EMPREENDEDORISMO

A multiplicação do emprego

No Brasil e no mundo, um pequeno grupo de empresas cria a maior parte dos novos postos de trabalho. Como incentivar essas cabeças privilegiadas?

Marcos Coronato

O pesquisador americano Dane Stangler levou um susto com os dados que tinha diante de si. Seria como descobrir, no campo da biologia, que umas poucas formigas construíam a metade do formigueiro e que milhares de irmãs ficavam olhando. Stangler é diretor de pesquisa do Instituto Kauffman, uma organização que estuda a criação de empresas nos Estados Unidos. Os dados com que ele deparou, em 2008, revelavam um fenômeno misterioso, que os economistas apenas começam a entender: um grupo mínimo de empresas respondia por uma fatia desproporcionalmente grande dos novos empregos criados a cada ano. Parecia que, naquele período, alguns poucos negócios haviam carregado a economia nas costas, enquanto a imensa maioria das empresas se mantivera letárgica, demitindo ou fazendo poucas contratações. Seria uma excentricidade ianque? As mesmas estatísticas foram levantadas em outros países. Brasil, Reino Unido, Canadá, Holanda, Itália – em todos eles, lá apareceu de novo o mesmo minúsculo grupo de heróis criadores de empregos. A primeira referência ao fenômeno foi feita em 1994, mas ele ainda é mal compreendido. Novas pesquisas foram feitas, nos anos 2000, e a distorção se manteve. Stangler aprendeu a conviver com ela. "É impressionante. É normal que 1% das empresas criem 40% dos novos empregos nos Estados Unidos num ano", diz ele. "E ainda há um monte de coisas que nós não sabemos sobre essas empresas."

A mensagem

Para o cidadão
Uma diversidade de empreendedores e negócios é necessária para a saúde do país

Para o governo
É preciso saber mais sobre a natureza dos empresários e empresas que mais criam empregos

No Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) começou a levantar os dados sobre as maiores criadoras de empregos no fim dos anos 2000, em sintonia com pesquisas feitas em outros países. O primeiro estudo profundo sobre o tema foi publicado no fim de 2012, ▶

Foto: Marcelo Min/Fotogarrafa/ÉPOCA

LUCIANA GUIMARÃES E VANESSA VASQUEZ
38 e 40 anos
Publicitárias e ex-distribuidoras de medicamentos

Empresa
Íntegra Medical, fundada em 2005

Crescimento
3 funcionários em 2005; 160 atualmente

Negócio
Sistema de diagnósticos, saúde preventiva e acompanhamento de tratamentos

como resultado de uma parceria entre o IBGE e a Endeavor, uma organização de apoio ao empreendedorismo, sem fins lucrativos, nascida nos EUA e com atuação internacional. A pesquisa revelou uma concentração da criação de empregos ainda mais impressionante que em outros países. Um grupo inferior a 2% das empresas criou quase 60% dos novos postos de trabalho (alguns deles estão apresentados nas páginas desta reportagem).

A esta altura, os economistas e estatísticos brasileiros que lidam com o mistério já haviam se habituado a usar duas definições. Uma delas determina quem merece entrar no seleto grupo das "empresas de alto crescimento", nome difundido pelo mundo. Só se aplica esse rótulo a empresas que aumentem o número de postos de trabalho em 20% ao ano, por pelo menos três anos, partindo de um número mínimo de dez funcionários. Esse ritmo basta para que o número de empregos dobre em quatro anos. A segunda definição visa aprofundar o entendimento de um subgrupo das empresas de alto crescimento - aquelas bem jovens, com até cinco anos de idade. Por ser tão pequenas, ainda frágeis e por avançar de forma acelerada, elas são globalmente apelidadas de "gazelas". Governos e instituições de pesquisa e ensino precisam trabalhar com dois desafios: entender como surge uma empresa de alto crescimento, ou "gazela", e tentar criar campo fértil para que elas se multipliquem.

