIÇÕES	MENÇÕES (%)	
	2006	2001-2006
Clima Econômico	19,20	12,70
Educação e Capacitação	15,40	10,50
Normas Culturais e Sociais	12,50	19,00
Capacidade Empreendedora	12,50	6,30

FONTE: Pesquisa com especialistas - GEM 2001 a 2006

6.2 O PAPEL DAS POLÍTICAS E PROGRAMAS DE APOIO

6.2.1 Clima Econômico

Os resultados anuais anteriores da pesquisa GEM identificaram esta condição como favorável para as atividades empreendedoras no País. O que se observa no Brasil é que o empreendedorismo está baseado na necessidade em função da crise no emprego formal, impelindo as pessoas a buscarem alternativas de renda e ocupação. Segundo dados do IBGE, em 2005, a taxa de desemprego era de 9,4%, elevando-se para 10,6%, em 2006¹¹. A maior taxa de desemprego é explicada em função do maior aumento da População Economicamente Ativa - PEA (4,1%) em relação à oferta de trabalho (2,8%). Analisando o perfil desse trabalhador, a maioria é empregada (75,4%) e possui carteira assinada (46,1%).

¹¹ Esses dados referem-se a agosto de cada ano. Esta pesquisa utiliza o critério de desemprego aberto, o qual considera somente as pessoas que no período de referência estavam disponíveis para trabalhar e realmente procuraram trabalho, sendo consideradas desempregadas. Além disso, ela abrange seis regiões metropolitanas no país: Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre. O cálculo da taxa de desemprego feito nessas regiões serve como indicativo da taxa global do Brasil.

Em relação aos que trabalham por conta própria (18,8%) e empregadores (4,9%), observa-se uma pequena diminuição entre o período de 2005-2006, passando de 24,5% (2005) para 23,7% (2006).

Outro agravante dessa situação são os mecanismos insuficientes, coordenados pelo governo, para manter economicamente o desempregado na sociedade. O seguro desemprego, além de exigir que a pessoa tenha trabalhado pelo menos nos últimos seis meses e com carteira assinada (e quinze meses para empregados domésticos)¹², oferece uma renda com base na média dos últimos três meses que a pessoa esteve empregada e durante um período que pode variar de 3 a 5 parcelas mensais; após esse período, o desempregado fica desamparado (Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)).

Em 2005, havia 5.362.968 assegurados, na categoria trabalhador formal, com rendimento médio de 1,36 salário mínimo; e 9.807 desempregados domésticos assegurados, com rendimento médio mensal de 1 salário mínimo (MTE). Ademais, ainda que mecanismos de assistência social voltados aos mais pobres, como o Bolsa Família, venham sendo incrementados em valores repassados, abrangência e contrapartidas exigidas (e.g. vacinação e matrícula das crianças em escolas), eles estão longe de garantir o mínimo de segurança material proporcionado pelas políticas sociais dos países mais ricos.

Enfim, o clima econômico desfavorável, em termos de oferta de trabalho formal, constitui, na visão dos especialistas, uma das condições mais favoráveis à inserção nas atividades empreendedoras.

6.2.2 Contexto Político, Institucional e Social

Há uma crença arraigada no Brasil de que as pessoas sempre buscam no Estado as soluções para seus problemas. É essa crença, por exemplo, que faz os especialistas ouvidos pelo GEM regularmente afirmarem que as pessoas prefeririam empregos estáveis, de preferência no setor público em vez de

¹² Existem outros tipos de assegurados com condições específicas para recebimento, tais como: pescador artesanal, trabalhador resgatado e Bolsa Qualificação (mais detalhes ver: <http://www.mte.gov.br/Trabalhador/SeguroDesemp/Default.asp>).

arriscar abrir seus próprios negócios. O empreendedor, em contraste, seria malvisto pela sociedade em geral. É difícil saber se essas afirmações correspondem à verdade sem uma profunda pesquisa etnográfica. O GEM 2005 já trouxe, porém, dados surpreendentes a esse respeito, que mostram uma visão francamente positiva do empreendedor e da carreira empresarial.

Entretanto, não se pode negar que a crescente atuação do setor público, somada aos compromissos oriundos do processo de endividamento público de décadas, demanda recursos que o Estado obtém por meio da tributação, o que de certa forma explica as constantes reclamações de alta carga tributária em nosso País, algo comprovado pelos números.

A burocracia encontrada na abertura e no fechamento de empresas também não ajuda muito o empreendedor, sendo o País um dos que registram maiores números de dias e de procedimentos para realizar os processos de abertura e fechamento. Obviamente, em um processo mais burocratizado há uma maior possibilidade de agentes públicos mal-intencionados obterem ganhos, facilitando “a vida dos empreendedores” e criando uma máquina corrupta dentro do aparelho estatal. Uma solução talvez a ser adotada seja a informatização dos procedimentos, o que de certa forma retira dos burocratas certo poder.

A legislação brasileira é, também, um tanto complexa, dificultando o entendimento e o enquadramento legal dos empreendedores, que muitas vezes vêm-se inertes perante o desconhecimento que possuem da legislação pertinente, seja trabalhista, fiscal, previdenciária e outras. Em parte isso pode ser visualizado pela legislação e pelo procedimento na concessão de patentes no País. Como o processo é lento e burocratizado, muitas empresas preferem realizar pesquisa e registrar suas invenções em escritórios de patentes do exterior, do que passar pelo crivo do escritório brasileiro de patentes.

Entretanto, mesmo diante dessas adversidades, quando analisamos a mentalidade empreendedora, percebemos que os empreendedores pesquisados mantêm os achados do ciclo anterior e considera o empreendedorismo uma boa opção de carreira, com 70% dos respondentes. E também 75,6% dos não-empreendedores consideram o negócio próprio uma boa opção de carreira, mais que os empreendedores (tabela 6.7).

TABELA 6.7 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES DE NEGÓCIO EM ESTÁGIO INICIAL E ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES, NO BRASIL - 2006

AFIRMAÇÕES	Empreendedores Iniciais (%)		Empreend. Estabelecidos (%)	Não Empreend. (%)
	Nascentes	Novos		
Consideram que no Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	86,40	78,70	70,00	75,60
Consideram que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm <i>status</i> e respeito perante a sociedade	80,60	79,30	75,40	73,80
Consideram que no Brasil você vê freqüentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem-sucedidos	79,10	78,00	71,60	70,90

FONTE: Pesquisa população adulta - GEM Brasil 2006

Além de acreditarem na carreira de empreendedor, os respondentes afirmaram que vêem com freqüência notícias de empreendedores bem-sucedidos, o que motiva as pessoas.

6.2.3 Normas Culturais e Sociais

Segundo os especialistas, no Brasil, tradicionalmente, não há uma cultura que estimule as pessoas a iniciarem um negócio próprio, ao invés disso, o que se enfatiza é uma educação formal e, posterior, a busca por um emprego em uma grande empresa. Além disso, não se enfatiza a auto-suficiência, autonomia e iniciativa pessoal, bem como a atividades que estimulem a criatividade e a inovação ao longo da educação formal do indivíduo.

No entanto, apesar das possíveis limitações impostas pelos valores familiares como também da sociedade e pela educação formal, o brasileiro é tido como criativo. Segundo a visão dos especialistas, essa criatividade decorre, basicamente, das mazelas da economia brasileira, que força o cidadão sobreviver em condições de incerteza e restrições. Conforme já constatado pelo GEM em anos anteriores, o empreendedorismo no Brasil cresce, em parte, pela necessidade de sobrevivência das pessoas, que encontram dificuldades de empregar-se no mercado formal, que depende da dinâmica positiva da economia nacional.

Outro aspecto que caracteriza a cultura da população brasileira é a valorização do sucesso individual obtido por meio de esforços pessoais e as

responsabilidades individuais em administrar a sua própria vida, o que de certa forma favorece as práticas empreendedoras no País. Para um dos entrevistados “existe no Brasil uma cultura social voltada para a independência e ser patrão representa uma ascensão social”, corroborado pela pesquisa, como se pode ver na tabela 6.7, em que a grande maioria dos empreendedores e a de não empreendedores consideram que se dar bem em um novo negócio é ter status na sociedade, adquirindo respeito dos demais.

Em parte, essa avaliação retrata o elevado grau de desigualdade social existente no País. Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, no Relatório de Desenvolvimento Humano – RDH2006, o País é o 10º país mais desigual, numa relação de 126 nações – era o 2º no início dos anos 1990. Ele está melhor que Colômbia, Bolívia, Haiti e seis países da África Subsaariana. No entanto, apesar desse quadro, esse relatório mostra que no País o nível de distribuição de renda, avaliado pelo índice de Gini¹³, melhorou moderadamente. Ademais, os avanços no Índice de Desenvolvimento Humano – IDH (tabela 6.8) estão aproximando o País das sociedades de alto desenvolvimento (que têm um IDH igual ou maior que 0,8).

TABELA 6.8 - EVOLUÇÃO DO IDH NO BRASIL ENTRE 2003-2006 E SUA POSIÇÃO NO RANKING DOS PAÍSES PESQUISADOS - RDH2006

	ANO			
	2003	2004	2005	2006
Índice de Desenvolvimento Humano - IDH	0,788	0,792	0,790	0,790
Posição no ranking (lista de 177 países)			68º	69º

FONTE: PNUD

¹³ É um indicador de desigualdade de renda, que varia de zero a 1. O zero é uma situação na qual toda a população possui uma renda equivalente e 1 se apenas uma pessoa detém toda a riqueza do país. O IDH é um indicador avalia a longevidade (esperança de vida ao nascer), a renda e a educação (número de matrículas nas três esferas educacionais e nível de alfabetização de adultos). A Noruega tem o melhor IDH, tendo um índice de 0,965 (RHD2006, PNUD).

6.2.4 Características da força de trabalho

A força de trabalho no Brasil apresenta pequeno índice de escolaridade. Embora tenha havido melhoria neste quesito, a mão-de-obra brasileira é ainda de baixa qualificação quando comparada com outros países. Segundo dados da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, em 2003 as pessoas ocupadas com 16 anos ou mais no Brasil apresentavam apenas 7,2 anos de estudo. À primeira vista, é um resultado ruim, mas uma análise temporal mais ampla revela que este índice praticamente dobrou nas duas últimas décadas.

De certa forma, essa característica acaba proporcionando oportunidades, mas também desafios a serem enfrentados.

A baixa qualificação tem correspondido a um patamar também baixo de remuneração¹⁴, o que facilita sobremaneira o empreendedorismo, por contar com uma força de trabalho de baixo custo. Claro que este fator competitivo é relativo, o trabalhador brasileiro tem baixa remuneração quando comparada com países mais desenvolvidos, mas possivelmente não compete com um país como a China que apresenta um custo menor da mão-de-obra. Talvez isso explique o temor em relação a esse país, pois tradicionalmente o Brasil conta com a mão-de-obra barata, e se especializou em atividades intensivas nesse fator.

Porém, a baixa qualificação dificulta o surgimento de empreendimentos de base tecnológica, pois esta atividade demanda uma força de trabalho com um perfil mais preparado. Muito provavelmente seja este um dos motivos da baixa introdução de tecnologia nos empreendimentos, como constatado nesta pesquisa.

Essa característica da mão-de-obra está sendo apontada por entidades como a Confederação Nacional da Indústria como um impeditivo para o maior crescimento do País e, portanto, mais oportunidades de negócios, auxiliando na manutenção das taxas de empreendedorismo por necessidade. Para citar exemplos, na área de engenharia o Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA) estima que o Brasil tenha 6 profissionais para cada mil membros da população economicamente ativas (PEA), enquanto Estados Unidos e Japão têm 25 engenheiros para o mesmo número de componentes da PEA.

