

Empreendedorismo no Brasil 2015



Global Entrepreneurship Monitor



Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas



Empreendedorismo no Brasil 2015



Global Entrepreneurship Monitor



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

A permissão para utilização de conteúdos do GEM 2015 Global Report, que compõem esta publicação foi gentilmente cedida pelos detentores dos direitos autorais.

O GEM é um consórcio internacional e esta publicação foi produzida a partir de dados provenientes de 62 países no ciclo 2015 da pesquisa.

Nosso agradecimento especial aos autores, pesquisadores, organismos financiadores e outros colaboradores que fizeram com que isso fosse possível.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G562 Global Entrepreneurship Monitor

Empreendedorismo no Brasil : 2015 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco ; autores : Mariano de Matos Macedo... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2014.
178p. : il.

Vários autores:

Brendha Rodrigues de Lima
Eduardo Pereira Lima
Giovanna Rafaela da Silva Lazzarin
Marcus Alexandre Yshikawa Salusse
Mariano de Matos Macedo
Morlan Luigi Guimarães
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Vinicius Larangeiras de Souza

Inclui bibliografias.

ISBN 978-85-87446-21-3

1. Empreendedorismo – Brasil. 2. Inovações Tecnológicas – Brasil.
I. Global Entrepreneurship Research Association. II. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. III. Greco, Simara Maria de Souza Silveira (Coord.). IV. Lima, Brendha Rodrigues. V. Lima, Eduardo Pereira. VI. Lazzarin Giovanna Rafaela da Silva. VII. Salusse, Marcus. VIII. Macedo, Mariano de Matos. IX. Guimarães, Morlan Luigi. X. Souza, Vinicius Larangeiras. . XI. Título.

CDD (22.ed) - 658.110981

COORDENAÇÃO DO GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research Association – GERA

Babson College, Estados Unidos

International Development Research Centre (IDRC), Canadá

London Business School, Reino Unido

Tecnológico de Monterrey, México

Universidad del Desarrollo, Chile

Universiti Tun Abdul Razak, Malásia

Nacional

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Rodrigo Costa da Rocha Loures - Presidente do Conselho Deliberativo

Sandro Nelson Vieira – Diretor Presidente

Fernando Lorenz – Diretor de Operações

Simara Maria de Souza Silveira Greco – Gerente de Pesquisa

PARCEIRO MASTER NO BRASIL

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

Robson Braga de Andrade– Presidente do Conselho Deliberativo Nacional (CDN)

Guilherme Afif Domingos – Diretor Presidente

Heloisa Regina Guimarães de Menezes – Diretora Técnica

Vinicius Lages - Diretor de Administração e Finanças

Pio Cortizo – Gerente da Unidade de Gestão Estratégica (UGE)

Elizis Maria de Faria- Gerente Adjunta

Marco Aurélio Bedê – Gestor do Projeto pelo SEBRAE

PARCEIRO ACADÊMICO NO BRASIL

Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)

Carlos Ivan Simonsen Leal – Presidente da FGV

Luiz Artur Ledur Brito – Diretor da Escola de Administração de Empresas de São Paulo

Tales Andreassi – Vice- diretor do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

PARCEIRO INSTITUCIONAL 2015

Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE)

Fernando Milagre - Presidente

Júlio César Vasconcelos - Vice Presidente

Ananda Carvalho - Diretora de Projetos

PARCEIRO NO PARANÁ

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Zaki Akel Sobrinho – Reitor

Edilson Sergio Silveira – Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-graduação

Elenice Mara Matos Novak – Diretora Executiva da Agência de Inovação UFPR

Cleverson Renan da Cunha – Coordenação de empreendedorismo e incubação de empresas

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação Geral – IBQP

Simara Maria de Souza Silveira Greco - IBQP

Análise e Redação

Brendha Rodrigues de Lima – IBQP

Eduardo Pereira Lima - IBQP

Giovanna Rafaela da Silva Lazzarin - IBQP

Marcus Alexandre Yshikawa Salusse – FGV

Mariano de Matos Macedo - IBQP

Morlan Luigi Guimarães – IBQP

Simara M. de Souza Silveira Greco – IBQP

Vinicius Lorangeiras de Souza - IBQP

Revisão

Fernando Antonio Prado Gimenez – Professor

Marco Aurélio Bedê – SEBRAE

Pesquisa de campo com Especialistas Nacionais em Empreendedorismo

Graziela Boabaid Righi – IBQP

Pesquisa de campo com a população adulta

IBQP

Arte da capa

Juliana Scheller

Diagramação e finalização da capa

Juliana M. Gualter

ENTREVISTADOS NA PESQUISA COM ESPECIALISTAS - BRASIL 2015

REGIÃO NORTE

Ananda da Silva Carvalho - Training Consultoria e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-AM).