Ao redor do mundo, vêm surgindo diversas frentes de trabalho. Na Alemanha, percebe-se que há uma concentração de "gazelas" entre prestadores de serviços altamente especializados e fabricantes de equipamentos ópticos, elétricos, alimentos e bebidas. Bom para os alemães saber isso, mas trata-se de uma informação pouco aplicável fora

A dança do trabalho

As maiores criadoras de empregos tendem a ser empresas pequenas e jovens. Ainda há muito a aprender sobre elas

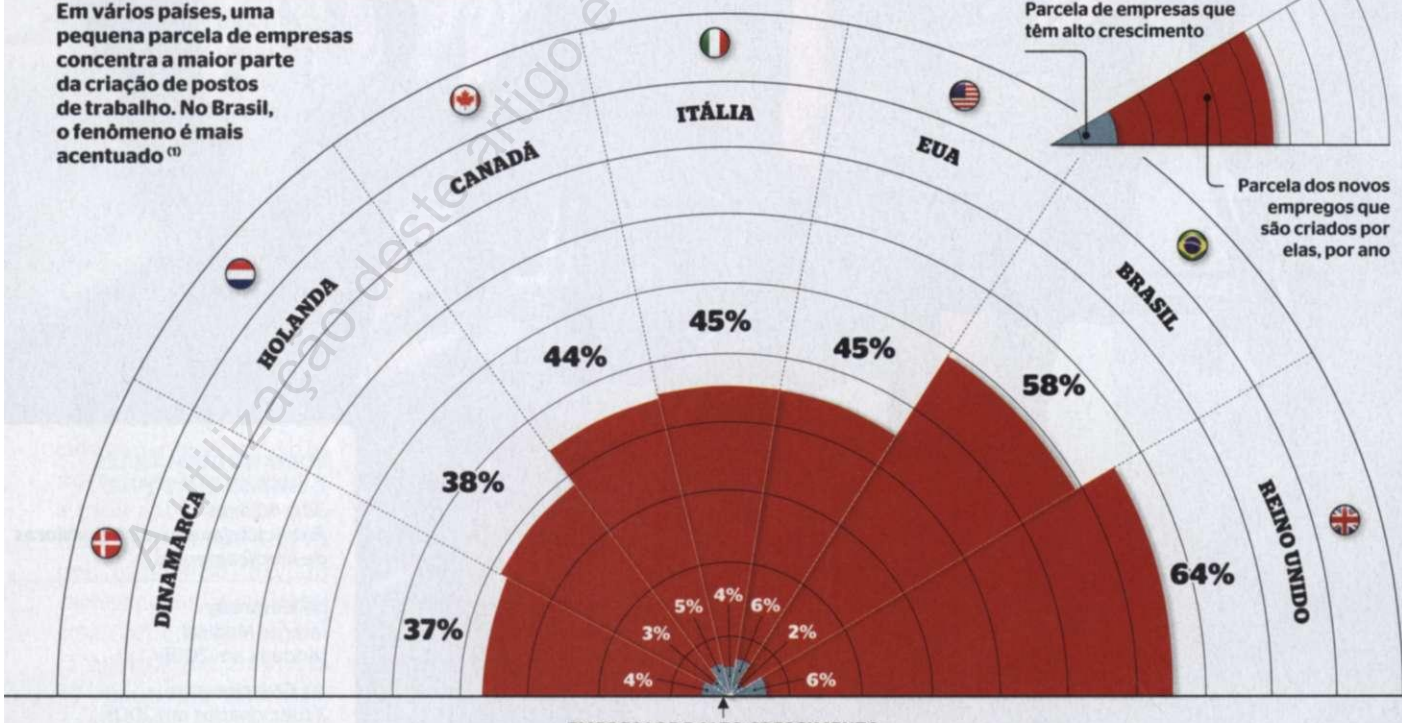
COMO SURGEM OS NOVOS EMPREGOS

Em vários países, uma pequena parcela de empresas concentra a maior parte da criação de postos de trabalho. No Brasil, o fenômeno é mais acentuado (1)