¹⁴ Segundo dados da PNAD 2004 do IBGE, as pessoas com 7 anos de estudo (média da escolaridade no Brasil) ganhavam em média R\$ 396,00 por mês.

6.2.5 Composição da população percebida - características demográficas

As características demográficas são apontadas como condições favoráveis ao empreendedorismo no Brasil. Como o País foi construído por pessoas das mais diferentes nacionalidades, credos e culturas, o brasileiro acaba apresentando uma característica considerada importante para o empreendedor: a capacidade de adaptar-se a diferentes tipos de situações e em ambientes distintos.

Esta característica é reforçada pela facilidade que o brasileiro tem de conviver com pessoas diferentes, mesmo sem perder a unidade, que é pertencer a uma mesma nação, independentemente da origem.

Também esta diversidade proporciona oportunidades ao empreendedor, sendo possível explorar nichos de mercado a partir das características diferenciadas da população, o que muitas vezes é um impeditivo para empresas que operam com produtos uniformes sem diferenciar conforme a população atendida. O micro-empendedor tem mais capacidade de oferecer um produto no padrão desejado pelo consumidor.

Também a idade mais jovem dos brasileiros favorece o surgimento de empreendedores, por ser o jovem mais propenso a assumir riscos, que são inerentes à atividade empreendedora. Segundo a base de dados internacional do *United States Bureau of the Census*, em 2006 o Brasil tem 30,4% da população total na idade entre 18 a 34 anos. Do total de 188.078.227 habitantes, 57.170.503 tem entre 18 e 34 anos (outro país com grande número de jovens e bastante empreendedor são os EUA, onde tal percentual é 23,46%, que em números absolutos representam cerca de 70 milhões de pessoas).

7 O PAPEL DAS POLÍTICAS E PROGRAMAS DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO

Este tópico tem como objetivo analisar a importância das políticas e programas governamentais para o empreendedorismo no Brasil. Essa análise fundamenta-se nos resultados das pesquisas realizadas com os empreendedores e especialistas brasileiros. Inicialmente, analisam-se as políticas governamentais regionais e nacionais, aplicadas em termos de tributos e regulamentações. Em seguida, a análise recai nos programas governamentais, que diferem das políticas por constituírem ações que colocam estas em operação, em todos os níveis de governo – federal, estadual e municipal. Por fim, apresentam-se propostas de ações para os formuladores de políticas e programas governamentais a partir das sugestões levantadas pelos especialistas brasileiros e da análise feita pelos pesquisadores dessa publicação.

Em geral, os resultados mostram uma visão pessimista dos especialistas e empreendedores em relação à importância das políticas e programas governamentais para alavancar as atividades empreendedoras no País, mesmo que se destaquem iniciativas governamentais nos últimos anos. As principais razões desse pessimismo são a excessiva burocracia para abrir, manter em funcionamento e fechar negócios no País, a elevada carga tributária e a insuficiência de recursos financeiros para fomentar atividades empreendedoras, principalmente as mais inovadoras. Para modificar esse quadro, no final do tópico arrolam-se ações para fundamentar políticas e programas governamentais a partir de uma discussão sobre a importância do desenvolvimento regional. Este, quando apoiado pelo governo local e principais atores relacionados às atividades empreendedoras, é condição necessária para fortalecer os negócios existentes e promover a abertura de novos empreendimentos.

7.1 AS POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS

Para os especialistas, as políticas governamentais são a condição mais crítica entre as barreiras às atividades empreendedoras. Em 36 respostas, apenas cinco tratam esta condição como favorável por considerarem o apoio a empresas novas e em crescimento como alta prioridade nas políticas do Governo Federal. Nesse caso, os aspectos destacados foram a criação do sistema SIMPLES de tributação, a Lei Geral das Micros e Pequenas Empresas¹⁵ e a determinação da Política Industrial Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), enfocando as suas vocações e oportunidades futuras no mercado global, facilitando a formação de políticas públicas para setores considerados estratégicos. Além disso, os Fundos Setoriais e as leis de incentivos ao investimento em P&D têm contribuído para a geração de novas tecnologias nacionais.

Apesar dos avanços acima, a visão dos especialistas brasileiros é predominantemente negativa. Todos destacaram, como principal condição limitante a burocracia governamental, incluindo regulamentações e permissões para abertura e funcionamento de empresas novas e em crescimento, bem como o tempo que se gasta para obter permissões, licenças e concessões. É impossível abrir formalmente um negócio no Brasil em uma semana – na verdade, pode-se levar meses. Como resultado, muitas pessoas hesitam em criar empreendimentos, não apenas em função dos entraves à abertura, mas também das grandes dificuldades burocráticas no fechamento.

Além de desestimular a abertura de negócios, a burocracia e a complexidade da legislação prejudicam sua formalização, agravando o problema da informalidade. Segundo dados do IBGE/ECINF (2003), em 2003 havia 10.335.962 empresas informais, sendo 88% dos empreendedores trabalhando por conta própria e os restantes 12% como empregadores. Comparando estes dados com os de 1997, houve um crescimento de cerca de 9% das empresas informais. Como atualmente existem cerca de cinco milhões de pequenos empreendimentos formais, há, para cada um deles, dois que são informais.

Apesar da escassez de dados secundários disponíveis para avaliação das políticas governamentais, podem-se considerar os aspectos qualitativos das

¹⁵ Aprovada em 22 de novembro de 2006, pela Câmara dos Deputados, e já sancionada pelo Presidente da República, passará a vigor no segundo semestre de 2007.

políticas citadas pelos especialistas, como é o caso das licitações no setor público. A Lei n.º 8.666, de 1993, que rege as licitações de obras e serviços do poder público, em todos os níveis, e da administração direta e indireta não prevê nenhum mecanismo que favoreça negócios em fase inicial. Isso de certa forma corrobora a visão dos especialistas de que não há mecanismos que considerem o estágio da empresa nas políticas governamentais.

No que se refere aos dados sobre as facilidades e dificuldades para abertura de negócios, uma fonte importante é o *Doing Business*, uma compilação e consolidação de dados financiada pelo Banco Mundial que capta informações sobre a regulação dos negócios e a proteção aos direitos de propriedade. O último relatório, o *Doing Business 2006*, informa sobre reformas que os países fizeram para facilitar a abertura de negócios. Quarenta e três países as fizeram e o Brasil não se encontra entre eles, o que sugere falta de prioridade aos empreendedores. Na obtenção de licenças, 17 países efetuaram reformas para facilitar esse processo e o Brasil também não está entre eles. A mesma situação ocorre para o fechamento dos negócios e pagamento de impostos.

Cabe observar que pelo menos no que se refere a fazer cumprir os contratos estabelecidos, o Brasil é citado como um dos 18 países que fizeram reformas no sentido de melhorar este item. No tocante ao número de procedimentos necessários para abrir um negócio, existem 17 procedimentos no País, colocando o Brasil como um dos dez países mais burocráticos numa lista de 175 países pesquisados. O Brasil também se encontra neste *ranking* em relação ao tempo necessário para abrir um negócio, totalizando em média 152 dias. Este número é muito alto se comparado à Austrália, que é o país que oferece o menor tempo, apenas dois dias. A situação do Brasil é melhor apenas que República Democrática do Congo, Laos, Haiti, Guiné-Bissau e Suriname.

Para obter uma licença do governo no Brasil, são necessários 19 procedimentos e 460 dias, colocando o País novamente entre os 10 países com maior número de dias. E para fechar um negócio em função de falência decretada, a situação não é diferente, pois são necessários quatro anos para efetivamente dizer que o negócio foi fechado e não há mais pendências com a empresa, o que custa em torno de 12% dos bens.

Outra condição também destacada pelos especialistas (86,1%) é a carga tributária. Além de ser considerada um fardo, a tributação não é previsível e nem consistente, assim como as demais regulamentações do governo, o que

dificulta sobremaneira a projeção de pagamento de impostos por parte das empresas novas e em crescimento. Segundo o relatório *Doing Business*¹⁶, o Brasil está entre os dez países com maiores cargas tributárias como percentual do lucro bruto das empresas. O total de tributos pagos representa 71,1% da renda das empresas brasileiras, as quais, além disso, gastam o maior número de horas por ano para preparar documentos necessários ao recolhimento de tributos: em torno de 2.600h. Todas estas informações apenas corroboram a percepção dos especialistas.

Uma segunda condição limitante para empreender no Brasil é o Apoio Financeiro. Dos 36 respondentes, apenas dois mencionaram favoravelmente esta condição devido ao apoio que o governo oferece para desenvolver tecnologia, por meio da Lei de Tecnologia da Informação e dos Fundos Setoriais. Foi dito ainda que, por falta de projetos apresentados a instituições financeiras, os recursos financeiros disponíveis para inovação não foram totalmente utilizados. Dentre as principais justificativas como condição limitante tem-se a disponibilidade insuficiente de financiamento proveniente de investidores privados para empresas novas ou em crescimento (86,5%). Há também a disponibilidade insuficiente de recursos para financiar capital de giro e investimentos; e diminuta oferta de recursos de capital de risco (81,1%).

É necessário rever o processo de financiamento ao empreendedorismo no Brasil. Para um dos especialistas, “as linhas de crédito para auxílio ao pequeno empreendedor são escassas e quando existem são de difícil acesso”. Segundo ele, “dentre os fatores que dificultam o acesso ao crédito destacam-se: a) a falta de uma divulgação clara sobre a sua existência e os caminhos para obtê-las; b) a burocracia; c) a falta de amparo jurídico que dê garantias a todo o processo, especialmente a quem oferta os recursos”.

Ademais, a insuficiência de recursos financeiros, de certa forma, está relacionada à própria dificuldade que empreendedores brasileiros, principalmente dos negócios de tamanhos micro e pequeno, enfrentam para captar recursos financeiros. Tal dificuldade remete-se tanto à referida burocracia das instituições financeiras privadas e públicas, quanto aos juros

¹⁶ *Doing Business* – Estudo conduzido pelo Banco Mundial que investiga as condições e aspectos relacionados a regulamentações e procedimentos para criação dos negócios nos países.

altos que inibem a captação. No primeiro caso, mesmo que os empreendedores mantenham seus registros contábeis e fiscais em dia, necessitam apresentar garantias reais em nome da pessoa física de seus sócios. Em se tratando de novos negócios e outros considerados "informais", a situação é mais crítica.

A inexistência de um histórico e de indicadores é a principal razão da dificuldade no acesso ao crédito. Segundo dados do Banco Central do Brasil (2005), o BNDES aumentou a concessão de recursos às empresas em 17,9% em relação ao ano de 2004. Os setores industrial, comercial e de serviços registraram crescimento no montante de financiamentos obtidos. Já o setor agropecuário como também as empresas de menores portes (micros, pequenas e médias) não compuseram essa estatística. Para essas últimas, comparando-se com o ano de 2004, houve um recuo de 7,3% na concessão de financiamentos. Apesar dessas ações, o País é carente de crédito. As operações de crédito oferecidas pelo sistema financeiro nacional representaram, em outubro de 2006, 33,1% do PIB, o equivalente a um montante de R\$ 697,3 bilhões, segundo dados do Banco Central.

Em função da dificuldade que os empreendedores brasileiros de menores portes enfrentam para captar recursos, o Governo Federal tem realizado nos últimos anos estudos para identificar aglomerações locais, denominadas Arranjos Produtivos Locais (APLs). Uma das finalidades é promover o desenvolvimento regional mediante o apoio às micro, pequenas e médias empresas locais em termos tecnológicos e financeiros. A partir dessa orientação, muitas instituições financeiras têm procurado reestruturar suas operações de crédito, de forma a torná-las mais elaboradas e personalizadas para atender às empresas localizadas nos APLs identificados pelo governo. Essa ação ainda é incipiente, mas o simples fato de essas empresas participarem dos APLs favorece a aprovação do processo de análise de concessão de crédito com taxas de juros mais baixas.

