



SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS – FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO,
CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
NEPEC – NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS ECONÔMICAS



Índice de Percepção Empreendedora de Goiânia (GO)

DEZEMBRO DE 2012/JANEIRO DE 2013

Relatório do Índice de Percepção Empreendedora Goiânia (GO), calculado pela parceria Sebrae-GO e Nepec – FACE/UFG.

Goiânia – Janeiro de 2013

Execução





SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS – FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO,
CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
NEPEC – NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS ECONÔMICAS



Relatório de Pesquisa: Índice de Confiança do
Consumidor de Goiânia (GO)

Parceria Sebrae-GO e Nepec-FACE/UFG

SEBRAE - GO

Conselho Deliberativo

Marcelo Baiocchi Carneiro
Presidente

Diretoria Executiva

Manoel Xavier Ferreira Filho

Diretor Superintendente

Wanderson Portugal Lemos

Diretor Técnico

Luciana Jaime Albernaz

Diretora de Administração e Finanças

Unidade de Gestão Estratégica

Camilla Carvalho Costa

Gerente

Polyanna Marques Cardoso

Coordenadora da Área de Estudos e Pesquisas

Bruno Castro Lyra da Silva

Estagiário

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - UFG

Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e
Ciências Econômicas

Curso de Ciências Econômicas

Nepec – Núcleo de Estudos e Pesquisas
Econômicas

Coordenadores do Projeto:

**Prof. Dr. Sandro Eduardo Monsueto (Nepec-
FACE/UFG)**

**Profª. Doutoranda Paula Andrea Marques Valle
(Nepec-FACE/UFG)**

Contato:

Tel.: 3521-1390

monsueto@face.ufg.br

paula_hamberger@yahoo.com.br

Assistentes de Pesquisa – FACE/UFG:

Cristiano Oliveira Alves

Dayana Liberato de Amorim

Élida Ramos Medeiros

Felipe Augusto P.B. Costa

Juliana Teixeira Leite

Marcos Eduardo de Souza Lauro

Marizella Ribeiro de Souza

Miguel Fernandes Santos Barbosa

Pamella Kamiya Alves

Roberta Teodoro

Sheilla Oliveira Pires

1. INTRODUÇÃO

Nos meses de Dezembro de 2012 e Janeiro de 2013 foi realizada a quarta sondagem do Índice de Percepção Empreendedora de Goiás – IPEG. A pesquisa foi efetuada nos municípios de Aparecida de Goiânia, Goiânia e Trindade, no total de 249 pessoas entrevistadas, que representam uma amostra significativa da **percepção empreendedora** da Região Metropolitana de Goiânia.

Esse indicador tem seu embasamento teórico nos estudos de 2005 de Acs & Szarbo que analisam os aspectos quantitativos e qualitativos do empreendedorismo. O indicador selecionado por este estudo fornece uma avaliação quantitativa, que incorpora elementos qualitativos da atitude empreendedora.

Neste sentido, o Curso de Ciências Econômicas da FACE-UFG desenvolveu o **Índice de Percepção Empreendedora de Goiânia (IPEG-FACE)**, que tem por objetivo servir como ferramenta de mensuração da percepção empreendedora, e indica o nível da atitude empreendedora da população economicamente ativa da cidade de Goiânia. Fornece, assim, as instituições e tomadores de decisão pública da cidade de Goiânia guia sobre a quantidade e qualidade do empreendedorismo. O índice pode colaborar, entre outros fatores, para:

- a) Compreender os efeitos de variações macroeconômicas sobre a atividade empreendedora;
- b) Auxiliar a mensuração da atitude empreendedora;
- c) Servir como termômetro do empreendedorismo local;
- d) Avaliar a percepção de oportunidades para negócios pela comunidade local;

O índice focaliza (principalmente) a população economicamente ativa de parte da grande Goiânia (Goiânia, Aparecida e Trindade), e, permite em sua configuração que sejam avaliadas variáveis, como por exemplo:

- a) Oportunidade: mensuração da percepção do grau de oportunidades para iniciar novos empreendimentos, afetada pelo grau de confiança e expectativas das pes-poloas;
- b) Medo de falhar: mensura o impacto do medo de falhar sobre a atitude empreendedora.
- c) Carreira: avalia o empreendedorismo como escolha de carreira.
- d) Habilidades: a percepção de habilidades ou conhecimento para iniciar novos negócios;
- e) Difusão: propagação do empreendedorismo;
- f) Sucesso: estima a *status* do empreendedor dentro da sociedade goiana.
- g) Financiamento: grau de financiamento informal.

O IPEG-FACE tem sua metodologia inspirada nos estudos sobre mensuração do empreendedorismo efetuados por Ács *et al* (2005) e Bosma *et al* (2008) que delineiam o *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity Index (TEA)*. Estes trabalhos avaliam o nível ou a dinâmica do empreendedorismo, identificando o engajamento ou predisposição para engajar em atividades empreendedoras. Somada a essa visão quantitativa, o estudo de Ács & Szerbo (2010), defendem a incorporação de elementos qualitativos, fornecendo maior complexidade à análise.

Com essa inspiração, o Índice de Percepção Empreendedora de Goiânia (IPEG-FACE) captura além de elementos quantitativos, aspectos qualitativos, como reconhecimento de oportunidade e percepção de habilidades, possibilitando a criação de um indicador complexo, impactado pelas condições macroambientais.

A pesquisa foi realizada nas Cidades de Goiânia, Aparecida e Trindade, entre pessoas maiores de 18 anos. Para o estudo foi desenvolvido um índice que varia de 0 a 100, sendo que 100 representa o grau máximo da atitude e dinâmica empreendedora.

2. CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA

A Pesquisa foi realizada em pontos de três municípios da Região Metropolitana de Goiânia (Aparecida de Goiânia, Goiânia e Trindade), entre os dias 05 de Dezembro de 2012 e 15 de Janeiro, entre pessoas maiores de 18 anos. As entrevistas foram realizadas por assistentes de pesquisa treinados para este fim e é garantida a não identificação do respondente. Além das informações para compor o índice, foram obtidos dados sobre gênero, idade, identificação de grupos que são (ou já foram) empresários ou não, a situação de trabalho do respondente (desempregado, aposentado, ocupado ou outros), a classe social a que pertence, além da identificação da cidade e local. No Quadro 1, um resumo dos dados técnicos da pesquisa são apresentados.

Quadro 1. Dados técnicos da pesquisa

Número de Entrevistas	249
Cidades Pesquisadas	Aparecida de Goiânia, Goiânia e Trindade
Período da Pesquisa	05/dez 2012 a 15/jan de 2013
Financiamento	Sebrae-GO
Entidade Responsável	FACE-UFG Nepec – Núcleo de Estudos e Pesquisas Econômicas
Número de Entrevistadores	11
Data Aprovação no CoEP/UFG	07/05/2012

Buscou-se segmentar a amostra de forma a representar a estrutura da população destas três cidades com base no Censo Demográfico de 2010, segundo tamanho e proporção de gênero e idade. O resultado final está exposto na Tabela 1:

Tabela 1. Distribuição da população e da amostra

	População		Amostra	
	Quant.	%	Quant.	%
Aparecida de Goiânia	192.799	21%	44	16.67%
Goiânia	694.677	74%	148	59.44%
Trindade	48.468	5%	57	22.89%
Total	935.944	100%	249	100%

Foram entrevistadas **249 pessoas**, sendo 44,98% de mulheres e 55,02% de homens, conforme Gráfico 1. A idade da amostra varia entre 18 e 78 anos, com uma idade média de 48 anos. Como foi realizada recortando para todo o conjunto da população, era esperada esta idade média, devido ao próprio desenho da pirâmide demográfica.