Ângela Emília Botelho Veronez - Secretaria de Educação do Estado de Rondônia.

Barbara Luiza dos Reis Flores - L2B comunicação e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-PA).

Bruno Vieira de Melo Aguiar - Brunan Comunicação e Representação e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-TO).

Danilo Egle Santos Barbosa - Uplink Mídias Digitais e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-AM).

Drayan Macrini Moreira - TRADETUR Consultoria Empresarial.

Ellen Christina de Aquino Cunha - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-AC).

Felinto Coelho Mendes - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-PA).

Felipe Brabo dos Santos - Floresta Gestão Sócio Ambiental.

Felipe Cela de Moraes Filho - Franquia Eco Jardim e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-AM).

Francisca Mara Galvão Jinkings - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-AM).

Márlon Diego de Oliveira Leoni - Sistema de Rádio e comando Operacional das redes de TV (Record e Record News) e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-RO).

Michelle Guimarães Souza Correa - Fora da Caixa e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-AM).

Natasha Lins Mayer - Amazon Biocare e Confederação dos Jovens Empresários (CONAJE-AM).

REGIÃO NORDESTE

Camila Amaral De Castro e Silva - FUN KIDS.

Camilo Telles - Empreendedor.

Domingos Savio Almeida Normando - Centro Universitário NOVAFAPI.

Edwin Aldrin Januário da Silva - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-RN).

Fabio Roberto da Silva - NTW Recife Contabilidade.

Fernando Torres Laureano - Conceitual Engenharia e Construções Ltda e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-CE).

Jaqueline Marques de Oliveira Mouche-rek - Vitryne Comunicação e Marketing e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-MA).

Leila Cristiane Santos Borges Oliveira - Jardim Atlântico Beach Resort.

Maria Anissélia Nunes da Silva - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-AL).

Neuzete Domingues da Silva - Análise Assessoria Contábil.

Patric Andrade Piton - Maqhin Soluções Tecnológicas e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-BA).

Paula Regina Rodrigues Guino - Ctrl Logística para Eventos Corporativos.

Tathiana Amorim Garcia Udre Varela - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do RN (SEBRAE-RN).

REGIÃO SUDESTE

Alexandre Alvaro – Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) - Sorocaba.

Ana Flávia Oliveira de Castro - Instituto Inspirare.

Cristina Toth Sydow- Secretaria Municipal de Finanças e Desenvolvimento Econômico.

Duar Pignaton - Centro Brasileiro de Cursos (CEBRAC-ES) e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-ES).

Fernando Correa Grisi – Empresa Cultura Empreendedora e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-SP).

Fernando Prestes Maia - Upgrade Brasil.

Flavio Augusto Picchi – Picchi Estúdio Jurídico.

Juliana Adriano Caponi - Fórum de Jovens Empreendedores da Associação Comercial de São Paulo (FJE-ACSP).

Larissa Carolina de Almeida Marco - Prefeitura de São Paulo.

Marcelo Guedes Roque – Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-RJ).

Marcelo Severo Pimenta –Laboratorium Consultoria e Projetos Inovadores.

Maria Rita Spina Bueno - Anjos do Brasil.

Newton Monteiro de Campos Neto - Fundação Getulio Vargas de São Paulo (FGV/EAESP).

Rafael Kaufmann Nedal - Resolve Aí.com.br e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-RJ).

Regina de Lima Pires - SPGA Consultoria de Comunicação.

Rosilene Cordeiro - Fundação Jari.

Ruy Hajnal Bilton – Atingire.

Vítor Kawamura – Triple Seven (grupo de investimento em startups).

REGIÃO SUL

André Telles - Agência digital Mentis Digitais.

Danilo Brizola - Snowman Labs e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-PR).

Felipe Couto - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai-PR).

Fernando Fagundes Milagre - FM-Consultoria e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-RS).

Guilherme Gonçalves Pereira - Moraes & Gonçalves Advogados e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-SC).