No que se refere aos instrumentos de apoio direto à inovação em novas empresas, observam-se, mais recentemente, algumas iniciativas de investimento apoiando o empreendedorismo inovador. Os principais instrumentos nesse sentido encontram-se no Ministério da Ciência e Tecnologia, por meio de suas agências Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por meio de seus programas de bolsas e financiamentos, resultantes de parcerias entre as universidades e as empresas. Além disso, há também o Programa

RHAE-Inovação, desta última instituição, formulado para atender a objetivos de capacitação de recursos humanos para as atividades estratégicas de apoio à inovação tecnológica.

Quanto aos incentivos fiscais, existem dois tipos: um específico para a área de informática e automação e os destinados à pesquisa e desenvolvimento industrial. Já a partir de 1997, foram criados os Fundos Setoriais como tentativa de reduzir os gargalos do Sistema Nacional de Ciência e Tecnologia. Atualmente existem 16 Fundos Setoriais em diferentes áreas de atuação, cujos recursos direcionam-se às instituições de pesquisa e são complementados pelas empresas para pesquisas realizadas em parceria e destinadas ao desenvolvimento de atividades de inovação nas empresas.

Dentro dos Fundos Setoriais, o Fundo Verde Amarelo contempla especificamente uma linha de ação voltada a novos negócios, que é o Apoio Integrado ao Empreendedorismo. Ações deste tipo objetivam promover e fomentar a cultura do empreendedorismo no País, utilizando para tanto um conjunto de instrumentos que visam capacitar os empreendedores nos principais aspectos relacionados à criação e à consolidação de novos negócios das micros e pequenas empresas já participantes do mercado e apoiar a transformação de idéias em negócios. O programa propõe-se a conceder apoio de forma integrada aos inventores, empreendedores e empresas já consolidadas em diferentes etapas do processo de inovação tecnológica. O programa divide-se em: i) ações ligadas à disseminação do empreendedorismo; ii) ações de apoio aos inventores, “*start up*” de novas empresas, apoio às Incubadoras de Empresas e à capitalização de Micro e Pequenas Empresas - MPes; e, iii) ações voltadas para a consolidação de empresas ou grupo de empresas (parques tecnológicos).

7.2 OS PROGRAMAS GOVERNAMENTAIS

Embora enfatizem o elevado grau de burocracia existente no Brasil como um dos fatores limitantes ao empreendedorismo, os especialistas são otimistas quando o assunto é apoio mais específico às atividades empreendedoras. Alguns programas governamentais têm facilitado o funcionamento das pequenas e médias empresas, sobretudo nas áreas fiscais e tributárias.

O governo federal havia detectado, na percepção dos especialistas, que os programas podem até existir, mas são dispersos e de difícil acesso ou conhecimento para os empreendedores.

Em 1999, foi lançado o Programa Brasil Empreendedor, cuja finalidade é coordenar e articular diversas ações e programas de agentes públicos e privados. Coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC foi criado na tentativa de centralizar informações relacionadas a empreendimentos. No entanto, os especialistas afirmam que ainda não se consegue assistência por parte do governo visitando apenas uma agência. Apesar de não cumprir este objetivo, o programa obteve resultados, como a Lei n.º 9.872/1999, que criou o Fundo de Aval para a Geração de Emprego e Renda (FUNPROGER¹⁷); o Programa de Recuperação Fiscal, com a Lei n.º 9.841/1999, que estabeleceu o Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte; e a Criação do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, onde se podem obter várias informações sobre os programas de governo.

Além do Brasil Empreendedor, instituições como o SEBRAE têm programas específicos para este público, como o Jovem Empreendedor, e os especialistas detectam um esforço grande de estímulo a empresas de base tecnológica. Nesse sentido, há iniciativas tanto em nível federal quanto estadual. Em âmbito federal, há os editais da FINEP, os recursos do BNDES para empresas nascentes de base tecnológica e microcrédito, que facilita a obtenção de recursos financeiros por parte dos microempreendedores formais e informais. No âmbito dos estados, as fundações de amparo à pesquisa e as secretarias de ciência e tecnologia têm contribuído para o surgimento de empreendimentos de base tecnológica.

Para os especialistas, a criação de pólos tecnológicos e de centros de incubação de empresas no Brasil também estimulam e promovem a criação de novos empreendimentos. Corroborando tal visão, a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) constatou a evolução do número de incubadoras no País. A sua pesquisa Panorama de Incubadoras de Empresas e Parques Tecnológicos, que tem periodicidade anual, na edição de 2005 registra um total de 339 incubadoras em operação, número muito superior ao de 1988, quando havia apenas duas. Nas 339 incubadoras,

¹⁷ Ver o regulamento em: <http://www.bb.com.br/appbb/portal/gov/ep/srv/fed/AdmRecFUNPROGER.jsp>.

2.327 empresas estão incubadas, 1.678 já foram graduadas e 1.613 estão associadas. Essa pesquisa também mostra a evolução dos parques tecnológicos no Brasil. No ano de 2005 havia 15 parques em operação, 13 em implantação e 14 em projeto.

Os resultados do GEM também destacam o acesso à infra-estrutura para os novos empreendedores como um terceiro fator limitante, segundo a avaliação dos empreendedores (12,7%). Os empreendedores iniciais sinalizam a importância da localidade do negócio como fator de sucesso e a dificuldade de se ter esta localidade decorrente do elevado valor exigido quer seja para a aquisição ou arrendamento do espaço.

Na questão do apoio a empresas novas e em crescimento, para 35,1% dos especialistas é precário ou mesmo inexistente o acesso à infra-estrutura física – estradas, serviços de energia elétrica, fornecimento de água, comunicação, saneamento, coleta de lixo. Todavia, talvez considerando a dimensão continental do País, algumas respostas vão em contraponto a esses dados: “o Brasil é um país privilegiado em termos de recursos naturais e isso resulta numa relativa facilidade de acesso a recursos mínimos como espaço físico, luz, água e telefone, se comparado a outros países em nível semelhante”. Outro entrevistado afirma que “principalmente em capitais e grandes cidades brasileiras [o acesso à infra-estrutura física] já apresenta relativa solidez em termos de disponibilidade e de acessibilidade”.

Cerca de 30% dos especialistas afirmam que o custo de acesso a serviços de comunicação (telefone, internet etc.) é muito alto. De acordo com um dos entrevistados, tais custos “podem representar [...] certa barreira para as pequenas empresas”. Quanto ao acesso em menos de uma semana aos serviços de comunicação em análise, 46% dos especialistas afirmam que isso já é possível na maioria das cidades. Para um deles, “a infra-estrutura de telefonia e *internet* encontra-se num padrão mundial, o que ajuda muito principalmente às empresas de alta tecnologia. Estes serviços são disponibilizados de forma rápida e acessível, possibilitando melhoria na competitividade das empresas”.

No entanto, em regiões menos favorecidas é possível que tal prazo seja mais alongado ou até mesmo inexistente oferta adequada. Em geral, os especialistas (48,6%) ponderam que uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em um período

aproximado de um mês. Adicionalmente, 56,8% dos especialistas acreditam que as empresas novas e em crescimento possuem condições de arcar com os custos dos serviços básicos de infra-estrutura.

Ainda no tocante ao acesso à infra-estrutura física, um dos entrevistados tece comentários favoráveis aos recursos naturais e às condições geográficas e climáticas do País: “no Brasil não temos o problema das catástrofes naturais ou ocorre muito pouco. Outro aspecto é que o Brasil possui terra abundante para oferecer combustível alternativo ao petróleo e à gasolina”.

Analisando particularmente o acesso e a importância da *internet* para as empresas brasileiras observa-se primeiramente um elevado índice de crescimento no Brasil mesmo se comparado ao índice dos países desenvolvidos. O desenvolvimento tecnológico neste setor tem propiciado o desenvolvimento de oportunidades antes muito caras e de difícil colocação em prática, só acessíveis às empresas altamente capitalizadas.

A existência da *internet* como provedora de informações facilita a importação de idéias para o empreendedorismo no País por meio de cópia ou aprimoramento dessas idéias, além de facilitar a interação com o mercado em que o profissional está inserido, permitindo a educação continuada e contribuindo na busca de informações para o planejamento e desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Uma parte da informação, conhecimento codificado e aprendido das empresas novas e em desenvolvimento são acessados por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). A difusão das TICs implica maiores possibilidades de codificação e transferência do conhecimento. A informação codificada se agrega e complementa os conhecimentos tácitos que permanecem nas empresas. As TICs são fundamentais nas formas de gestão e organização empresarial, geram maior integração nas diferentes funções das empresas, facilitam a integração com usuários, fornecedores e prestadores de serviços e facilitam a integração com outras empresas e instituições. Portanto, o acesso as TICs pelas empresas novas e em desenvolvimento é um canal facilitador de acesso às novas tecnologias de produtos e processos.

7.3 IMPLICAÇÕES PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS

Além de identificar os principais aspectos que limitam ou facilitam as atividades empreendedoras, o GEM também busca informações viáveis para se pensar políticas públicas que o empreendedorismo a partir dos cenários particulares de cada nação. Nesse sentido, não se pretende definir um modelo único, mas caracterizar propostas mais adequadas ao contexto nacional e regional específico. Apesar disso, o relatório GEM internacional procurou classificar as nações mediante alguns aspectos similares para apresentar diretrizes, que podem ser úteis para grupos de países com características comuns. Neste caso, considerando-se a renda nacional e o nível de desenvolvimento tecnológico, classificam-se os países em dois grupos: países de alta e média renda (tabela 1.1).

Para os países do grupo de alta renda, o desafio é manter os índices de geração de novos produtos, processos e tecnologias mediante o aperfeiçoamento sistemático dos mecanismos de difusão da “cultura” criativa e inovativa, a fim de fortalecer os setores altamente inovativos.

Os países de renda média, no qual o Brasil se insere, precisam ultrapassar o estágio de usuários de tecnologias desenvolvidas externamente para o estágio de desenvolvimento tecnológico próprio, o que exige condições estruturais adequadas, principalmente relacionadas à educação. Para tanto, é necessário fortalecer as empresas existentes, principalmente as de pequeno e médio porte, mediante mecanismos formais de apoio em vários aspectos: financeiros, gerenciais, educacionais e jurídicos.

As proposições apresentadas pelos especialistas no GEM 2006 convergem para as sugestões acima. As principais recomendações referem-se a Políticas Governamentais (36,2%), Educação e Capacitação (19%), Programas Governamentais (14,3%) e Apoio Financeiro (13,3%). A ênfase colocada pelos entrevistados nas políticas e nos programas governamentais mostra que eles estão conscientes da importância de realizar mudanças estruturais na economia brasileira para estimular e fortalecer as empresas existentes no País, que na sua maioria são micros e pequenas (99% das 4,6 milhões de empresas brasileiras, segundo o SEBRAE). De forma geral, a maioria enfatiza a necessidade de diminuir o grau de burocracia existente para abrir, manter em funcionamento e fechar

empresas formais e reduzir a carga tributária sobre os produtos e serviços, e folhas de pagamento. Os especialistas, contudo, reconhecem esforços recentes para melhorar tais condições, mesmo que insuficientes, como, por exemplo, a Lei Geral das Micros e Pequenas Empresas e o SIMPLES. Outra questão a ser equacionada é elevar o nível educacional (níveis fundamental, médio e superior) da população brasileira, que ainda é baixo se comparado a outros países e acaba gerando o empreendedorismo por necessidade.

As proposições mais relevantes que foram apresentadas pelos especialistas, por condições relacionadas ao empreendedorismo, são sintetizadas na tabela 7.1.

A partir dessas proposições, são sugeridas a seguir ações mais estruturadas, capazes de direcionar futuras políticas e programas governamentais orientados ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil. Essa proposta se fundamentará na importância dos espaços regionais como fatores facilitadores à promoção e ao fortalecimento do empreendedorismo.