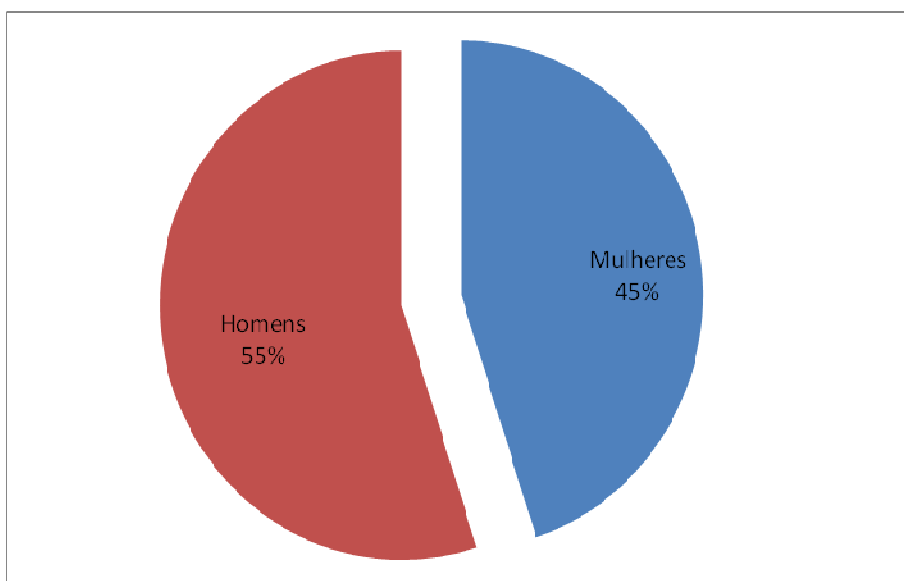


Gráfico 1 – Distribuição da amostra segundo gênero (%)

Além disso, a amostra distribuiu-se em 19,68% de pessoas que são ou já foram empresários, e 80,32% que nunca tiveram seu próprio negócio.

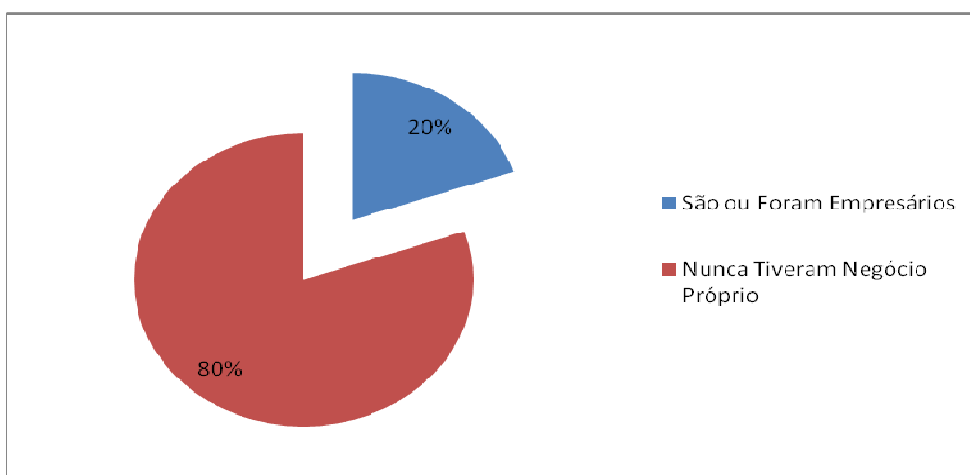


Gráfico 2 – Distribuição da amostra segundo grupo de empresários (%)

A distribuição da amostra de acordo com a situação de trabalho indicou que 75,5% das pessoas estão ocupadas, 5,62% das pessoas são aposentados, enquanto que 4,02% enfrentam o desemprego.

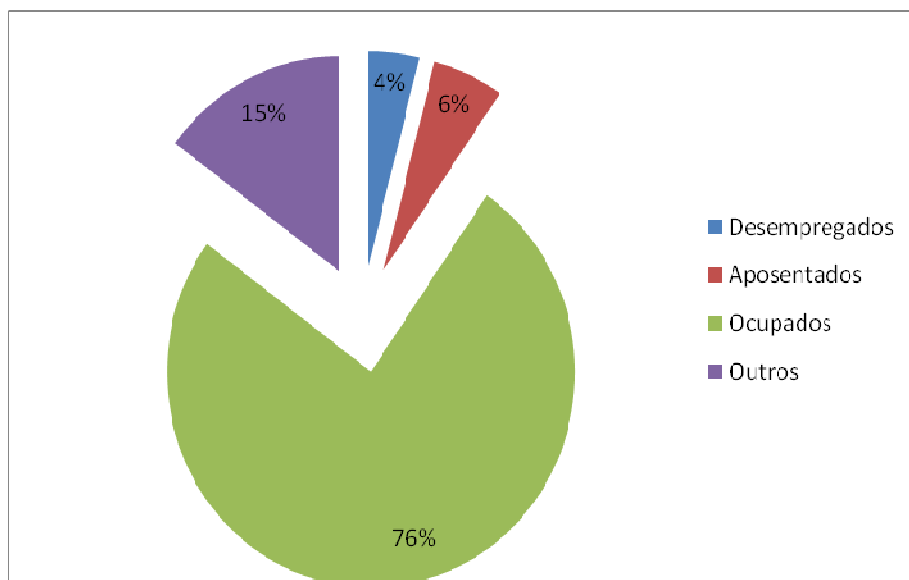


Gráfico 3 – Distribuição da amostra segundo situação de trabalho (%)

Ainda, a análise da amostra identificou conforme as classes sociais que 63,64% pertencem a Classe Média, enquanto que 26,20% estão inseridas nas classes D e E, e, somente 10,16% são de classe A e B.

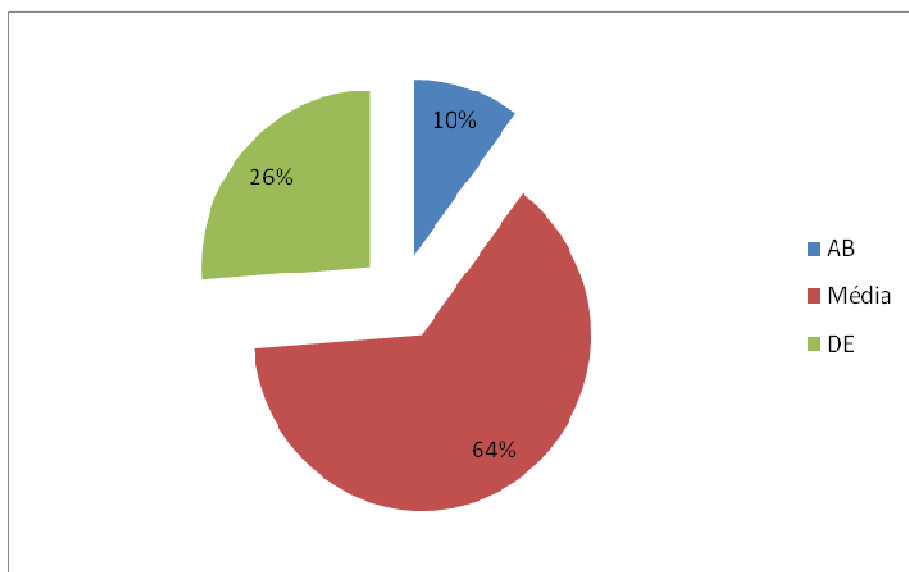


Gráfico 4 – Distribuição da amostra segundo classe social (%)

O gráfico 5 apresenta a distribuição da amostra conforme as faixas etárias identificando que 54% consiste de pessoas abaixo dos 40, sendo que o menor parcela corresponde aos mais maduros, acima de 50 anos.