Jonas Cardona Venturini - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

Leandro Henrique de Souza - Universidade Positivo.

Liandra Nazário Nobrega - Nazário Advogados Associados e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-SC).

Luciano Kalil - SitePX.

Luiz Gustavo de Vasconcelos Garrido - Garrido & Tozzi Advogados e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-RS).

Luiz Marcelo Padilha - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-PR).

Marcelo Calide Barga - Bio4 - Soluções Biotecnológicas.

Maria Augusta Sebastiani Ribas - We Art.

Roberta Soledade Azevedo - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-PR).

Rodrigo Alvarenga - HAG Consulting / Startup Grind.

REGIÃO CENTRO-OESTE

Carlos Henrique Santana - Anjos do Brasil.

Christiane Taveira Lopes de Carvalho - Estrategistas e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE -GO).

Iane Silva Thé Pontes - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Mato Grosso (SEBRAE-MT).

Marduk Duarte - Ardrak LTDA.

Nardele Pires Rothebarth - Núcleo de Gestão Estratégica para Resultados - Secretaria de Estado de Fazenda de Mato Grosso.

Nathália Costa de Carvalho - Secretaria de Indústria e Comércio de Goiás.

Neusa Baptista Pinto - Incubadora Mato Grosso Criativo.

Olívia Völker Rauter - Junior Achievement.

Paulo Eduardo Silva Ferreira - Associação Comercial e Industrial de Campo Grande (CICG) e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-MS).

Pedro Daniel Bittar - Movimento Goiás Competitivo.

Rodrigo Barros Corrêa - Agência Resultado e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE-MS).

Sandra Lucia Viana Gioanni - Associação Junior Achievement de Mato Grosso.

Sylmara Roberta Lustosa Torres - INTERP Incubadora de Empresas.

Valdinir Piazza Topanotti - Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

SUMÁRIO

Lista de Quadros de Tabelas	11
Lista de Figuras e Quadros	14
Agradecimento	17
Prefácio	19
Introdução.....	21
 1 - ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL E NO MUNDO EM 2015	 25
1.1 Atividade empreendedora no Brasil comparada aos países do GEM ...	27
1.2 Atividade empreendedora no Brasil em 2015	29
1.2.1 Taxas gerais.....	29
1.3 Motivação dos empreendedores iniciais	32
 2 - TAXAS ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORISMO NO MUNDO E NO BRASIL EM 2015	 35
2.1 Gênero	37
2.2 Faixa etária	38
2.3 Escolaridade.....	40
2.4 Renda familiar	41
 3 - COMPOSIÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS ...	 43
 4 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS	 49
4.1 Atividades econômicas dos empreendedores	51
4.1.1 Principais atividades econômicas - Brasil e países selecionados.....	51
4.1.2 Tipos de clientes	52
4.1.3 Principais atividades econômicas segundo o estágio do empreendimento - Brasil	52
4.1.4 Principais atividades econômicas segundo a motivação do empreendedor - Brasil	53
4.1.5 Principais atividades econômicas dos empreendedores segundo o gênero - Brasil	54
4.1.6 Principais atividades econômicas dos empreendedores segundo a faixa etária - Brasil.....	56
4.2 Aspectos relacionados à inovação dos empreendimentos	59
4.3 Aspectos relacionados à criação de empregos e ao faturamento	61
 5 - BUSCA DE ORGÃO DE APOIO	 63
 6 - INVESTIDORES	 69
 7 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA E POTENCIAIS EMPREENDEDORES	 75
 8 - CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO PAÍS - BRASIL - 2015	 83
8.1 Condições para empreender no Brasil e nos países selecionados para análise, segundo a opinião dos especialistas	86
8.2. Fatores que interferem na atividade empreendedora no Brasil segundo os empreendedores GEM 2015	88
8.3. Recomendações	89
 REFERÊNCIAS	 99
 APÊNDICE 1 - CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS	 103
A.1 Introdução	105
A.2 O objetivo do GEM	105

A.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM.....	105
A.4 Público-alvo	106
A.5 O modelo GEM	107
A.6 Classificação dos países participantes da pesquisa.....	107
A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas	108
A.8 Condições que afetam o empreendedorismo	112
A.9 Coleta de Dados.....	114
A.10 Processamento e tratamento dos dados.....	118
APÊNDICE 2.....	117
APÊNDICE 3.....	161
ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS	173