TABELA 7.1 - RELAÇÃO DAS PROPOSIÇÕES APRESENTADAS PELOS ESPECIALISTAS NA PESQUISA GEM 2006, POR CONDIÇÕES RELACIONADAS AO EMPREENDEDORISMO

CONDIÇÕES RELACIONADAS AO EMPREEND. - EFC	PROPOSIÇÕES	APOIO INSTITUCIONAL
Políticas Governamentais	Desburocratizar os procedimentos para abrir (152 dias) e fechar (de 2 a 5 anos) uma empresa. A proposta é centralizar o cadastro da empresa.	Governos Federal, Estadual e Municipal
	Criar uma Política Nacional específica ao Empreendedorismo para facilitar acesso ao crédito, exportação, capacitação e treinamento etc., mas considerando as diferenças regionais, ou seja, criar mecanismos diferenciados, dadas as particularidades de cada região.	Governos Federal, Estadual e Municipal
	Facilitar o acesso ao crédito (criar mecanismos de avaliação de projetos sem ser meramente baseados em critérios bancários; criar fundos alternativos de aval e de garantia para concessão de empréstimos).	Banco Central do Brasil - BACEN
	Criar mecanismos para estimular as empresas informais a formalizarem-se (diminuir as exigências técnicas; desburocratizar processos, facilitar crédito etc.)	Governos Federal, Estadual e Municipal
	Criar novos modelos de Sistemas de Investimentos, sem a intervenção direta do governo por meio de suas instituições bancárias. Então, a idéia é que a própria comunidade possa aportar, autonomamente, recursos financeiros para a criação de Fundos de Investimentos para o desenvolvimento local.	Governos Federal e Estadual
	Instituir incentivos fiscais, como abatimento de valores no imposto de renda para: a) empresas que desejam abrir outra empresa na sua própria cadeia de valor; b) pessoa que deseja abrir uma empresa de alta tecnologia.	Governos Federal, Estadual e Municipal
	Maior Apoio do Governo para a fiscalização de atividades técnicas (por exemplo, ter um funcionário público para avaliar as condições técnicas do negócio para as micro e pequenas empresas).	Governos Estadual e Municipal
	Instituir processos de licitação mais flexíveis para os casos de empresas pré-incubadas e incubadas.	Governos Federal, Estadual e Municipal
Educação e Capacitação	Instituir o ensino sobre empreendedorismo nas várias esferas da educação formal (fundamental, média e superior), inclusive nas universidades corporativas.	MEC/INEP, CnPq e CAPES
	Repensar nas diretrizes do Sistema Educacional no Brasil (principalmente nos projetos pedagógicos) para enfatizar determinadas habilidades, tais como: autonomia, poder decisório, criatividade e independência.	MEC/INEP
	Instituir parcerias entre as instituições de ensino e as empresas para promover a prática do empreendedorismo, seja por meio de estágios, programas, cursos e palestras (nestes últimos casos trazendo também a experiência dos empreendedores para dentro das instituições de ensino).	MEC/INEP, Sistema FIEP, SEBRAE e Empresas
	Facilitar o acesso das empresas formalizadas à informação e à capacitação.	SEBRAE, Entidades de Classe, Sind., Governo e Inst. de Ensino
	Treinar os professores nos vários níveis da educação formal.	MEC/INEP
	Instituir disciplinas sobre a criação de novos negócios, em todos os níveis da educação formal.	MEC/INEP, SEBRAE
	Criar programas de capacitação do empreendedor, inclusive estimulando empresários a trocarem experiências nas instituições de ensino.	SEBRAE, Instituições de Ensino e Governo Estadual
	Intensificar os programas de apoio à criação de incubadoras para negócios nascentes e não restringi-los apenas ao âmbito das instituições de ensino.	Governo Federal
Programas Governamentais	Instituir programas de apoio financeiro, estimulando as instituições financeiras privadas a estabelecerem taxas de juros baixas para novos empreendimentos.	BACEN
	Intensificar as parcerias e a troca de informações entre as diversas entidades, integrantes do PNI – Programa Nacional de Incubadoras, do Ministério da Ciência e Tecnologia, de modo a fortalecer a atuação e o desempenho das incubadoras.	MCT
	Agências de desenvolvimento estaduais deveriam criar mecanismos de incentivos à criação de rede de <i>angels</i> em duas frentes: a) apoio na articulação e criação destas redes; e b) recursos para aportar em conjunto com os investidores nos primeiros anos, caindo o montante ao longo dos anos conforme a maturidade da rede.	
Apoio Financeiro	Ampliar alternativas para o acesso ao crédito, como, por exemplo, o Programa Juro Zero do FINEP.	BNDES e MCT
	Criar Mecanismos de acesso ao capital de risco para a criação de empresas.	
	Reestruturar as políticas de concessão ao crédito para as micro e pequenas empresas.	BACEN
	Facilitar acesso ao crédito para micro e pequenas empresas, pois estas instituições priorizam empresas consolidadas e com resultados positivos.	BNDES e BRDE
	Definir taxas de juros menores para empresas nascentes.	BACEN
	Definir recursos financeiros para fomentar a criação de Parques Tecnológicos e Espaços de Incubação de Empresas em troca da realização de projetos tecnológicos encomendados pela FIEP e MCT.	MCT e FIEP (Fundos Setoriais)
Disponibilização de linhas de crédito específicas para fomentar as iniciativas empreendedoras.	Governo e Instituições privadas empreendedoras.	

7.3.1 Empreendedorismo e as Especificidades locais: Políticas voltadas aos empreendimentos em Arranjos Produtivos Locais

Nas três últimas décadas, caracterizadas pela sobreposição dos processos de “globalização econômica” e “reestruturação produtiva”, a economia afastou-se dos paradigmas *fordistas/tayloristas* de produção em direção a um sistema de produção mais flexível e intensivo em conhecimento e informação. Neste modelo, o ritmo das inovações é mais rápido e o seu processo de aprendizado cada vez mais relevante como fonte de vantagem competitiva da empresa.

O modelo *fordista/taylorista* caracteriza-se, entre outras coisas, pela produção em massa com regime de produção vertical. Está baseado preponderantemente em grandes corporações e estruturado a partir do trabalho fragmentado e da decomposição das tarefas de forma a reduzir a ação em um conjunto repetitivo de atividades, tendo, para tanto, linhas bem claras de separação entre as atividades de gerência, concepção, controle e execução.

O modelo de acumulação flexível baseia-se, entre outras características, na produção descentralizada e menos dependente de economias de escala, o que possibilita o crescimento de pequenas e médias empresas, cuja localização independe de fatores locacionais tradicionais, como disponibilidade de matéria-prima e baixos custos de transportes. Essa transição representou importantes mudanças nas formas de concorrência e organização da produção e do trabalho, diminuindo a importância relativa da geografia de custos em prol do aumento da importância relativa da geografia da organização.

No decorrer dessa trajetória de mudança, passou-se atribuir importância crescente ao processo de inovação, bem como ao conjunto de relações e interações necessárias para que este ganhe forma, tornando-se um dos elementos explicativos da competitividade e organização espacial (localização) das atividades econômicas, o que significa que as *performances* das empresas dependem cada vez mais das interações tanto dos sistemas internos como externos a elas¹⁸.

¹⁸ A principal argumentação é de que o conhecimento encontra-se na base do processo inovativo, sendo a sua criação e difusão as fontes primordiais da mudança técnica, e tendo o aprendizado como o mecanismo-chave no processo de aquisição, utilização e acumulação de conhecimentos, processo este que pode ser geral ou contextual e específico de cada local ou região.

A localização da produção no espaço geográfico, os vínculos produtivos entre empresas, universidades e instituições de pesquisa e apoio e suas respectivas implicações nas atividades de inovação das empresas, os processos históricos contextuais-específicos e as oportunidades de políticas a partir das vantagens locais, são temáticas relevantes para pensar-se o desenvolvimento regional a partir do fortalecimento e dos estímulos aos negócios de micros e pequenas empresas locais.

O intuito é investigar as atividades produtivas e inovativas de forma integrada à questão do espaço, e, conseqüentemente, das vantagens de proximidade, principalmente aquelas relacionadas às externalidades geradas especificamente no âmbito local. Um dos resultados importantes deste processo foi o maior interesse por aglomerações produtivas especializadas, mais precisamente os *clusters* industriais de pequenas e médias empresas de base tecnológica – dado as maiores exigências de flexibilidade nos processos produtivos e novas características das relações de trabalho e organização da produção, como terceirização e redes de subcontratação.

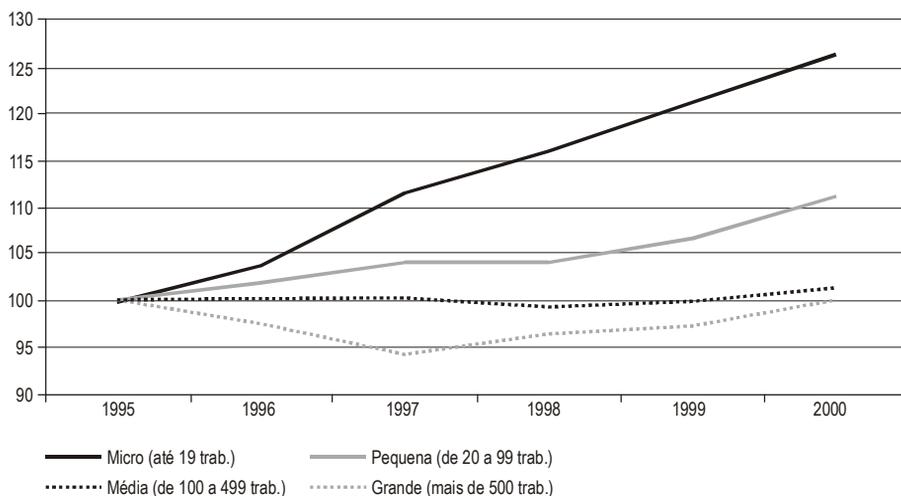
A ênfase nas pequenas e médias empresas deve-se à maior capacidade desse grupo em adaptar-se ao novo paradigma produtivo e organizacional. É consenso que elas possuem estruturas menos hierárquicas e menos burocráticas, portanto, mais flexíveis. As pequenas e médias empresas também possuem maiores facilidades de especializarem-se, o que implica maiores possibilidades de cooperação interempresas. Nesse contexto, elas atenderiam melhor às novas exigências na mudança de paradigma, consistindo numa “via alternativa” de desenvolvimento dentro do novo regime produtivo.

Nessa linha, disseminou-se no Brasil um conceito distinto denominado de arranjo produtivo local (APL). Inicialmente desenvolvido pela Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais, mais conhecida como RedeSist, o conceito disseminou-se em termos práticos e tornou-se denominação oficial para políticas públicas que visam apoiar as aglomerações produtivas de micros e pequenas empresas, entrando dessa forma na agenda de instituições relevantes como SEBRAE, BNDES, Federações das Indústrias e diversas esferas de Governo nos âmbitos federal, estadual e municipal.

O Arranjo Produtivo Local (APL) pode ser definido como a aglomeração de um número significativo de empresas que atuam em torno de uma atividade produtiva principal, bem como de empresas correlatas e complementares, tais como: fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros, em um mesmo espaço geográfico (um município, conjunto de municípios ou região). Nessa localidade, deve haver identidade cultural e algum vínculo, mesmo que incipiente, de articulação, interação, cooperação e aprendizagem dos atores entre si e com outros atores locais. Estes incluem desde instituições públicas ou privadas de treinamento, promoção e consultoria, escolas técnicas e universidades, instituições de pesquisa, desenvolvimento e engenharia, até entidades de classe e instituições de apoio empresarial e de financiamento (Albagli e Brito, 2002).