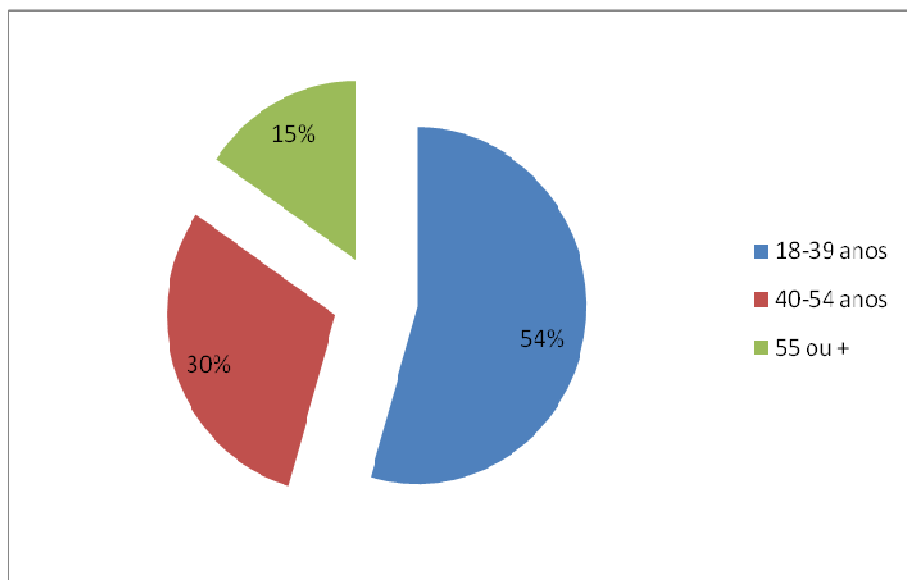


Gráfico 5 – Distribuição da amostra segundo faixas etárias (%)

3. RESULTADOS GERAIS DO ÍNDICE DE PERCEPÇÃO EMPREENDEDORA, IPEG-FACE

O IPEG-FACE alcançou um valor de 56,6 pontos, um valor que denota uma razoável atitude empreendedora, mas que está em **contínua queda** (Gráfico 6) desde a primeira rodada do IPEG Jun/Jul 2012 que apresentou então 61,67 pontos. Mas encontra-se estabilizada desde a rodada passada (3ª rodada).

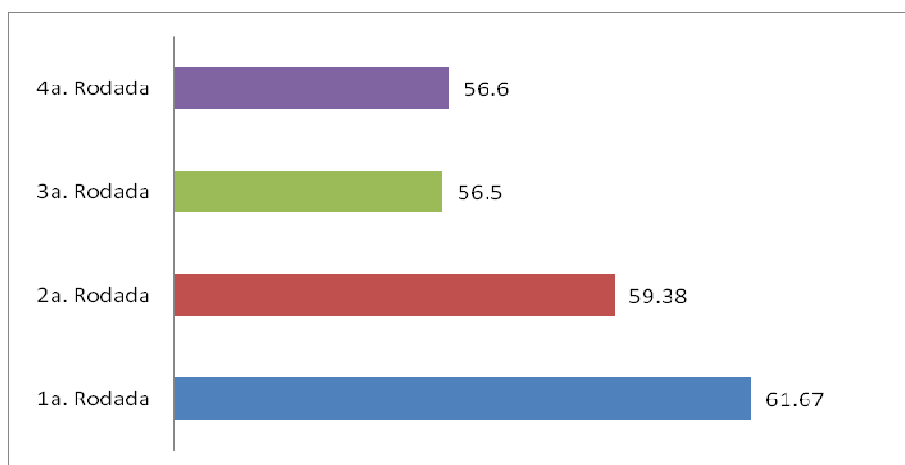


Gráfico 6 – Índices de Percepção Empreendedora de Goiânia (IPEG-FACE)-série comparativa.

O Gráfico 5, mostra o resultado geral do IPEG-FACE desagregado por variáveis de composição.

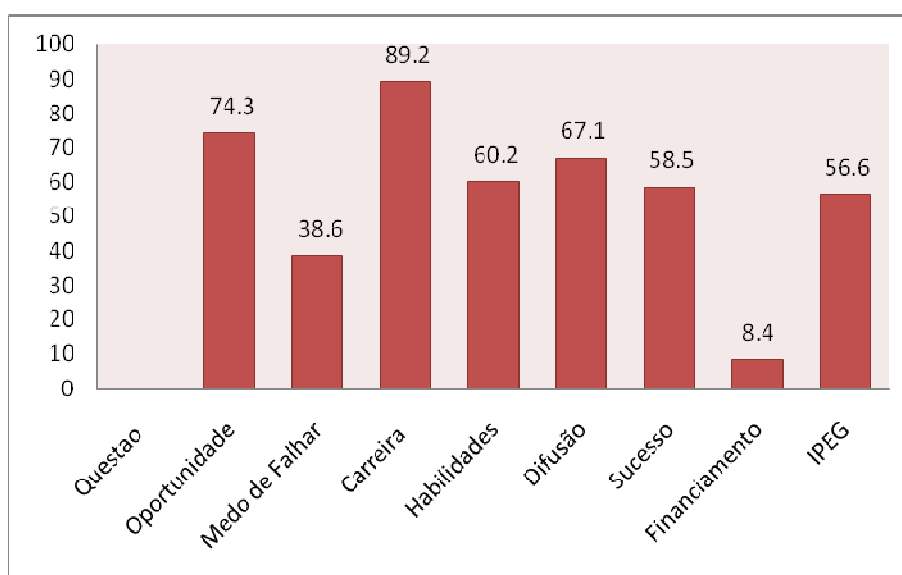


Gráfico 7 – Índices de Percepção Empreendedora de Goiânia (IPEG-FACE) por decomposição de variáveis.

Este indicador pode ser desagregado em certas variáveis de atitude, já identificadas anteriormente no relatório: oportunidade, medo de falhar, percepção da carreira empreendedora, habilidades, difusão do empreendedorismo, sucesso e financiamento.

O IPEG-FACE é afetado pela situação econômica geral e pelo grau de confiança das pessoas na situação atual e suas expectativas sobre os rumos da economia, que impacta, por exemplo: desde as condições para iniciar um novo negócio até a percepção do risco envolvido nos empréstimos a *startups*.

Como se nota, no Gráfico 7, o otimismo é elevado dado que 74,29% dos entrevistados avaliaram como boas às oportunidades para criação de novos negócios, no curto prazo, contudo trata-se do pior índice desde a 1ª rodada (78,4%). Isto pode ser decorrência das projeções do PIB para este ano de 2013, além do fraco PIB da economia brasileira em 2012.