COMO LER O GRÁFICO

Parcela de empresas que têm alto crescimento

Parcela dos novos empregos que são criados por elas, por ano



EMPRESAS DE ALTO CRESCIMENTO

Com ao menos 10 assalariados no início da observação e cujo número de funcionários cresceu ao menos 20% ao ano por três anos

(1) Dados levantados entre 2007 e 2010 (2) Os números incluem sócios, proprietários e assalariados de empresas privadas com fins lucrativos

Fontes: Endeavor, Fórum Econômico Mundial, OCDE, Nesta, IBGE e MTE/Dados de 2010

A utilização deste artigo é exclusiva para fins e

ISMAEL AKIYAMA
34 anos
Técnico em eletrônica

Empresa
Akiyama Soluções, fundada em 2005

Crescimento
2 funcionários em 2005; 120 hoje

Negócio
Sistemas de identificação biométrica com alta segurança

ONDE ESTÃO OS ANTIGOS

Como se distribuem os postos de trabalho no Brasil[2]

Em milhões

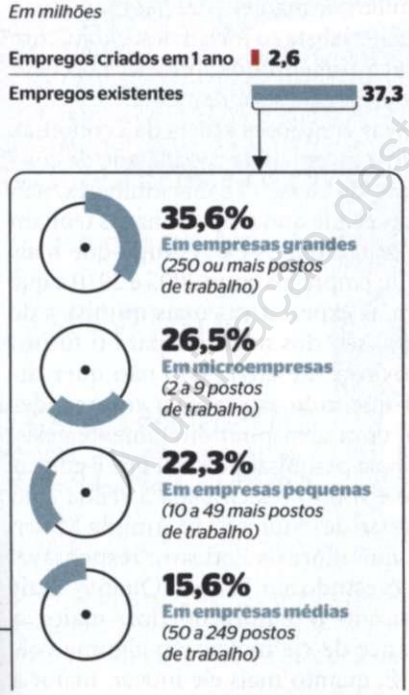


Foto: Guilherme Pupo/ÉPOCA

da Alemanha. Os britânicos concluíram que as empresas em ritmo de crescimento mais forte são realmente jovens, mas não recém-nascidas. Têm cerca de cinco anos de idade. Tiveram tempo para testar o mercado, errar, adaptar estratégias e encontrar seus clientes. Elas também se espalham geograficamente por áreas mais ou menos ricas do país - como no Brasil, onde grandes negócios podem ser feitos tanto nas metrópoles do Sudeste quanto nas áreas de forte crescimento do Nordeste. Os britânicos constataram também que a maior parte das microempresas bem-sucedidas nasce, cresce um pouco e se estabiliza, sem nunca se tornar forte criadora de postos de trabalho. Por isso, uma simples proliferação de novas empresas, embora desejável para qualquer sociedade, não leva necessariamente a uma proliferação de empresas de alto crescimento. O relatório feito no Reino Unido descobriu também que as empresas de alto crescimento tendem a ser inovadoras, mas num sentido muito aberto. Não se trata de empresas de tecnologia. Uma padaria pode ser inovadora na forma de comprar os ingredientes que usa, atender os fregueses ou apresentar seus pães e bolos.

Nos Estados Unidos, as pesquisas logo mostraram que era extremamente difícil localizar as empresas de alto crescimento, tanto por setor como por geografia. Elas se espalham por todos os ramos, pelo país inteiro. Dependendo das condições da economia, minguam em alguns setores e cidades e proliferam em outros. A partir dessa constatação, a Fundação Kauffman faz duas recomendações. Uma é que o governo não se preocupe tanto em identificar setores campeões e, em vez disso, adote medidas capazes de beneficiar qualquer empreendedor que queira abrir um negócio. A outra é prestar menos atenção aos tipos de negócio e mais às pessoas dispostas a abrir negócios. Imigrantes e universitários, entre outros, tendem a ser bons criadores de negócios de alto crescimento na sociedade americana.