LISTA DE QUADROS E TABELAS

- Quadro I.1** – Classificação dos países participantes no GEM 2015 segundo a fase do desenvolvimento econômico – 201523
- Quadro A1.1** - Terminologias e principais medidas do GEM..... 109
- Quadro A3.1** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 165
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 166
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 167
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 168
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 169
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 170
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 171
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 172
- Quadro A3.1 (continuação)** - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países 173
- Tabela 1.1** - Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2015 29
- Tabela 2.1** - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados - 201537
- Tabela 2.2** - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países selecionados - 2015.....38
- Tabela 2.3** - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países selecionados - 2015.....39
- Tabela 2.4** - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países selecionados - 2015 40
- Tabela 2.5** - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países selecionados - 2015... 41
- Tabela 2.6** - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países selecionados - 2015 41
- Tabela 2.7** - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2015 42
- Tabela 2.8** - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2015..... 42
- Tabela 3.1** - Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas - Brasil - 2015 48
- Tabela 4.1** - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2015.....51
- Tabela 4.2** - Distribuição percentual dos empreendimentos estabelecidos segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2015 52
- Tabela 4.3** - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais e estabelecidos segundo tipos de clientes - Brasil - 2015.52
- Tabela 4.4** - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos segundo estágio - Brasil - 201553
- Tabela 4.5** - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos iniciais segundo a motivação - Brasil - 2015.....54

Tabela 4.6 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos iniciais segundo o gênero - Brasil - 201555

Tabela 4.7 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos estabelecidos segundo o gênero - Brasil - 201556

Tabela 4.8 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos iniciais segundo a faixa etária - Brasil - 201557

Tabela 4.9 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos estabelecidos segundo a faixa etária - Brasil - 2015.58

Tabela 4.10 - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais com relação às características inovadoras do produto ou serviço - Países selecionados - 201559

Tabela 4.11 - Distribuição percentual dos empreendimentos estabelecidos com relação às características inovadoras do produto ou serviço - Países selecionados - 2015...60

Tabela 4.12 - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais e estabelecidos segundo a alta expectativa de emprego - Países selecionados - 201561

Tabela 5.1 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 201565

Tabela 5.2 - Distribuição percentual dos empreendedores por características sociodemográficas segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 201566

Tabela 5.3 - Distribuição percentual dos motivos indicados para não buscar órgãos de apoio segundo estágio - Brasil - 201567

Tabela 6.1 - Taxas de investidores - Países selecionados - 2014:201571

Tabela 6.2 - Valor médio investido (por investidor) - Países selecionados - 2014:201572

Tabela 6.3 - Distribuição percentual dos investidores segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 201573

Tabela 7.1 - Mentalidade empreendedora: convivência com empreendedores - Países selecionados - 201577

Tabela 7.2 - Mentalidade empreendedora: oportunidades de novos negócios - Países selecionados - 201578

Tabela 7.3 - Mentalidade empreendedora: conhecimento, habilidade e experiência - Países selecionados - 201578

Tabela 7.4 - Mentalidade empreendedora: medo de fracassar - Países selecionados - 201579

Tabela 7.5 - Percentual da população segundo o sonho - Brasil - 201579

Tabela 7.6 - Características das populações que “sonham ter o próprio negócio” comparadas aos que “sonham fazer carreira numa empresa” - Brasil - 201580

Tabela 7.7 - Taxa de potenciais empreendedores - Países selecionados - 201580

Tabela 7.8 - Distribuição dos potenciais empreendedores segundo características sociodemográficas - Brasil - 201581

Tabela 8.1 - Principais fatores que favorecem a abertura e manutenção de novos negócios - Países selecionados - 201586

Tabela 8.2 - Principais obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios - Países selecionados - 201587

Tabela 8.3 - Médias das notas atribuídas pelos especialistas para as questões de cada tópico - Países selecionados - 201588

Tabela 8.4 - Principais fatores favoráveis e obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios no Brasil segundo os empreendedores - Brasil - 201589

Tabela 8.5 - Recomendações dos especialistas para melhoria das condições para empreender no país - Países selecionados - 2015..... 90