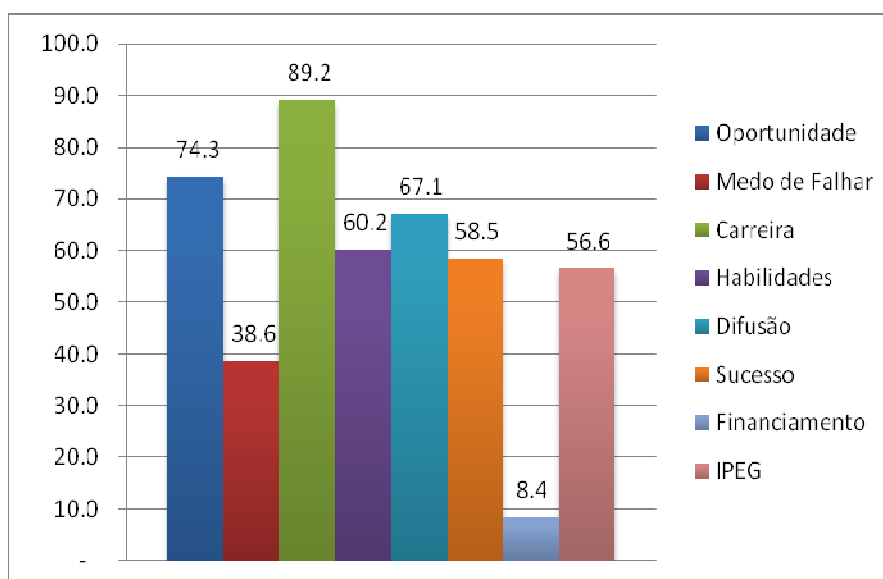


Gráfico 8 – Índice de Percepção Empreendedora de Goiânia (IPEG-FACE) por decomposição de variáveis.

É possível inferir que o pior desempenho da economia reflita sobre a variável “medo de falhar” que alcançou 61,4 pontos (o complemento da variável utilizada no indicador), indicando alto grau de receio de insucesso ao iniciar novos negócios. De fato, a variável “medo de falhar” piorou em relação a sondagens iniciais, apresentando estabilidade em relação a sondagem anterior.

Com relação à avaliação do empreendedorismo como opção de carreira é possível identificar que a população aprecia à abertura de uma empresa tanto quanto qualquer opção profissional, contudo o índice apresentou sem pior resultado (89.16

pontos). Já, a preparação em termos de conhecimento e habilidades para efetivamente iniciar um novo negócio, apresentou pontuação maior do que o próprio índice (60.24), o que indica a busca de qualificação e, o maior auto-confiança no conhecimento possuído. Contudo apresentou queda em relação a pesquisa anterior (62.86 pontos).

Quanto à difusão da atividade empreendedora encontramos uma pontuação de 67.07 pontos estando então, acima do indicador, que volta a subir para patamares apresentados na segunda rodada (67.77 pontos), que demonstra significativa propagação da atividade empreendedora, especialmente em período de fraco desempenho da economia brasileira. Os fatores motivadores dessa difusão da ação empreendedora parecem estar relacionados às variáveis oportunidade e opção de carreira, que mantiveram patamares elevados.

A variável *status* sobe de 53.43 pontos na sondagem de Nov/Dez, para 58.47 nesta rodada, a despeito do risco ou medo de falhar elevado chegando a 61.4 pontos. Por fim, a análise do financiamento informal, por vezes a única fonte de acesso à recursos pelas empresas de pequeno porte, demonstrou **o mais baixo** grau de atividade financeira, desde a primeira sondagem, denotando uma queda do crédito informal frente ao desaquecimento da economia.

3.1 IPEG por Gênero

Quando se avalia o Índice por gênero percebe-se que este é mais elevado para homens que para mulheres, conforme demonstrado no Gráfico 8, confirmando a tendência apresentada por todas as sondagens desde a primeira rodada. De modo que reforça para Dez/Jan, que homens apresentam maior propensão a engajar-se em atividades empreendedoras e, que portanto as mulheres são mais afetadas pelo risco e pela incerteza.

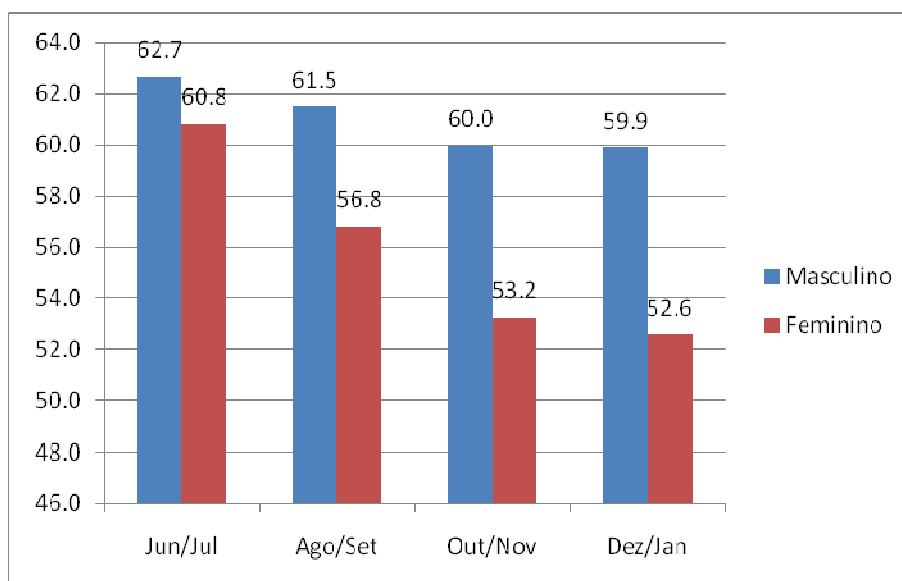


Gráfico 9 – Índices de Percepção Empreendedora por gênero

3.2 IPEG por Faixa de Etária

Quando os resultados do indicador são decompostos por idade, identificamos que a atitude empreendedora é maior “entre as pessoas de 18 à 39 anos”, que conforme série dos dados, demonstra maior volatilidade no tempo. Já da faixa dos “40 à 54 anos”, é pouco menor do que o próprio índice, mas apresentou uma significativa queda pela terceira rodada consecutiva. Seguido pela dinâmica empreendedora dos “maiores de 55 anos”, abaixo do IPEG, e caindo sistematicamente toda sondagem, conforme apresentado no Gráfico 9. Frente a uma economia com crescimento de PIB tão fraco é possível compreender a relutante atitude empreendedora, revelada entre as pessoas mais maduras e os mais experientes, sendo os jovens que a despeito de uma expectativa de crescimento baixo também para o 1º. Semestre de 2013, elevam sua atitude empreendedora, contudo está é bastante volátil.

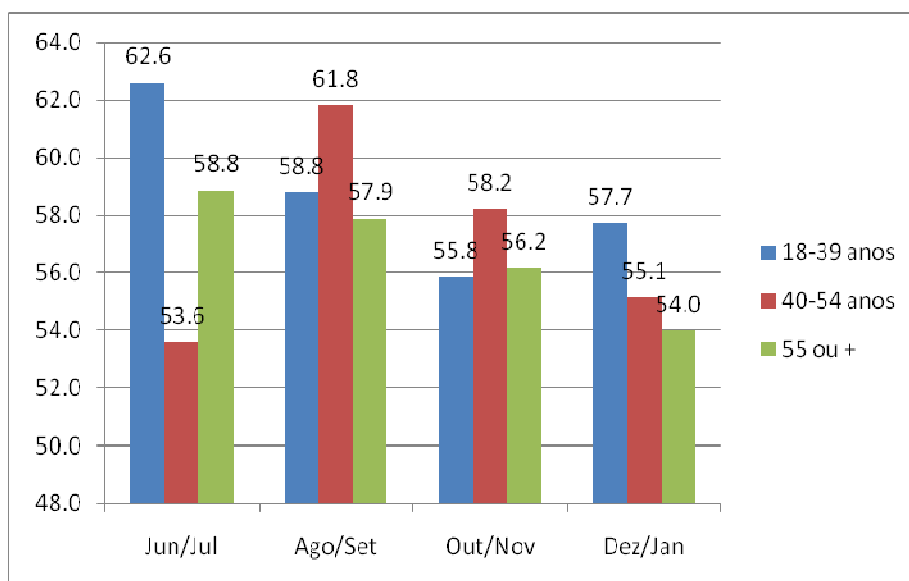


Gráfico 10 – Índices de Percepção Empreendedora por Grupos de Idade

3.3 IPEG por Grupos de Empresário

Ainda, com relação ao IPEG-FACE, temos que a desagregação por grupos de empresários apresentou um maior dinamismo empreendedor dos entrevistados que já foram empresários, com queda para os que nunca foram empresários, conforme gráfico 10. Os não empresários sentiram mais o momento da economia do que os não empresários.