E no Brasil? Por aqui, ainda sofremos com uma parcela muito grande de negócios informais, pouco produtivos e de futuro duvidoso. Os indicadores vêm melhorando. Mais de 70% das novas empresas sobrevivem aos primeiros dois anos, e a mesma parcela é criada por oportunidade, em vez de por necessidade do empreendedor. Ainda há muito a descobrir, porém, sobre quem empreende.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

Quem mais cria emprego

Uma pesquisa da ONG Endeavor separou os empreendedores no Brasil em seis perfis. O campeão na criação de negócios de alto crescimento foram as "apaixonadas"

A apaixonada

É mulher, sustenta a casa e abriu o negócio por oportunidade. Atua em saúde, estética ou comércio de produtos femininos. Beneficia-se do aumento da classe C. Superou as outras categorias em criação de empregos entre 2007 e 2010 e, em expectativa de criação de empregos, de 2013 a 2017

O antenado

É homem, jovem, instruído e de família com renda acima da média. Atua em serviços qualificados. A família e os amigos ajudaram. Foi um bom criador de empregos de 2007 a 2010

O independente

É chefe de família, com mais de 46 anos e tem instrução mediana. Atua em comércio e serviços tradicionais, como alimentação. Tem alta expectativa de crescimento de 2013 a 2017

O lutador

É a versão do "independente" que ainda não formalizou totalmente seu negócio. É maduro, chefe de família e abriu o negócio por necessidade. Atua no comércio

O arrojado

É homem, está na faixa dos 50 ou 60 anos e tem grande experiência em seu ramo. Atua no comércio e na indústria, como o setor automotivo. Tem uma empresa maior, de porte médio

O materialista

É jovem, tem escolaridade mediana, usa muito a internet e as redes sociais. Dispõe-se a abrir e fechar negócios rapidamente. Não se preocupa em formalizar a empresa

Fonte: Endeavor

SIBYLLE MULLER
51 anos
Engenheira civil

Empresa
Acquabrasilis, fundada em 2001

Crescimento
10 funcionários em 2010; 21 funcionários hoje

Negócio
Sistemas de tratamento de água e esgoto para edifícios e shopping centers

A Endeavor vem se dedicando a refinar esse entendimento. Um estudo inédito, feito em parceria com o IBGE e concluído no início de 2013, agrupou os empreendedores brasileiros em seis tipos. Eles são organizados por critérios diversos, como motivação inicial para abrir o negócio, experiência profissional, preocupação em formalizar a empresa, setor de atuação, nível de instrução, idade, estrutura familiar e setor de atuação. Cada um recebeu um nome simpático (ao qual poderia corresponder, grosseiramente, uma caricatura, apenas para facilitar a compreensão): a apaixonada (a dona da loja de roupas populares), o antenado (o jovem urbano com um negócio em software ou engenharia), o independente (o experiente dono de restaurante), o arrojado (o veterano proprietário de uma pequena indústria), o lutador (chefe de família que mantém um bar modesto) e o materialista (o jovem descolado, com pouco dinheiro, que abre e fecha pequenos negócios seguidamente).

Nas condições atuais da economia, com a ascensão da capacidade de consumo da classe C e das mulheres, não surpreende que as apaixonadas tenham se destacado. Esse é o grupo que mais criou empregos entre 2007 e 2010 e que tem as expectativas mais otimistas de expansão dos negócios para o futuro próximo, até 2017. Isso não quer dizer que todo aspirante a empreendedor deva se inspirar diretamente nelas. "Nossa pesquisa mostrou que a educação é muito relacionada à renda e ao sucesso da empresa", diz Amisha Miller, pesquisadora da Endeavor responsável pelo estudo no Brasil. "Quanto mais educado o empreendedor, maior a chance de ele inovar em alguma coisa. E, quanto mais ele inovar, maior a chance de a empresa crescer." ◆

Foto: Marcelo Min/Fotogarrafa/ÉPOCA

Autorização deste artigo exclusiva para

Fonte: Época, São Paulo, n. 773, p. 100-104, 18 mar. 2013.