Quadro A1.1 - Terminologias e principais medidas do GEM..... 109

Quadro A1.2 - Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo GEM..... 113

Quadro A1.3 - Países participantes do GEM de 2001 a 2015 115

Quadro A1.3 - Países participantes do GEM de 2001 a 2015 (continuação) 116

Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2015 117

Tabela A2.1.1 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por fatores - 2015 121

Tabela A2.1.2 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por eficiência - 2015 121

Tabela A2.1.3 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por inovação - 2015 122

Tabela A2.2.1 - Taxas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por fatores - 2015.... 123

Tabela A2.2.2 - Taxas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por eficiência - 2015 123

Tabela A2.2.3 - Taxas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por inovação - 2015..... 124

Tabela A2.3.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2015.... 125

Tabela A2.3.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2015 125

Tabela A2.3.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2015 126

Tabela A2.4.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2015..... 127

Tabela A2.4.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2015 127

Tabela A2.4.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2015 128

Tabela A2.5.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2015 129

Tabela A2.5.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por eficiência - 2015 129

Tabela A2.5.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por inovação - 2015 130

Tabela A2.6.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2015..... 131

Tabela A2.6.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por eficiência - 2015 131

Tabela A2.6.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por inovação - 2015..... 132

Tabela A2.7.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por fatores - 2015 133

Tabela A2.7.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por eficiência - 2015..... 133

Tabela A2.7.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por inovação - 2015..... 134

Tabela A2.8.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por fatores - 2015..... 135

Tabela A2.8.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por eficiência - 2015 135

Tabela A2.8.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por inovação - 2015..... 136

Tabela A2.9.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2015..... 137

Tabela A2.9.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2015 137

Tabela A2.9.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2015..... 138

Tabela A2.10.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2015..... 139

Tabela A2.10.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2015 139

Tabela A2.10.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2015..... 140

Tabela A2.11.1 - Taxas de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por fatores - 2015..... 141

Tabela A2.11.2 - Taxas de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por eficiência - 2015 141

Tabela A2.11.3 - Taxas de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por inovação - 2015..... 142

Tabela A2.12.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2015..... 143

Tabela A2.12.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2015 143

Tabela A2.12.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2015..... 144

Tabela A2.13.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2015 145

Tabela A2.13.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2015 145

Tabela A2.13.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2015 146

Tabela A2.14.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2015..... 147

Tabela A2.14.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2015 147

Tabela A2.14.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2015..... 148

Tabela A2.15.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2015..... 149

Tabela A2.15.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2015 149

Tabela A2.15.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2015..... 150

Tabela A2.16.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2015..... 151

Tabela A2.16.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2015 151

Tabela A2.16.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2015..... 152

Tabela A2.17.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2015 153

Tabela A2.17.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2015 153

Tabela A2.17.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2015 154

Tabela A2.18.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2015..... 155

Tabela A2.18.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2015 155

Tabela A2.18.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2015..... 156

Tabela A2.19.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2015..... 157

Tabela A2.19.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2015 157

Tabela A2.19.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2015..... 158

Tabela A2.20.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2015..... 159

Tabela A2.20.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2015 159

Tabela A2.20.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2015..... 160

Tabela A2.21.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2015 161

Tabela A2.21.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2015 161

Tabela A2.21.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2015 162

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura I.1 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM 2015	Gráfico 3.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais, segundo gênero - Brasil - 2002:2015.....
22	45
Figura A1.1 - O modelo GEM	Gráfico 3.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos, segundo gênero - Brasil - 2002:2015.....
107	46
Figura A1.2 - O processo empreendedor ..	
..... 108	
Gráfico 1.1 - Taxa de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico - 2015.....	
..... 27	
Gráfico 1.2 - Taxa de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico - 2015	
..... 28	
Gráfico 1.3 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2015.....	
30	
Gráfico 1.4 - Taxas de Empreendedorismo Total, Inicial, Estabelecido e do Produto Interno Bruto (PIB) - Brasil - 2002:2015.....	
..... 30	
Gráfico 1.5 - Taxas de Empreendedorismo Total, do Produto Interno Bruto (PIB) e de Desocupação - Brasil - 2002:2015.....	
31	
Gráfico 1.6 - Taxas de Empreendedorismo Novo e Nascente e do Produto Interno Bruto (PIB) - Brasil - 2002:2015.....	
31	
Gráfico 1.7 - Taxa de oportunidade como % TEA dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico - 2015	
32	
Gráfico 1.8 - Taxa de Crescimento do PIB, de Desocupação e Empreendedorismo por Oportunidade e por Necessidade como proporção da Taxa de Empreendedorismo Inicial - 2002:2015.....	
33	
Gráfico 1.9 - Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2010:2015.....	
34	

AGRADECIMENTOS

Novamente, como tendência presente ao longo dos últimos anos, o povo brasileiro vem demonstrando sua inclinação e vontade em empreender. Seja no empreendedorismo por oportunidade, quando a economia está favorável ou por necessidade, quando o cenário econômico é desfavorável, e empreender passa a ser uma opção relevante.