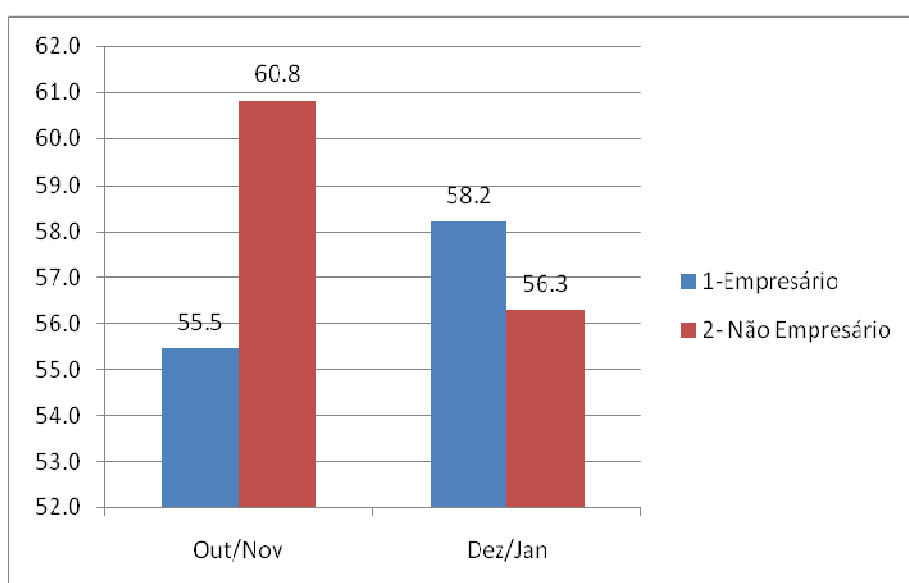


Gráfico 11 – Índices de Percepção Empreendedora por grupo de empresários

3.4 IPEG por Município

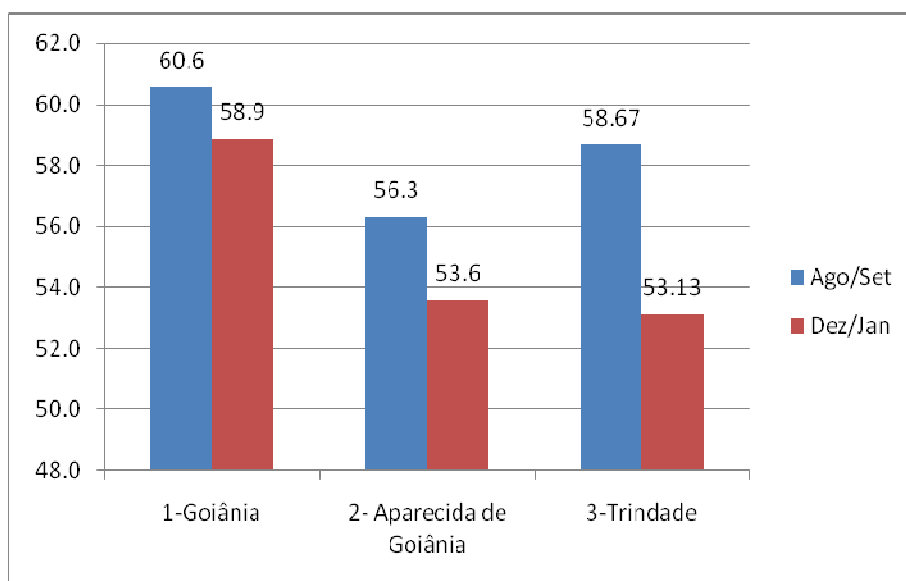
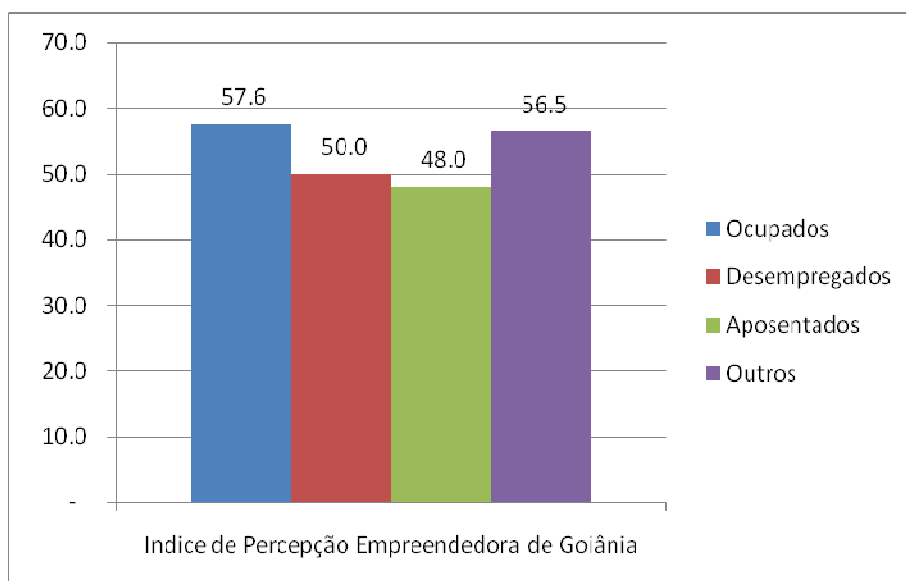


Gráfico 12 – Índices de Percepção Empreendedora por município

Outra desagregação do IPEG-FACE é por cidade analisada, que indicou que a atitude empreendedora de destaque é a da cidade de Goiânia, seguida pela do município de Aparecida de Goiânia. Conforme gráfico 11, o dinamismo empreendedor vem diminuindo consideravelmente, como pode ser verificada pela confronto da sondagem de Ago/Set em relação a Dez/Jan. O município que apresentou a maior queda do índice foi Trindade, com indicador 10.42% menor em Dez/Jan do que em Ago/Set, enquanto a cidade com menor queda do índice foi Goiânia e, portanto, com maior força empreendedora a despeito da fraca economia.

3.5 IPEG por Situação de Trabalho

Por fim, o Índice de Percepção Empreendedora é maior para o grupo de ocupados do que para os desempregados, aposentados e outros, conforme gráfico 13.



Gráfico

13 – Índices de Percepção Empreendedora por situação de trabalho

3.6 IPEG por Classe Social

O Índice de Percepção Empreendedora de Goiânia desagregado por classe social indica, conforme o gráfico 14, que a classe com maior dinamismo empreendedor corresponde a Classe Média, enquanto que as Classes A e B apresentam a menor disposição empreendedora.