Sabe-se que em todos os países, as micro e pequenas empresas são consideradas essenciais no processo de geração de emprego e renda. No caso do Brasil, as pequenas e médias empresas empregam 56,1% da força de trabalho que atua no setor formal. Analisando as micro e pequenas empresas, no período entre 1995 a 2000 elas representaram 25,9% da geração de novos empregos, enquanto as grandes, apenas 0,3% (figura 7. 1).

FIGURA 7.1 - DINÂMICA POR TAMANHO DE ESTABELECIMENTO - 1995 -2000 (1995 =100)



FONTE: IBGE

A abordagem de APLs permite perceber que as micro e pequenas empresas são agentes importantes no processo de desenvolvimento local. Em várias regiões nota-se a existência de estratégias capazes de tornar as micro e pequenas empresas inseridas em APLs tão competitivas quanto às médias e grandes empresas. Ao se analisar esses casos, percebeu-se que em vez de competir por meio de aumento da escala de produção, as micro e pequenas empresas eram capazes de gerar escalas ao atuar de forma complementar, cooperando para poderem competir no mercado cada vez mais acirrado, bem como ampliar suas capacidades sistêmicas para inovação. Essa possibilidade explica o sucesso de empresas até então deixadas à margem no processo, muitas vezes tratadas como coadjuvantes das médias e grandes corporações.

Ao que parece, políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas devem ser baseadas na filosofia de trabalho dos fenômenos em questão, independente do nome que se queira dar à política, sejam Pólos Industriais, *Clusters*, Distritos Industriais, Sistemas Locais de Produção ou Arranjos Produtivos Locais. Entre os fatores importantes em uma política de apoio às micro e pequenas empresas inseridas em Arranjos Produtivos Locais e Sistemas Locais de Produção, destacam-se:

- A política deve conter ações de curto prazo, para dar resultados animadores aos atores locais.
- Também devem conter ações de médio e longo prazo, com indicadores capazes de mensurar os resultados.
- A política deve aglutinar os esforços de variadas instituições, a exemplo de SEBRAE, Governos Estadual, Federal e Municipal, federações e associações representativas dos empregadores e empregados, universidades, centros de pesquisa.
- Apesar de as instituições supracitadas serem importantes no processo, sua intervenção deve ser norteadada pela identificação das demandas dos atores locais, que devem desde o início sentir-se o objeto e o executor da política.
- As ações das instituições externas devem ser estruturantes, não se devem executar ações que sejam direcionadoras para um grupo de empresas, mas sim para o conjunto das empresas, a exemplo de centros de *design*, centros de tecnologia, cursos técnicos, escolas, e outros.
- A participação efetiva dos atores locais é decisiva para o sucesso e a sustentabilidade dos negócios.

O grande atrativo dessas políticas é exatamente partir das necessidades concretas identificadas e depois organizar as ações estruturantes das instituições.

Como proposta para integrar e potencializar os resultados dos programas de apoio ao empreendedorismo, sugere-se que seja desenvolvido um programa especificamente voltado a ele, o qual deve ser repensado e operacionalizado a partir de um projeto nacional de desenvolvimento local.

O Programa dos Arranjos Produtivos Locais tem sido alvo das políticas de desenvolvimento dos governos federal, estaduais e municipais. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, juntamente com o Ministério da Ciência e Tecnologia, por meio da FINEP e do BNDES, vêm priorizando as ações de fortalecimento dos APLs. O Programa de desenvolvimento de empreendimentos inovadores e o Programa de desenvolvimento de APLs, se focados dentro do mesmo objetivo, podem tornar-se muito mais eficientes tanto para o desenvolvimento de comunidades locais quanto para o estímulo a empreendimentos inovadores.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. e BRITO, J. Arranjos produtivos locais: Uma nova estratégia de ação para o SEBRAE – **Glossário de Arranjos Produtivos Locais**. RedeSist, 2002.

BELL, M.; PAVITT, K. (1993) Technological Accumulation and Industrial Growth. Contrat Between Developed and Developing Countries, in **Industrial and Corporate Change**, v. 2, n. 2. p. 157-210.

BEST, Michael (1993). **The new competition; institutions of industrial restructuring**. Cambridge: Polity.

DOSI, Giovanni (1988). The nature of the innovative process. In: ___ et al. (1988). **Technical change and economic theory**. London: Pinter. p. 231-233.

FIGUEIREDO, P. N. (2003) **Aprendizagem tecnológica e performance competitiva**. Rio de Janeiro, FGV.

FIGUEIREDO, P. N. (2004) Aprendizagem tecnológica e inovação Industrial em economias emergentes; uma breve contribuição para o desenho e implementação de estudos empíricos e estratégias no Brasil. In: **Revista Brasileira de Inovação**, v. 3, n. 2, Rio de Janeiro, RJ.

FREEMAN, C.; PERES, C. (1988) Structural crises of adjustment: business cycles and investment behaviour. In: Dosi, G. et alii (eds) **Technical Change and economy theory**. Pinter Publishers, United Kingdom, p. 38-66.

KRISTENSEN, P. S.; MADSEN, T. (2000) **Foreign and domestic partners on product development in small firms**. Working Paper. Aalborg University, 2000.

LALL, S. (1992) Technological Capabilities and Industrialization, in **World Development**, v. 20, n. 2, p. 165-186.

LUNDEVALL, B. Å. (1995) **The Social dimension of the learning economy**. Danish Research Unit for Industrial Dynamics, Aalborg University. Denmark.

LUUKKONEN, T. Networking impacts of the EU framework programme. **Innovative networks: collaboratin in national innovation systems**. Paris. OCDE Proceedings, 2001.

OCDE. (2001) **Innovation Networks: co-operation in national innovation systems**. OCDE. Proceedings, Paris 2001.

SCHUMPETER, Joseph Alois (1961). **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.

____ (1982). **Teoria do desenvolvimento econômico; uma investigação sobre lucros, capital, crédito juro e o ciclo econômico**.

REYNOLDS, P. et al. Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998 – 2003. *Small Business Economics*, v.24, springer, 205-231, 2005.

WORLD BANK, The (2006) **Doing Business in 2006**. Washington, D.C: The International Bank for Reconstruction and Development. Disponível em < <http://www.doingbusiness.org/>>

APÊNDICE 1 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

TABELA A1.1 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2001 A 2006

CATEGORIAS	EMPREENDEDORES INICIAIS						EMPREEND. ESTABELECIDOS ⁽¹⁾	
	Nascentes		Novos		Total (TEA)		Taxa (%)	Prop. (%)
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)		
Gênero								
Homem	6,30	59,40	8,50	56,40	14,50	57,50	12,70	64,70
Mulher	4,30	40,60	6,60	43,60	10,70	42,50	6,50	35,30
Faixa Etária (anos)								
18 a 24 anos	5,20	21,60	6,60	19,50	11,60	20,60	2,80	6,70
25 a 34 anos	6,50	32,80	10,50	37,60	16,60	35,60	8,30	23,70
35 a 44 anos	6,50	26,70	8,10	23,70	14,20	24,80	13,70	30,80
45 a 54 anos	4,10	12,30	6,30	13,40	10,20	12,90	14,50	25,20
55 a 64 anos	2,80	6,60	3,50	5,80	6,00	6,10	10,90	13,60
Faixa de Renda (salários mínimos)								
Menos de 3 SM	4,30	46,80	6,00	46,70	10,10	47,00	6,90	43,60
De 3 a 6 SM	6,20	25,50	9,60	27,80	15,40	26,90	12,00	27,00
Mais de 6 a 9 SM	8,10	11,50	9,50	9,50	17,10	10,30	14,30	11,30
Mais de 9 a 12 SM	7,20	4,50	8,80	3,80	15,30	4,00	17,00	5,60
Mais de 12 a 15 SM	6,60	2,60	14,50	4,00	20,00	3,30	13,00	2,90
Mais de 15 a 18 SM	7,70	2,00	10,80	2,00	18,00	2,00	9,70	1,20
Mais de 18 SM	8,60	3,40	11,40	3,10	18,60	3,10	24,90	4,80
Não Sabe	5,50	1,60	6,80	1,40	12,30	1,50	9,00	1,40
Recusou-se a responder	7,50	2,20	8,00	1,60	15,10	1,80	16,80	2,30
Escolaridade (anos de estudos)								
Sem educação Formal	4,90	7,80	4,10	4,60	8,90	6,00	6,90	3,50
1 a 4	4,80	39,80	6,60	38,50	11,10	39,00	9,00	39,00
5 a 11	5,50	37,40	9,10	43,50	14,30	41,10	9,60	41,80
Mais de 11	7,20	15,00	9,20	13,40	15,90	14,00	12,40	15,70
Dedicação ao negócio ⁽²⁾								
Trabalhando tempo integral	2,00	61,40	4,20	54,00	6,30	56,20	15,40	70,30
Trabalhando parte do tempo	1,30	38,60	7,20	46,00	4,90	43,80	6,50	29,70

FONTE: Pesquisa GEM 2001 a 2006

⁽¹⁾ Dados acumulados de 2002 a 2006. ⁽²⁾ Dados de 2005 a 2006

TABELA A1.2 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2001 A 2006

CATEGORIAS	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS					
	Oportunidade		Necessidade		Total (TEA)	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
Gênero						
Homem	7,90	60,80	6,30	53,90	14,50	57,50
Mulher	5,10	39,20	5,40	46,10	10,70	42,50
Faixa etária (anos)						
18 a 24 anos	6,40	21,80	5,10	19,30	11,60	20,60
25 a 34 anos	9,30	38,30	7,10	32,60	16,60	35,60
35 a 44 anos	7,20	24,20	6,80	25,50	14,20	24,80
45 a 54 anos	4,30	10,60	5,80	15,70	10,20	12,90
55 a 64 anos	2,60	5,10	3,20	7,00	6,00	6,10
Faixa de renda (salários mínimos)						
Menos de 3 SM	3,70	32,90	6,30	62,80	10,10	47,00
De 3 a 6 SM	9,20	30,80	6,10	22,80	15,40	26,90
Mais de 6 a 9 SM	11,40	13,20	5,20	6,70	17,10	10,30
Mais de 9 a 12 SM	10,70	5,40	4,80	2,70	15,30	4,00
Mais de 12 a 15 SM	14,80	4,70	4,10	1,50	20,00	3,30
Mais de 15 a 18 SM	14,90	3,20	2,60	0,60	18,00	2,00
Mais de 18 SM	16,20	5,20	2,10	0,70	18,60	3,10
Não Sabe	8,20	2,00	4,10	1,10	12,30	1,50
Recusou-se a responder	10,80	2,50	4,20	1,10	15,10	1,80
Escolaridade (anos de estudos)						
Sem educação Formal	4,60	5,90	4,10	5,90	8,90	6,00
1 a 4	4,60	30,90	6,40	48,30	11,10	39,00
5 a 11	7,90	43,50	6,30	38,80	14,30	41,10
Mais de 11	11,60	19,60	3,70	7,00	15,90	14,00
Dedicação ao negócio ⁽²⁾						
Trabalhando tempo integral	3,30	57,00	3,20	57,80	6,50	57,30
Trabalhando parte do tempo	2,50	43,00	2,30	42,20	4,80	42,70