Devemos, portanto, fazer um justo reconhecimento à energia empreendedora. A energia que não cansa, que não cessa, e que faz o Brasil ultrapassar as barreiras e continuar prosperando. Passa, pelas mãos do empreendedor, a força de recuperação econômica de nosso país.

Este empreendedor luta, dia após dia, com a seguinte realidade: O Brasil ocupa a 116ª posição no ranking de facilidade para fazer negócios (de um total de 189 posições) do Banco Mundial. Mas, não somente isso. Para obter um simples Alvará, por exemplo, o empreendedor luta na 169ª posição (de 189). Para obter crédito, que é um dos mais elevados do mundo, ele batalha na posição 97ª (das mesmas 189). Não temos super-heróis de histórias em quadrinhos e cinema brasileiros, como os da Marvel/Disney. Nosso verdadeiro herói é o empreendedor brasileiro. Nosso super-herói!

Do suor do empreendedor é que se construirá um novo modelo de crescimento para nosso país. Será fundamental qualificar os negócios, para que possam competir em escala global. Mesmo que a decisão seja ter um negócio somente na sua rua ou no bairro, o importante é que este empreendimento – e seu empreendedor – possuam qualidade de classe mundial. Negócios de impacto, de maior valor agregado, são transformadores para um novo Brasil, desenvolvido e inovador.

Aqui no Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP, temos apostado e apoiado uma série de iniciativas empreendedoras de impacto. Estas empresas iniciais, de base tecnológica, de impacto econômico e de alto potencial de escalabilidade de negócio, são conhecidas por *startups*. Na

contramão de uma tendência generalizada, de demissões e reduções produtivas, temos acompanhado o avanço destas *startups*, que não esmorecem frente às adversidades e mantêm o otimismo e crescimento. Muitas delas inclusive seguem ampliando a contratação de novos talentos para sua operação.

Considerando a capilaridade e a força do SEBRAE em todo território nacional, é fundamental que este continue a emprestar todo o apoio aos empreendedores iniciais, levando em consideração as peculiaridades dos novos negócios, que exigem dos consultores de negócios, um novo modelo mental, mais aberto, dinâmico e com inovação vibrante.

Finalizando, reiteramos que os dados apontados pela pesquisa GEM 2015, remetem à admirável resiliência do empreendedor brasileiro, que tem reduzido suas expectativas nas esferas de governo, que operam em velocidade precária, com alto custo administrativo da máquina pública e eficiência desejável, e tem dedicado energia inigualável a recuperar e transformar o cenário econômico do nosso país.

Agradecemos a todos que se dispuseram a participar voluntariamente da pesquisa GEM 2015, sejam como entrevistados ou como especialistas no assunto, bem como o importante apoio da UFPR, da CONAJE e da FGV-SP. Um reconhecimento especial ao SEBRAE, por acreditar e apoiar esta importante pesquisa, com metodologia consolidada ao longo dos últimos 15 anos, e que permite um olhar apurado sobre o perfil do empreendedor brasileiro.

Parabéns ao empreendedor brasileiro!

Sandro Nelson Vieira

Diretor Presidente do IBQP

PREFÁCIO

Depois de mais de uma década de monitoramento do empreendedorismo no Brasil, a pesquisa GEM nos mostra que este tema continua como um dos mais relevantes no cenário econômico e social do nosso país.

Segundo a pesquisa, em 2015, atingimos a maior taxa de empreendedorismo da série histórica. Em cada dez brasileiros, entre 18 e 64 anos, quase quatro possuem um negócio ou realizaram alguma ação, no último ano, visando criar um negócio. Atingimos também outros dois recordes de toda a série histórica da pesquisa realizada no país: a maior Taxa de Empreendedores Iniciais; e a maior Taxa de Empreendedores Estabelecidos.