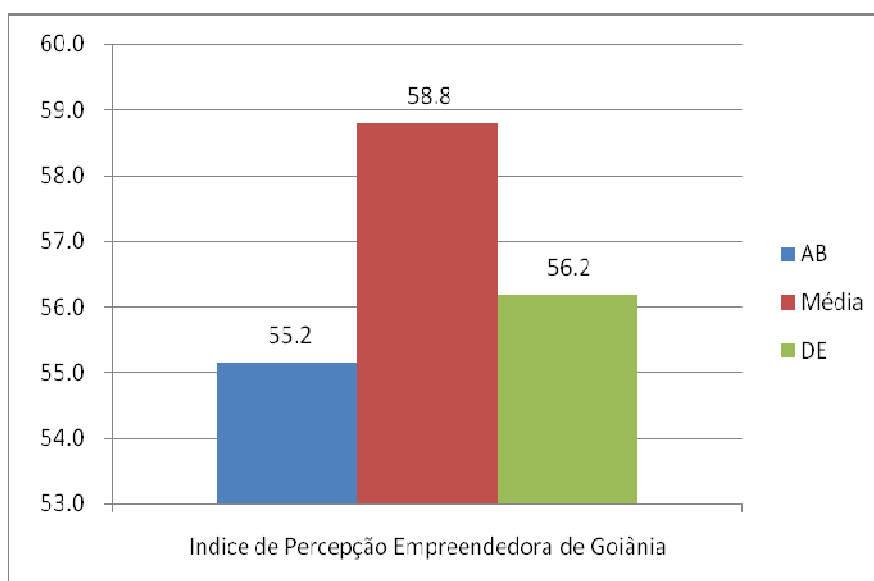


Gráfico 14 – Índices de Percepção Empreendedora por Classe Social

4. ÍNDICE COM ALGUMAS DESAGREGAÇÕES POR VARIÁVEL

4.1 Oportunidade

Considera as desagregações das avaliações quanto às condições para iniciar um negócio em Goiânia ou Goiás nos próximos seis (06) meses.

Quando desagregados pela avaliação das condições para abrir uma nova empresa identifica-se que 74.3% das pessoas consideram boas às oportunidades para abertura de novos negócios, 76,08% das pessoas frente a 25.7% 23,92% que acreditam ruim o ambiente para novas atividades empreendedoras (gráfico 15). Esse desempenho denota uma **queda da perspectiva para novos negócios**. Nas rodadas anteriores temos: 76,08%, em Out/Nov, e, 76.74% em Ago/Set para boas perspectivas e, 23.26% e 23,92%, respectivamente, delineando a perepção negativa do ambiente para novas empresas.

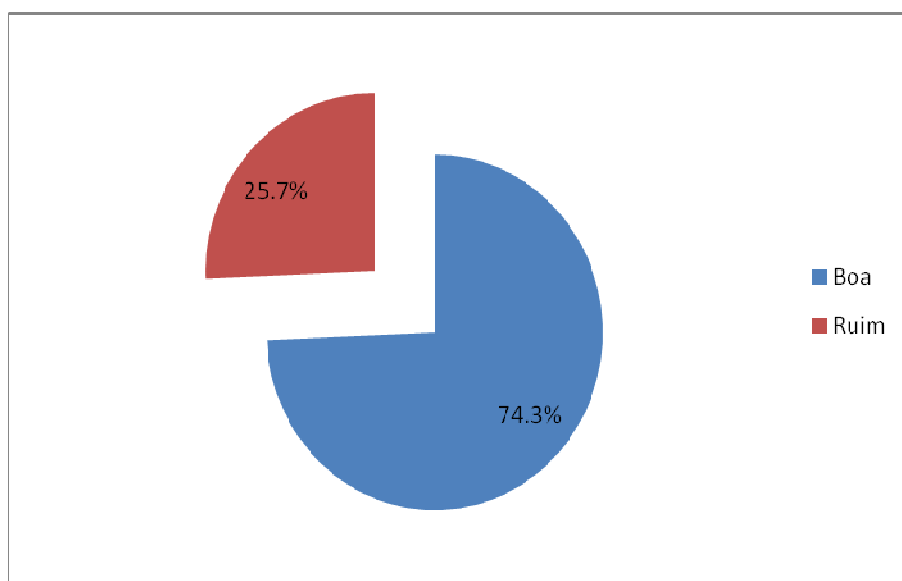


Gráfico 15 – Avaliação da Oportunidade para abrir uma empresa segundo as condições.

Quando os resultados da variável oportunidade são desagregados segundo gênero, fica claro que os homens apresentam-se mais otimistas quanto ao grau de oportunidade de abertura de novos negócios, no curto prazo (Gráfico 16), confirmando a sondagem de Set/Out e Nov/Dez.

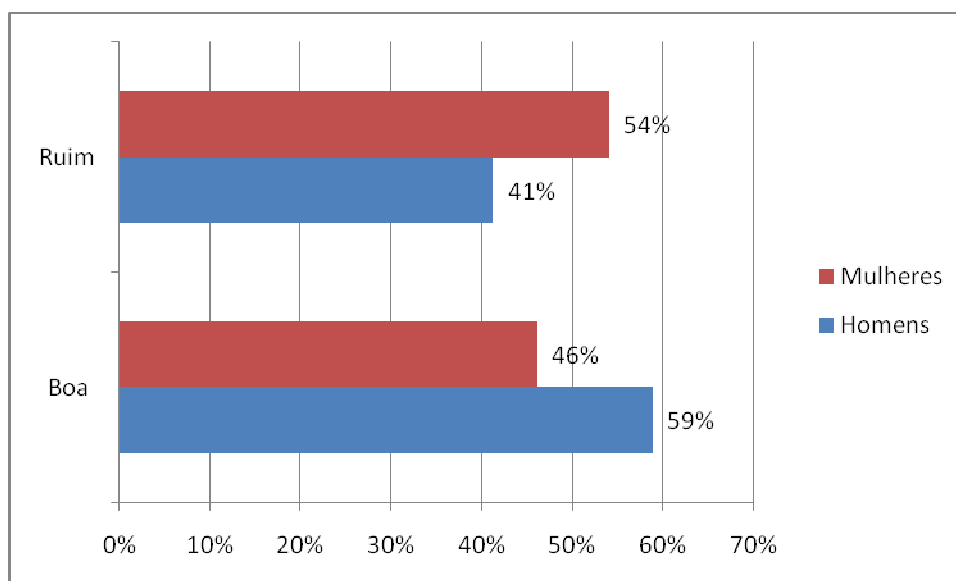


Gráfico 16 – Variável Oportunidade do Índice de Percepção Empreendedora por gênero