FONTE: Pesquisa GEM 2001 a 2005

⁽¹⁾ Dados de 2005 a 2006

APÊNDICE 2 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

TABELA A2.1 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2002 A 2006

CATEGORIAS	EMPREENDEDORES INICIAIS						EMPREEND. ESTABELECIDOS	
	Nascentes		Novos		TOTAL (TEA)		Taxa (%)	Prop. (%)
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)		
NOVOS PRODUTOS								
Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para TODOS os consumidores	0,30	6,10	0,50	6,10	0,80	6,40	0,70	7,60
Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para ALGUNS consumidores	0,60	12,00	1,00	12,00	1,50	12,30	0,70	7,10
Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para NENHUM consumidor	3,80	81,90	6,60	81,90	10,20	81,30	8,10	85,30
CONCORRENTES								
Empreendedores que afirmam que MUITOS concorrentes oferecem o mesmo produto	2,90	61,60	5,40	67,30	8,20	65,10	7,00	73,20
Empreendedores que afirmam que POUCOS concorrentes oferecem o mesmo produto	1,60	33,30	2,30	28,70	3,80	30,50	2,30	23,60
Empreendedores que afirmam que NENHUM concorrente oferece o mesmo produto	0,20	5,10	0,30	4,10	0,60	4,40	0,30	3,20
TECNOLOGIA OU PROCESSOS								
Empreendedores que afirmam que UTILIZAM nova tecnologia ou processo	4,40	92,60	7,70	95,40	11,80	94,20	9,10	95,10
Empreendedores que afirmam que NÃO UTILIZAM nova tecnologia ou processo	0,40	7,40	0,40	4,60	0,70	5,80	0,50	4,90
POSTOS DE TRABALHO (expectativa para os próximos 5 anos)								
Nenhum Emprego	1,20	27,50	2,30	36,10	3,40	33,00	3,80	46,90
De 1 a 5 empregos	2,00	48,00	2,60	41,00	4,40	43,60	2,80	33,90
De 6 a 19 empregos	0,70	16,40	0,80	13,40	1,50	14,40	0,90	11,50
Mais de 20 empregos	0,30	8,10	0,60	9,50	0,90	9,00	0,60	7,70
SETOR DE ATIVIDADES								
Setor extrativista	0,10	2,00	0,10	2,40	0,20	2,30	0,40	4,00
Setor de transformação	0,80	21,50	1,40	24,90	2,20	24,00	3,70	40,70
Serviços orientados às empresas	0,30	9,60	0,50	9,30	0,90	9,40	0,90	9,50
Serviços orientados aos consumidores	2,40	66,90	3,70	63,40	5,90	64,30	4,20	45,70

FONTE: Pesquisa GEM 2002 a 2006

(1) Dados de 2005 a 2006

TABELA A2.2 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO - BRASIL - 2002 A 2006

CATEGORIAS	MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS					
	Oportunidade		Necessidade		TOTAL (TEA)	
	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)	Taxa (%)	Prop. (%)
NOVOS PRODUTOS						
Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para TODOS os consumidores	0,50	7,50	0,80	14,30	0,80	6,40
Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para ALGUNS consumidores	0,90	14,40	0,70	12,10	1,50	12,30
Empreendedores que afirmam que seu produto é novo para NENHUM consumidor	4,90	78,20	4,20	73,60	10,20	81,30
CONCORRENTES						
Empreendedores que afirmam que MUITOS concorrentes oferecem o mesmo produto	3,80	59,50	4,20	71,00	8,20	65,10
Empreendedores que afirmam que POUCOS concorrentes oferecem o mesmo produto	2,20	34,70	1,60	26,00	3,80	30,50
Empreendedores que afirmam que NENHUM concorrente oferece o mesmo produto	0,40	5,80	0,20	3,00	0,60	4,40
TECNOLOGIA OU PROCESSOS						
Empreendedores que afirmam que UTILIZAM nova tecnologia ou processo	6,00	94,30	5,60	94,20	11,80	94,20
Empreendedores que afirmam que NÃO UTILIZAM nova tecnologia ou processo	0,40	5,70	0,30	5,80	0,70	5,80
POSTOS DE TRABALHO ⁽¹⁾ (expectativa para os próximos 5 anos)						
Nenhum Emprego	1,30	25,00	2,00	42,60	3,40	33,00
De 1 a 5 empregos	2,60	47,70	1,80	39,20	4,40	43,60
De 6 a 19 empregos	0,90	17,00	0,50	11,10	1,50	14,40
Mais de 20 empregos	0,60	10,30	0,30	7,00	0,90	9,00
SETOR DE ATIVIDADES						
Setor extrativista	0,10	2,70	0,10	2,00	0,20	2,30
Setor de transformação	1,10	23,30	1,10	24,40	2,20	24,00
Serviços orientados às empresas	0,60	12,10	0,30	6,50	0,90	9,40
Serviços orientados aos consumidores	2,80	61,90	3,00	67,20	5,90	64,30

FONTE: Pesquisa GEM 2002 a 2006

⁽¹⁾ Dados de 2005 a 2006

APÊNDICE 3 - PRINCIPAIS TAXAS E ESTIMATIVAS

TABELA A3.1 - POPULAÇÃO ADULTA (18 A 64 ANOS) E TAMANHO DA AMOSTRA DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006

PAÍSES	POPULAÇÃO 18-64 ANOS (2006)			TAMANHO DA AMOSTRA
	Homens	Mulheres	Total	
África do Sul	13.251.000	12.422.000	25.672.000	3.248
Alemanha	25.468.000	26.406.000	51.874.000	4.049
Argentina	11.795.000	11.764.000	23.559.000	2.007
Austrália	6.356.000	6.454.000	12.810.000	2.518
Bélgica	3.206.000	3.259.000	6.465.000	2.001
Brasil	59.570.000	58.329.000	117.899.000	2.000
Canadá	10.730.000	10.813.000	21.543.000	2.038
Chile	4.999.000	4.963.000	9.962.000	2.007
China	420.245.000	443.545.000	863.789.000	2.399
Cingapura	1.671.000	1.583.000	3.254.000	4.011
Colômbia	13.234.000	12.486.000	25.720.000	2.001
Croácia	1.158.000	1.414.000	2.848.000	2.000
Dinamarca	1.507.000	1.716.000	3.410.000	10.000
Emirados Árabes	367.000	1.041.000	1.686.000	2.001
Eslovênia	668.000	677.000	1.345.000	3.008
Espanha	13.057.000	13.122.000	26.180.000	28.306
Estados Unidos	94.143.000	93.415.000	187.558.000	2.080
Filipinas	24.632.000	24.351.000	48.982.000	2.000
Finlândia	1.303.000	958.000	3.298.000	2.005
França	18.741.000	18.715.000	37.456.000	1.909
Grécia	3.405.000	2.853.000	6.797.000	2.000
Holanda	5.228.000	5.345.000	10.573.000	3.535
Hungria	2.638.000	3.212.000	6.535.000	2.500
Índia	308.436.000	329.943.000	638.379.000	1.999
Indonésia	74.292.000	74.141.000	148.433.000	2.000
Irlanda	1.286.000	1.286.000	2.572.000	2.008
Islândia	92.000	94.000	186.000	2.001
Itália	18.291.000	18.667.000	36.958.000	1.999
Jamaica	746.000	634.000	1.464.000	3.664
Japão	39.741.000	40.194.000	79.935.000	2.000
Letônia	762.000	578.000	1.475.000	1.958
Malásia	6.917.000	6.926.000	13.843.000	2.005
México	32.153.000	29.837.000	61.990.000	2.015
Noruega	1.141.000	1.199.000	2.858.000	1.999
Peru	8.127.000	8.219.000	16.346.000	1.997
Reino Unido	18.820.000	19.250.000	38.070.000	43.033
República Tcheca	2.825.000	2.383.000	6.899.000	2.001
Rússia	49.307.000	45.769.000	95.076.000	1.894
Suécia	2.737.000	2.810.000	5.547.000	2.003
Tailândia	21.435.000	20.831.000	42.266.000	2.000
Turquia	21.521.000	22.219.000	43.740.000	2.417
Uruguai	1.027.000	1.006.000	2.033.000	1.997
Todos Países	1.347.028.000	1.384.829.000	2.737.285.000	170.613

FONTE: 2006 US CENSUS e GEM 2006

TABELA A3.2 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO ESTÁGIO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006

PAÍSES	EMPREENDEDORES INICIAIS (%)									EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS (%)		
	Nascente			Novo			Total (TEA)			Taxa	Posição	Estimativa de Empreend.
	Taxa	Posição	Estimativa de Empreend.	Taxa	Posição	Estimativa de Empreend.	Taxa	Posição	Estimativa de Empreend.			
África do Sul	3,55	26	911.000	1,74	34	447.000	5,29	30	1.358.000	1,72	39	442.000
Alemanha	2,90	34	1.504.000	1,70	36	882.000	4,21	37	2.184.000	3,03	35	1.572.000
Argentina	6,44	10	1.517.000	4,10	15	966.000	10,24	14	2.412.000	6,96	16	1.640.000
Austrália	7,33	8	939.000	5,72	10	733.000	11,96	9	1.532.000	9,12	9	1.168.000
Bélgica	1,82	40	118.000	1,11	41	72.000	2,73	42	176.000	2,12	38	137.000
Brasil	3,50	27	4.126.000	8,62	8	10.163.000	11,65	10	13.735.000	12,09	5	14.254.000
Canadá	4,07	21	877.000	3,17	20	683.000	7,12	23	1.534.000	5,11	29	1.101.000
Chile	5,74	13	572.000	3,89	17	388.000	9,19	16	916.000	6,79	18	676.000
China	6,67	9	57.615.000	10,52	6	90.871.000	16,19	6	139.847.000	8,98	10	77.568.000
Cingapura	2,74	36	89.000	2,52	26	82.000	4,85	34	158.000	3,37	34	110.000
Colômbia	10,92	3	2.809.000	12,55	3	3.228.000	22,48	2	5.782.000	10,41	7	2.677.000
Croácia	6,38	12	182.000	2,49	27	71.000	8,58	18	244.000	4,12	33	117.000
Dinamarca	2,88	35	98.000	2,75	24	94.000	5,32	29	181.000	5,28	28	180.000
Emirados Arabes	1,71	41	29.000	2,20	30	37.000	3,74	38	63.000	1,39	40	23.000
Eslovênia	2,91	33	39.000	1,79	33	24.000	4,63	35	62.000	4,44	32	60.000
Espanha	3,01	31	788.000	4,41	13	1.155.000	7,27	22	1.903.000	5,45	24	1.427.000
Estados Unidos	7,47	7	14.011.000	3,26	19	6.114.000	10,03	15	18.812.000	5,42	25	10.166.000
Filipinas	4,98	17	2.439.000	15,62	1	7.651.000	20,44	3	10.012.000	19,72	1	9.659.000
Finlândia	2,94	32	97.000	2,41	28	79.000	4,99	32	165.000	8,23	12	271.000
França	3,76	24	1.408.000	0,70	42	262.000	4,39	36	1.644.000	1,33	41	498.000
Grécia	5,67	14	385.000	2,26	29	154.000	7,90	19	537.000	8,24	11	560.000
Holanda	3,56	25	376.000	1,86	32	197.000	5,42	28	573.000	6,59	20	697.000
Hungria	3,18	30	208.000	3,00	21	196.000	6,04	26	395.000	6,72	19	439.000
Índia	5,42	15	34.600.000	5,31	11	33.898.000	10,42	13	66.519.000	5,60	23	35.749.000
Indonésia	9,63	4	14.294.000	11,51	4	17.085.000	19,28	5	28.618.000	17,62	2	26.154.000
Irlanda	4,46	19	115.000	2,93	22	75.000	7,35	21	189.000	7,82	13	201.000
Islândia	8,13	6	15.000	3,78	18	7.000	11,26	11	21.000	7,43	14	14.000
Itália	2,23	37	824.000	1,37	38	506.000	3,47	39	1.282.000	3,03	35	1.120.000
Jamaica	11,64	2	170.000	9,21	7	135.000	20,32	4	297.000	10,30	8	151.000
Japão	1,59	42	1.271.000	1,37	38	1.095.000	2,90	41	2.318.000	4,76	31	3.805.000
Letônia	4,03	23	59.000	2,65	25	39.000	6,57	24	97.000	5,69	22	84.000
Malásia	4,88	18	676.000	6,21	9	860.000	11,09	12	1.535.000	7,31	15	1.012.000
México	4,12	20	2.554.000	1,19	40	738.000	5,26	31	3.261.000	2,27	37	1.407.000
Noruega	5,25	16	150.000	4,34	14	124.000	9,14	17	261.000	5,98	21	171.000
Peru	30,01	1	4.905.000	15,14	2	2.475.000	40,15	1	6.563.000	12,37	4	2.022.000
Reino Unido	3,19	29	1.214.000	2,78	23	1.058.000	5,77	27	2.197.000	5,41	26	2.060.000
República Tcheca	6,41	11	442.000	1,98	31	137.000	7,85	20	542.000	5,41	26	373.000
Rússia	3,46	28	3.290.000	1,71	35	1.626.000	4,86	33	4.621.000	1,19	42	1.131.000
Suécia	2,23	37	124.000	1,39	37	77.000	3,45	40	191.000	4,99	30	277.000
Tailândia	4,05	22	1.712.000	11,49	5	4.856.000	15,20	7	6.424.000	17,42	3	7.363.000
Turquia	2,20	39	962.000	4,01	16	1.754.000	6,07	25	2.655.000	11,45	6	5.008.000
Uruguai	8,37	5	170.000	4,58	12	93.000	12,56	8	255.000	6,91	17	140.000
Todos Países	5,37	...	146.921.000	4,56	...	124.703.000	9,47	...	259.149.000	6,90	...	188.736.000