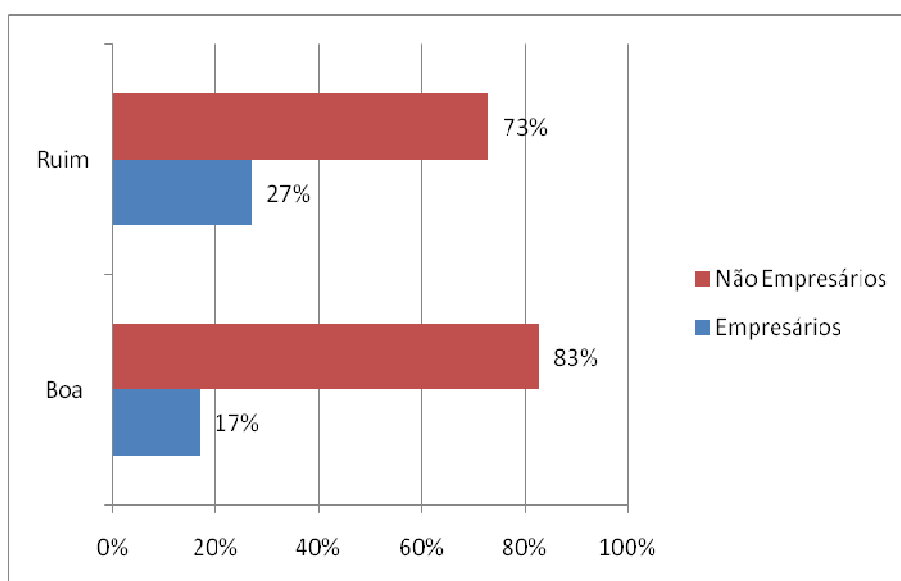


Gráfico 17 – Variável oportunidade do Índice de Percepção Empreendedora por grupos de empresários

Quando segmentamos oportunidade por grupos de empresários identificamos que a maioria (83%) dos que identificaram expectativas positivas para abertura de novos negócios nunca tiveram seu próprio negócio, frente a 17% de empresários ou pessoas que já geriram sua empresa. Isso pode ser verificado no Gráfico 17. Contudo

umenta o percentual de empresários que identificam como negativa a abertura de novas empresas.

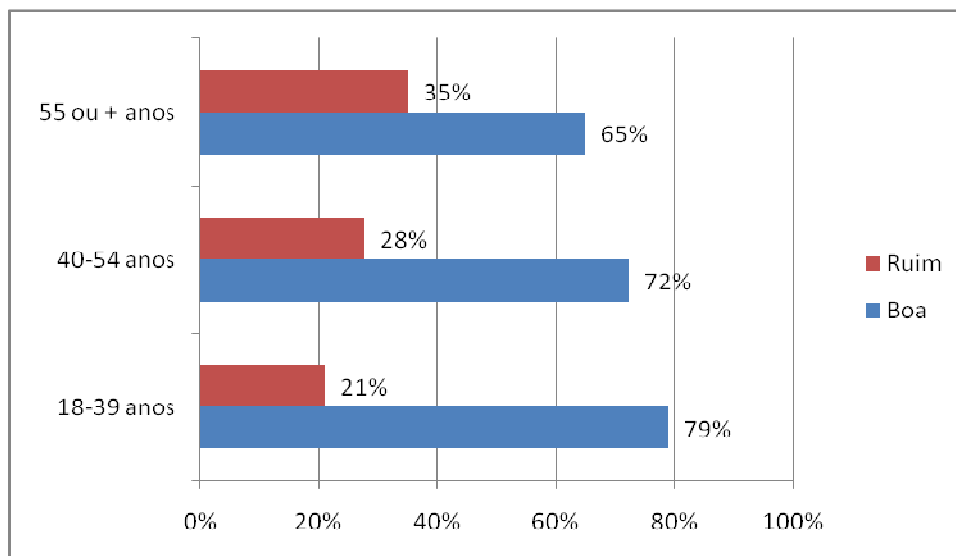


Gráfico 18 – Variável oportunidade por grupo de idade(%)

Outra decomposição (Gráfico 18) da oportunidade é por grupo de idade, e verificamos que as pessoas mais jovens são as que melhor avaliam as oportunidades de negócios, seguidos pelos mais maduros, “40 à 54 anos”. Os mais velhos são os que menos avaliam positivamente a oportunidade de abrir um negócio no curto prazo, indicando menor confiança nos negócios ou menos perspectiva.

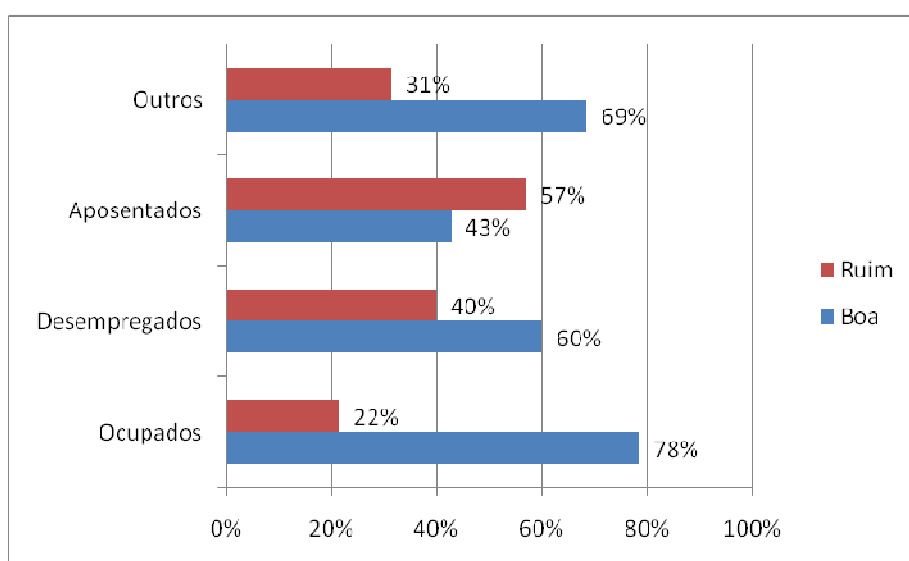


Gráfico 19 – Variável oportunidade por situação de trabalho(%)

4.2 - Medo de Falhar

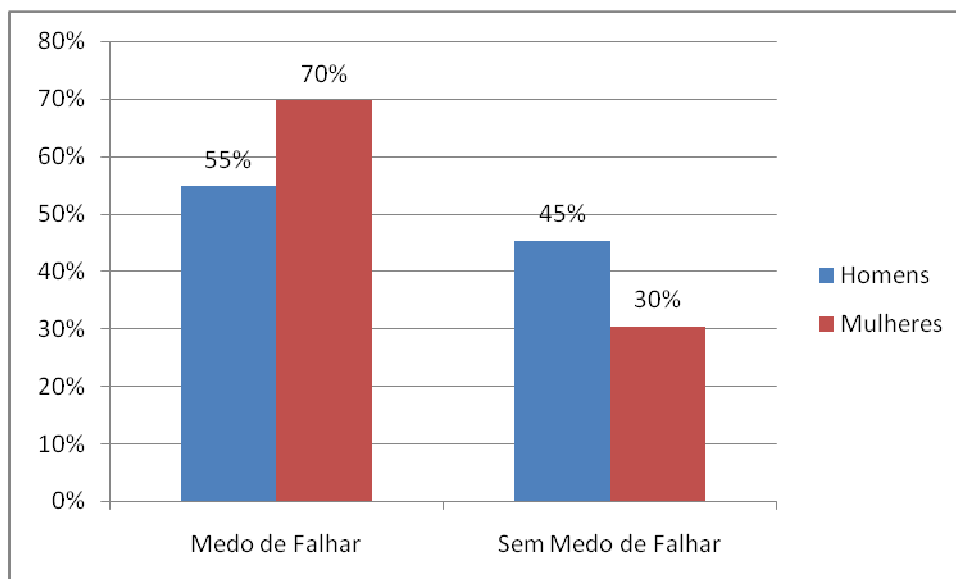


Gráfico 20 – Variável “Medo de Falhar” por gênero(%)

Identifica se as pessoas deixam de começar um negócio devido ao receio do insucesso.

Quando desagregado por gênero foi possível identificar que as mulheres se destacam como o grupo de pessoas com mais “medo de falhar” como impedimento para atividade empreendedora, tendo os homens apresentado (gráfico 20) maior tolerância ao risco.

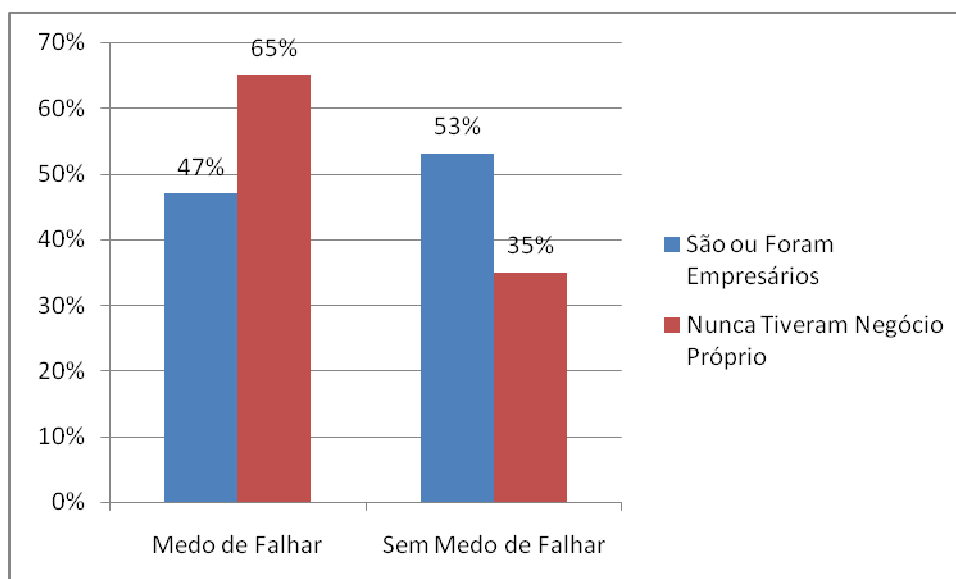


Gráfico 21 – Variável “Medo de Falhar” por grupos de empresários (%)

Já quando o receio do insucesso, Gráfico 21, é segregado segundo grupos de empresários verificamos que os não empresários compõem a maioria dos que possuem receio do insucesso como detrimento para abertura de novo negócio. As pessoas que foram ou são empresários apresentam menos “medo de falhar”.

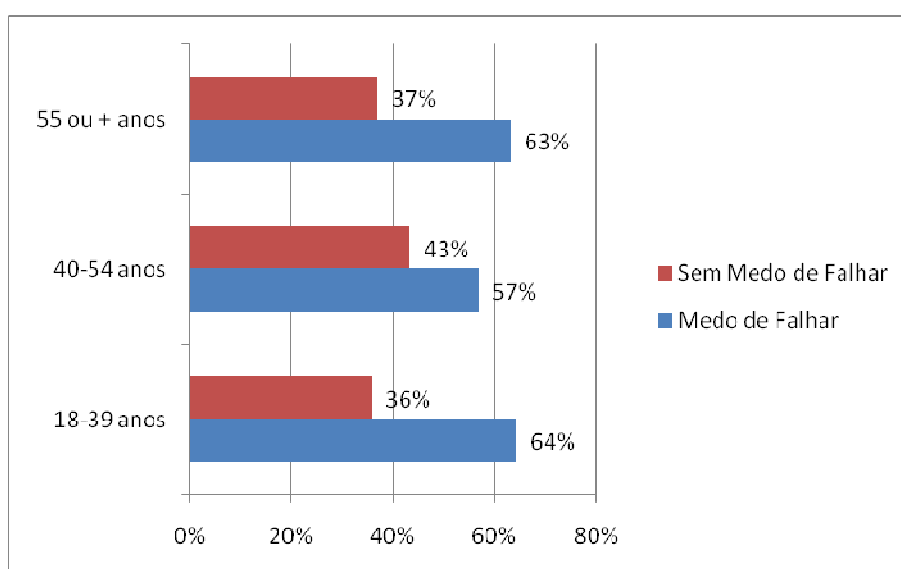


Gráfico 22 – Variável “Medo de Falhar” por faixa etária (%)

Outra decomposição pode ser efetuada por grupos de idade, demonstrando que as pessoas mais jovens são as que preponderam em percentual no grupo dos com medo de falhar, em contraposição a sondagem anterior, denotando sua suscetibilidade as condições do ambiente econômico. As pessoas de maior maturidade profissional, na faixa dos 40 aos 54 anos, apresentam menor receio do insucesso.

5. Perguntas Adicionais

Nesta sondagem, foi incluída novamente a pergunta adicional inserida desde a segunda rodada, com o objetivo de averiguar onde os possíveis empreendedores buscariam ajuda para iniciar suas atividades empresariais. Para cada entrevistado, foi perguntado “Se for abrir uma empresa, o(a) Senhor(a) pensaria em buscar ajuda em algum local? Qual?”, sendo permitido ao entrevistado citar mais de uma resposta em

caso afirmativo. Sendo assim, os resultados mostram a porcentagem de pessoas que citaram determinadas opções, agregadas nas seguintes nomeadas.

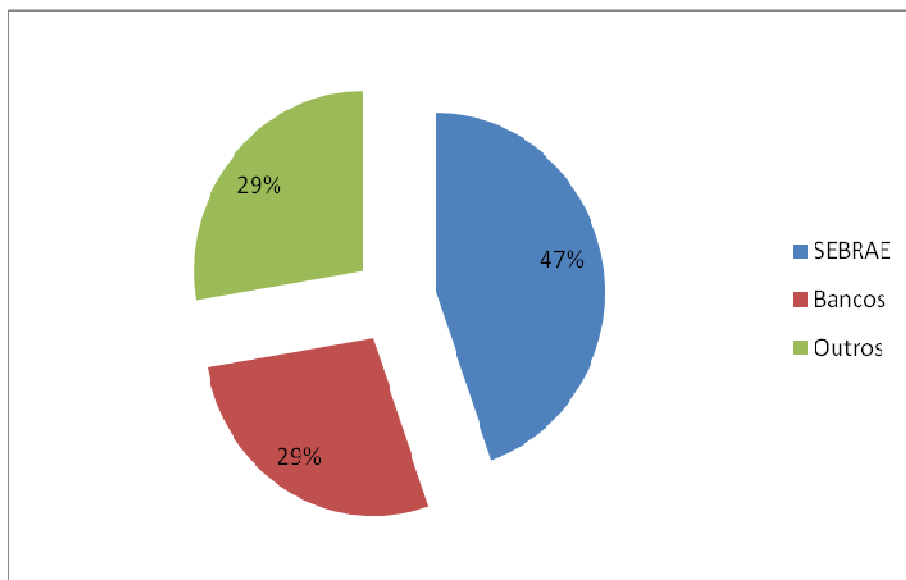


Gráfico 17 – Onde Procurar Ajuda para Abrir uma Empresa (%)

O resultado descrito no gráfico 17, aponta que sobe para 47% nesta sondagem, de 44% na rodada de Out/Nov, o percentual de entrevistados que procuraria o Sebrae em caso de auxílio para abertura de uma empresa. Os bancos aparecem em segundo lugar com 29%, assim como os que escolheram outras opções ou os que não procurariam ajuda para iniciar alguma atividade empresarial.