FONTE: Pesquisa GEM 2006

TABELA A3.3 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO MOTIVAÇÃO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006

PAÍSES	EMPREENDEDORES INICIAIS (%)								
	Oportunidade			Necessidade			TOTAL (TEA)		
	Taxa	Posição	Estimativa de Emprend.	Taxa	Posição	Estimativa de Emprend.	Taxa	Posição	Estimativa de Emprend.
África do Sul	3,47	33	891.000	1,51	19	388.000	5,29	30	1.358.000
Alemanha	2,46	40	1.276.000	1,52	18	788.000	4,21	37	2.184.000
Argentina	7,54	14	1.776.000	2,64	11	622.000	10,24	14	2.412.000
Austrália	10,64	6	1.363.000	1,28	23	164.000	11,96	9	1.532.000
Bélgica	2,36	42	153.000	0,19	41	12.000	2,73	42	176.000
Brasil	5,99	20	7.062.000	5,55	6	6.543.000	11,65	10	13.735.000
Canadá	6,00	19	1.293.000	1,02	27	220.000	7,12	23	1.534.000
Chile	6,57	16	655.000	2,59	13	258.000	9,19	16	916.000
China	9,59	10	82.837.000	6,27	5	54.160.000	16,19	6	139.847.000
Cingapura	4,10	29	133.000	0,65	33	21.000	4,85	34	158.000
Colômbia	13,68	3	3.518.000	8,74	3	2.248.000	22,48	2	5.782.000
Croácia	4,41	28	126.000	3,81	9	109.000	8,58	18	244.000
Dinamarca	4,94	24	168.000	0,19	41	6.000	5,32	29	181.000
Emirados Árabes	2,95	37	50.000	0,32	38	5.000	3,74	38	63.000
Eslôvênia	4,05	30	54.000	0,47	35	6.000	4,63	35	62.000
Espanha	6,12	18	1.602.000	1,11	25	291.000	7,27	22	1.903.000
Estados Unidos	8,34	12	15.642.000	1,32	22	2.476.000	10,03	15	18.812.000
Filipinas	11,11	5	5.442.000	9,32	2	4.565.000	20,44	3	10.012.000
Finlândia	3,74	31	123.000	0,71	32	23.000	4,99	32	165.000
França	2,70	38	1.011.000	1,70	16	637.000	4,39	36	1.644.000
Grécia	5,01	23	341.000	1,63	17	111.000	7,90	19	537.000
Holanda	4,94	24	522.000	0,33	37	35.000	5,42	28	573.000
Hungria	4,64	27	303.000	1,33	21	87.000	6,04	26	395.000
Índia	6,71	15	42.835.000	2,86	10	18.258.000	10,42	13	66.519.000
Indonésia	16,67	2	24.744.000	2,62	12	3.889.000	19,28	5	28.618.000
Irlanda	6,20	17	159.000	0,76	31	20.000	7,35	21	189.000
Islândia	9,81	9	18.000	0,95	28	2.000	11,26	11	21.000
Itália	2,61	39	965.000	0,78	30	288.000	3,47	39	1.282.000
Jamaica	12,91	4	189.000	6,60	4	97.000	20,32	4	297.000
Japão	2,45	41	1.958.000	0,45	36	360.000	2,90	41	2.318.000
Letônia	5,05	22	74.000	1,04	26	15.000	6,57	24	97.000
Malásia	10,12	8	1.401.000	0,53	34	73.000	11,09	12	1.535.000
México	3,41	34	2.114.000	1,17	24	725.000	5,26	31	3.261.000
Noruega	8,36	11	239.000	0,32	38	9.000	9,14	17	261.000
Peru	29,57	1	4.834.000	10,57	1	1.728.000	40,15	1	6.563.000
Reino Unido	4,70	26	1.789.000	0,89	29	339.000	5,77	27	2.197.000
República Tcheca	5,45	21	376.000	2,40	14	166.000	7,85	20	542.000
Rússia	3,39	36	3.223.000	1,44	20	1.369.000	4,86	33	4.621.000
Suécia	3,01	36	167.000	0,25	40	14.000	3,45	40	191.000
Tailândia	10,23	7	4.324.000	4,75	7	2.008.000	15,20	7	6.424.000
Turquia	3,68	32	1.610.000	1,79	15	783.000	6,07	25	2.655.000
Uruguai	7,87	13	160.000	4,57	8	93.000	12,56	8	255.000
Todos Países	7,39	...	202.253.000	2,356	...	64.483.000	9,47	...	259.149.000

FONTE: Pesquisa GEM 2006

TABELA A3.4 - TAXAS E ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE EMPREENDEDORES INICIAIS, SEGUNDO GÊNERO DOS PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM 2006

PAÍSES	EMPREENDEDORES INICIAIS (%)								
	Homens			Mulheres			TOTAL (TEA)		
	Taxa	Posição	Estimativa de Emprend.	Taxa	Posição	Estimativa de Emprend.	Taxa	Posição	Estimativa de Emprend.
África do Sul	5,79	37	767.000	4,83	22	600.000	5,29	30	1.358.000
Alemanha	5,79	37	1.475.000	2,58	36	681.000	4,21	37	2.184.000
Argentina	13,93	11	1.643.000	6,55	15	771.000	10,24	14	2.412.000
Austrália	14,02	10	891.000	9,87	9	637.000	11,96	9	1.532.000
Bélgica	4,39	40	141.000	1,04	41	34.000	2,73	42	176.000
Brasil	13,74	12	8.185.000	9,61	10	5.605.000	11,65	10	13.735.000
Canadá	8,25	25	886.000	5,99	16	648.000	7,12	23	1.534.000
Chile	11,38	17	569.000	7,02	14	348.000	9,19	16	916.000
China	18,46	5	77.577.000	13,79	7	61.165.000	16,19	6	139.847.000
Cingapura	6,00	34	100.000	3,75	29	59.000	4,85	34	158.000
Colômbia	27,97	2	3.702.000	17,30	5	2.160.000	22,48	2	5.782.000
Croácia	12,35	14	143.000	4,87	21	69.000	8,58	18	244.000
Dinamarca	7,31	29	110.000	3,30	33	57.000	5,32	29	181.000
Emirados Árabes	5,87	36	22.000	0,29	42	3.000	3,74	38	63.000
Eslovênia	6,93	31	46.000	2,29	40	16.000	4,63	35	62.000
Espanha	8,83	23	1.153.000	5,70	19	748.000	7,27	22	1.903.000
Estados Unidos	12,73	13	11.984.000	7,36	13	6.875.000	10,03	15	18.812.000
Filipinas	18,40	6	4.532.000	22,45	2	5.467.000	20,44	3	10.012.000
Finlândia	5,92	35	77.000	4,04	27	39.000	4,99	32	165.000
França	6,26	32	1.173.000	2,53	38	473.000	4,39	36	1.644.000
Grécia	11,12	18	379.000	4,69	23	134.000	7,90	19	537.000
Holanda	7,20	30	376.000	3,60	31	192.000	5,42	28	573.000
Hungria	8,09	26	213.000	4,05	26	130.000	6,04	26	395.000
Índia	11,60	16	35.779.000	9,16	11	30.223.000	10,42	13	66.519.000
Indonésia	19,84	4	14.740.000	18,73	3	13.887.000	19,28	5	28.618.000
Irlanda	10,51	21	135.000	4,20	25	54.000	7,35	21	189.000
Islândia	16,65	7	15.000	5,73	18	5.000	11,26	11	21.000
Itália	3,87	41	708.000	3,06	34	571.000	3,47	39	1.282.000
Jamaica	22,58	3	168.000	18,14	4	115.000	20,32	4	297.000
Japão	3,20	42	1.272.000	2,60	35	1.045.000	2,90	41	2.318.000
Letônia	9,41	22	72.000	3,92	28	23.000	6,57	24	97.000
Malásia	11,05	19	764.000	11,13	8	771.000	11,09	12	1.535.000
México	6,10	33	1.961.000	4,48	24	1.337.000	5,26	31	3.261.000
Noruega	12,31	15	140.000	5,87	17	70.000	9,14	17	261.000
Peru	41,02	1	3.334.000	39,27	1	3.228.000	40,15	1	6.563.000
Reino Unido	7,88	27	1.483.000	3,61	30	695.000	5,77	27	2.197.000
República Tcheca	10,75	20	304.000	4,93	20	117.000	7,85	20	542.000
Rússia	7,33	28	3.614.000	2,57	37	1.176.000	4,86	33	4.621.000
Suécia	4,44	39	122.000	2,43	39	68.000	3,45	40	191.000
Tailândia	16,25	9	3.483.000	14,18	6	2.954.000	15,20	7	6.424.000
Turquia	8,53	24	1.836.000	3,53	32	784.000	6,07	25	2.655.000
Uruguai	16,61	8	171.000	8,60	12	87.000	12,56	8	255.000
Todos Países	11,44	...	154.158.000	7,468	...	103.414.000	9,47	...	259.149.000

FORNTE: Pesquisa GEM 2006

APÊNDICE 4 - EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES

TABELA A4.1 - EQUIPE E PATROCINADORES DO GEM NOS PAÍSES - 2006

COORDENAÇÃO INTERNACIONAL	LOCAL	MEMBROS
GEM Executive Director	London Business School	Rebecca Harding
GEM Research Director	Babson College	Maria Minniti
GEM Researcher	Utrecht University	Niels Bosma
GEM Data Manager	London Business School	Mark Quill
Program Manager	London Business School	Mick Hancock
NES Coordinator	Imperial College	Erkko Autio
Project Administrator	Babson College	Marcia Cole
Project Administrator	London Business School	Chris Aylett

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo - População Adulta
África do Sul	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Gideon Maas	Liberty Life, Standard Bank, South African Breweries and the National Research Foundation	AC Nielsen ZA
Alemanha	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover Institute for Employment Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Institute for Employment Research, Nuremberg	Infas - Institute for Applied Social Sciences
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Natalia Weisz	IAE Management and Business School Banco Rio	MORI Argentina
Austrália	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology and The University of Adelaide	Kevin Hindle Kim Klyver Gary Hancock Noel Lindsay		Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School Ghent University	Hans Crijns Mirjam Knockaert Sophie Manigart Miguel Meuleman Tom Van Acker Sabine Vermeulen	Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie)	TNS Dimarso
Brasil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Solange Krupa Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL)	Instituto Bonilha

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Canadá	HEC-Montréal Sauder School of Business, The University of British Columbia	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Victor Cui Qianqian Du Aviad Pe'er Daniel Muzyka Ilan Vertinsky	The W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Research Centre The Social Sciences and Humanities Council of Canada	SOM
Chile	Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo	Germán Echeopar José Ernesto Amorós	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander Universidad Adolfo Ibáñez Centro para el Emprendimiento y la Innovación Universidad del Desarrollo	Benchmark
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Jian Gao Yuan Cheng Xibiao Li Yanfu Jiang Wei Zhang Lan Qin Shude Shi	School of Economics and Management, Tsinghua University National Entrepreneurship Research Centre of Tsinghua University	AMI Synovate
Cingapura	National University of Singapore (NUS) Entrepreneurship Centre	Poh Kam Wong Lena Lee Ho Yuen Ping	Standards, Productivity and Innovation Board (SPRING) Singapore and National University of Singapore (NUS) Enterprise	Joshua Research Consultants
Colômbia	Coordination Team Colombia Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad ICESI Universidad de los Andes	Liyis Gómez Jorge Jiménez Rodrigo Varela Juan Pablo Correales Luis Javier Sánchez Alberto Ibarra Alberto Arias Fernando Pereira Luis Miguel Alvarez Ana Carolina Martínez Camilo Martínez Rafael Vesga	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad ICESI Universidad de Los Andes Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría
Croácia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Dinamarca	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottosson Lone Toftild	IDEA - International Danish Entrepreneurship Academy Karl Petersen og Hustrus Fond University of Southern Denmark National Agency for Enterprise and Construction Vaekstfonden Ernst & Young Ringkøbing Amt Fyns Amt Viborg Amt Sønderjyllands Amt Vestsjællands Amt Århus Amt Veje Amt	Institut for Konjunkturanalyse
Emirados Árabes	Zayed University	David McGlennon Kenneth J Preiss Declan McCrohan Raed Daoudi	Mohammed Bin Rashid Establishment for Young Business Leaders	IPSOS-STAT (Emirates)
Eslôvênia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pusnik	Slovenian Research Agency Ministry of the Economy Smart Com Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
Espanha	Instituto de Empresa Universidad de Cádiz Universidad de Oviedo	Ignacio de la Vega García-Pastor Alicia Coduras Cristina Cruz Rachida Justo Isabel González José Ruiz Navarro José Aurelio Medina Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Vázquez Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez David Urbano Pulido Juan Ventura Victoria	Instituto de Empresa Fundación Cultural Banesto Fundación INCYDE Cámaras de Comercio CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces) Junta de Andalucía Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía UNICAJA Endesa Sevillana Consejería de Economía y Administración Pública	Instituto Opinometre S.L. Instituto Opinometre S.L. Instituto Opinometre S.L.

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta	
Espanha (cont.)	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Esteban Fernández Sánchez Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredo Fernández Rosa M. Batista	Gobierno del Principado de Asturias Caja Insular de Ahorros de canarias	Instituto Opinometre S.L.	
		Alicia Bolivar Cruz Esther Hormiga Pérez Desiderio García Almeida Agustín Sánchez Medina Domingo Verano Tacoronte Silvia Sosa Cabrera Alicia Correa Rodríguez			
	Universidad de la Laguna	Miguel Ángel	Universidad de Castilla La Mancha Caja de Castilla La Mancha	Instituto Opinometre S.L.	
	Universidad de Castilla la Mancha	Agustín Álvarez Herranz Juan Carlos López	Instituto Municipal de Promoción Empresarial, Formación y Empleo (IMPEFE), Ayuntamiento de Ciudad Real Ayuntamiento de Cuenca (Patronato de Promoción Económica, Formación y Empleo)		
	Universidad de León	Francisco Escribano Sotos			Instituto Opinometre S.L.
		Inmaculada Carrasco Monteagudo M. Soledad Castaño Martínez José Miguel Olmeda Isabel Pardo Mariano Nieto Nuria González Álvarez		Junta de Castilla y León Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León	
		Constantino García Ramos		Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León S.A.	
		Vanesa Solís Rodríguez Claudia Roure Villalobos Noemi Huerga Pérez Carlos Guallarte		Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya	
	Universitat Autònoma de Barcelona	Teresa Obis Alex Rialp	IRBM de la Diputació de Barcelona	Instituto Opinometre S.L.	
	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Josep M. Surís			
	Universidad Miguel Hernández	Yancy Vaillant Anaís Tarragó José M ^o Gómez Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	Air Nostrum LAM S.A.	Instituto Opinometre S.L.	

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Espanha (cont.)	Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo CEIN UPNA	Alicia Rubio Bañón Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo Iñaki Mas Erice Ignacio Contín Martín Larraza	Fundación de Estudios Económicos Región de Murcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Confederación Regional de Organizaciones Empresariales Universidad de Murcia Gobierno de Navarra SNE CEIN UPNA	Instituto Opinometre S.L.
Estados Unidos	Babson College George Mason University	Erlend Bullvaag I. Elaine Allen Zoltan J. Acs William D. Bygrave Stephen Spinelli, Jr. Marcia Cole	Babson College George Mason University	Opinion Research Corp.
Filipinas	Philippine Center for Entrepreneurship Foundation Inc.	Imelda J. Madarang Sonia Tiong-Aquino Danny Cabulay Vicentita Cervera Gloria Chavez Ma. Corazon Lopez Jaime Noel Santos Katrina Kay Bulaong	Philippine Center for Entrepreneurship President's Social Fund National Livelihood Support Fund	Synergy Business Consultancy
Finlândia	Turku School of Economics Imperial College	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Erkko Autio	Tekes -- Finnish Funding Agency for Technology and Innovation Turku School of Economics	TNS Gallup Oy
França	EM Lyon	Olivier Torrès Aurélien Eminet Danielle Rousson Sophie Vallet	Caisse des Dépôts et Consignations Observatoire des PME	CSA
Grécia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis	Hellenic Bank Association	Datapower SA

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Holanda	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wenekers Kashifa Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Lorraine Uhlauer Ingrid Verheul Philipp Koellinger	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus (formerly known as Survey@)
Hungria	University of Pécs George Mason University Corvinus University of Budapest Max Planck Institute of Economics	László Szerb Zoltan J. Acs József Ulbert Siri Terjesen Attila Varga Judit Károly Krisztián Csapó Gábor Kerékgyártó	Ministry of Economy and Transport University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University	Szocio-Graf Piac-es Közvélemény-kutató Intézet
Índia	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar I. M. Pandey Ashok Rao	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
Indonésia	Prasetiya Mulya Business School INRR (Institute of Natural & Regional Resources) Bogor University of Agriculture	Agus Wijaya Soehadi Imam Soeseno Asep Saefuddin	Prasetiya Mulya Business School INRR (Institute of Natural & Regional Resources)	MARS (Marketing Research Specialist) Indonesia
Irlanda	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Pia Arenius	Enterprise Ireland Forfás NDP Gender Equality Unit, Department of Justice, Equality and Law Reform	Behaviour and Attitudes
Islândia	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Sijla Björk Baldursdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Capacent (formerly known as Gallup)
Itália	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Ernst & Young	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Sandra Glasgow Claudette Williams-Myers Vanetta Skeete Ismail Olusegun Afis	University of Technology, Jamaica National Commercial Bank Jamaica Limited Export-Import Bank of Jamaica Limited Port Authority of Jamaica Limited Digicel G-Tech Jamaica Limited	Koci Market Research & Data Mining Services

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Japão	Kobe University Keio University Musashi University	Takehiko Isohe Tsuneo Yahagi Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	SSRI
Letônia	TeliaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga	Vyacheslav Dombrovsky Olga Rastrigina Karlis Kreslins	TeliaSonera NDB	Latvijas Fakti
Malásia	Technopreneur Development Division, Multimedia Development Corp. Sdn Bhd	Dato' Dr. Abu Talib Bachik Wilson Tay Chuan Hui Fahiza Basir Amran Yusoff Syed Azizi Wafa Syed Khalid Wafa Tengku Farith Ritthauddean	Economic Planning Unit, Prime Ministers Department Multimedia Development Corporation Sdn Bhd Technopreneurs Association of Malaysia Universiti Malaysia Sabah	Rehanstat Sdn Bhd
México	Tecnológico de Monterrey, Business Development Centre Tecnológico de Monterrey, EGAP, Strategic Studies Centre	Arturo Torres Marcia Campos Elvira Naranjo	Tecnológico de Monterrey	Profesionales en Estudios de Mercado y Cultura, S.C.
Noruega	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Erlend Bullvaag	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Ministry of Local Government and Regional Development Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodø Graduate School of Business	TNS
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Keiko Nakamatsu Armando Borda Oswaldo Morales	Universidad ESAN Deltron Computer Wholesalers S.A. Mibanco	SAMIMP Research
Reino Unido	Co-ordination Team	Rebecca Harding	Small Business Service Barclays Bank plc East Midlands Development Agency, Yorkshire Forward	iff

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Reino Unido	Northern Ireland Team	Mark Hart	South East England Development Agency, North West Development Agency, North East Government offices for the regions, One North East, East of England Development Agencies	iff
	Small Business Research Centre, Kingston University	Maureen O'Reilly	Barking and Dagenham District Council	
	Economic Research Institute of Northern Ireland	Jonathan Levie	Institute for Family Business (UK)	
	Scottish Team	David Brooksbank	Invest Northern Ireland	
Reino Unido	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	Dylan Jones-Evans	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	iff
	Welsh Team	Piers Thompson	Welsh Assembly Government	
	National Entrepreneurship Observatory	Caleb Kwong	Welsh European Funding Office	
	University of Glamorgan			
Cardiff University				
República Tcheca	University of Economics, Prague	Martina Jakl	Ministry of Industry and Trade of the Czech Republic	Factum Invenio
		Martin Lukes	Deloitte Czech Republic	
Rússia	Saint Petersburg Team	Vassily Dermanov	School of Management, Saint Petersburg	
	School of Management, Saint Petersburg	Valery Katkalo		
		Olga Verhovskaya Maria Rumyantseva		
Rússia	Moscow Team	Alexander Chepurenko	State University - Higher School of Economics, Moscow	Levada-Center
	State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Obraztsova		
		Tatiana Alimova Vladimir Lobachev Alla Alieva Dmitry Naumov		
Suécia	ESBRI – Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson	Confederation of Swedish Enterprise (Svenskt Näringsliv)	SKOP
	Lena Ramfelt	NUTEK – Swedish Agency for Economic and Regional Growth		
	Mikael Samuelsson	VINNOVA – Swedish Governmental Agency for Innovation Systems		

EQUIPE	INSTITUIÇÃO	MEMBROS	PATROCINADOR	Pesquisa de Campo – População Adulta
Tailândia	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa Brian Hunt Randall Shannon Tang Zhi Min	Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
Turquia	Yeditepe University	Nulifer Egrican Esra Karadeniz	Siemens Technology Development Foundation of Turkey	Akademetre
Uruguai	Universidad de Montevideo	Jorge Pablo Regent Vitale Alvaro Vilaseca Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay

Na ânsia por conquistas,
voa o beija-flor entre o verde.

Busca sustento e sonho.

Voa alto, voa longe, voa ágil.

Experimenta muitos estilos de voo.

E aprende.

Inova naquilo que lhe é mais rotineiro.

Persegue uma chance, indo além dos seus limites.

Alimenta-se do néctar e espalha o pólen.

Alcança o equilíbrio.

INSTITUIÇÃO EXECUTORA:



INSTITUIÇÕES PARCEIRAS:



APOIO INSTITUCIONAL :



COORDENAÇÃO INTERNACIONAL :



ISBN 85-87446-10-7



9 788587 446107