Além disso, ter o próprio negócio é o quarto principal sonho dos brasileiros, atrás apenas do sonho de viajar pelo Brasil, comprar a casa própria e comprar um automóvel, revela o GEM.

Nos últimos anos, a qualidade do empreendedorismo brasileiro melhorou muito e esses avanços são refletidos nos dados do GEM. O amplo acesso às informações sobre negócios, o papel das organizações de apoio na capacitação, políticas públicas adotadas nos últimos anos, tais como os aprimoramentos do Simples e a criação do Microempreendedor Individual (MEI), são algumas das conquistas que explicam isso.

O empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico. Por exemplo, em 2015, aumentou a taxa de no-

vos empreendedores por necessidade. Vale observar que nos períodos de bonança, os pequenos negócios se destacam pela criação acelerada de novos empreendimentos. E, no período de crise, os pequenos negócios funcionam como um importante alternativa, já que, para mais pessoas, abrir seu próprio negócio se torna uma opção real de trabalho e renda.

Assim, aumenta a responsabilidade do Sebrae, instituição que trabalha há mais de 40 anos pelo fomento ao empreendedorismo no Brasil e desenvolvimento das micro e pequenas empresas, em promover a criação de um ambiente favorável aos novos empreendimentos.

Desburocratizar a abertura e o fechamento das empresas e a criação de linhas de crédito a juros acessíveis para os empresários são prioridades nesse processo de amadurecimento do empreendedorismo nacional. Temos que reduzir a complexidade da legislação brasileira, ampliar a difusão da educação empreendedora, nos níveis básico, fundamental e técnico nas instituições de ensino.

Precisamos facilitar a vida de quem empreende e quer empreender. Quanto mais crédito e menos tempo o empresário perde com entraves burocráticos, mais ele pode se dedicar ao seu negócio, o que gera mais empregos e bem estar na sociedade.

Guilherme Afif Domingos
Diretor Presidente do SEBRAE

INTRODUÇÃO

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e apoio técnico do FGV Cenn – Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas, apresenta os resultados do *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM para o ano de 2015. A pesquisa GEM iniciou-se em 1999, fruto de uma parceria entre a Babson-College e a London Business School e, atualmente, é a mais abrangente pesquisa anual sobre atividade empreendedora no mundo, que explora o papel do empreendedorismo no desenvolvimento social e econômico.

Em 2015 participaram da pesquisa GEM 62 países dos cinco continentes, que representam 70% da população e 83% do PIB mundial. Em cada país, equipes nacionais analisam os dados de amostras estatisticamente representativas da população, com o objetivo de identificar as atitudes da população em relação à atividade empreendedora, as taxas de empreendedorismo, as motivações e as características dos empreendedores e de seus empreendimentos. Os dados coletados em nível nacional são analisados por uma equipe mundial com o objetivo de garantir a qualidade e harmonização das informações e facilitar a comparação entre países.

A pesquisa GEM possui importantes diferenciais em relação a outros estudos sobre empreendedorismo. O levantamento de dados por meio de fontes primárias com foco no indivíduo e não em empresas permite identificar como as pessoas participam do processo empreendedor em todas as suas fases. Além disso, ao contrário de pesquisas que utilizam informações a partir do registro formal de empresas, a pesquisa GEM utiliza um conceito amplo de empre-

endedor, que permite obter informações a respeito do empreendedorismo formal e informal, além das atividades relacionadas à criação de novos negócios. Nesse sentido, o conceito de empreendedorismo que referencia o GEM é o seguinte:

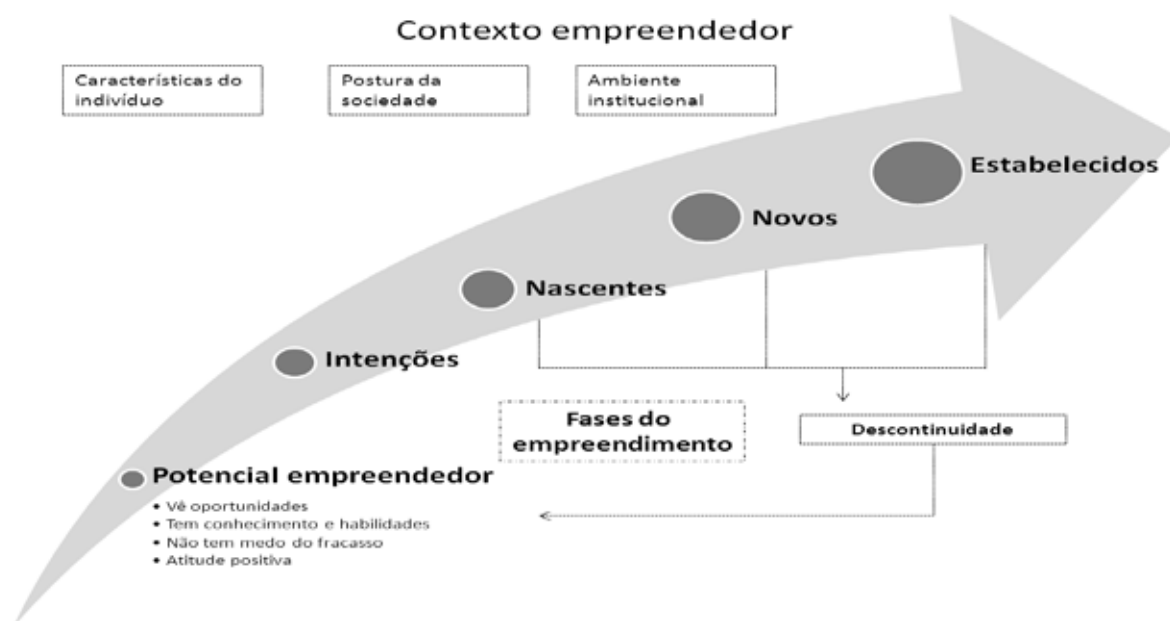
“... qualquer tentativa de criação e desenvolvimento de novos negócios ou criação de novas empresas, como o trabalho por conta própria, uma nova organização empresarial, ou a expansão de uma empresa já existente, por um indivíduo, uma equipe de pessoas, ou um negócio estabelecido”¹

O Brasil participa do GEM desde o ano 2000 e a pesquisa tem sido aperfeiçoada constantemente com a introdução de novos temas, novas variáveis, novos indicadores, maior participação de especialistas, entre outros. O GEM analisa o empreendedorismo segundo etapas do processo empreendedor, que começa com a intenção dos indivíduos em iniciar um negócio, prossegue até a criação do empreendimento, passa pelas fases iniciais de seu desenvolvimento (nascentes e novos) e termina até o empreendimento ser considerado como estabelecido (Figura I.1).

A pesquisa GEM utiliza medidas estatísticas que possibilitam conclusões sobre a intensidade da atividade empreendedora em cada país, assim como as características dos empreendedores e dos empreendimentos, com o intuito de informar estratégias de políticas públicas voltadas para o fomento do empreendedorismo em cada país.

¹ Reynolds et al., 1999, p. 3

Figura I.1 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM 2015



Como pode ser observado no Quadro 1.1, a pesquisa GEM, visando análises comparativas, utiliza a classificação de países, conforme estabelecida pelo Fórum Econômico Mundial – WEF (*Global Competitiveness Report*), com base no tamanho do PIB, renda per capita e quota de exportação de produtos primários, conforme a seguir:

- Países impulsionados por fatores – são caracterizados pela predominância de atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais;
- Países impulsionados pela eficiência – são caracterizados pelo avanço da industrialização e ganhos em escala, com predominância de organizações intensivas em capital;
- Países impulsionados pela inovação – são caracterizados por empreendimentos intensivos em conhecimento e pela expansão e modernização do setor de serviços.

O Brasil é classificado no grupo de países impulsionados pela eficiência. Com o objetivo de permitir a comparação da situação do Brasil com a de países participantes do GEM, a equipe nacional selecionou seis países de referência, representativos desses três grupos. Entre os países impulsionados pela inovação, foram selecionados Estados Unidos e Alemanha; pela eficiência, a África do Sul, a China e México, por fatores, a Índia. Além de incluir componentes do grupo dos BRICs, essa seleção levou em consideração a relevância mundial e a existência de diferenças culturais, além dos seguintes critérios:

- População acima de 50 milhões de habitantes;
- Países classificados nos diferentes estágios de desenvolvimento econômico;
- PIB com ordem de grandeza similar ou superior ao do Brasil;
- Países localizados em diferentes continentes.

Quadro I.1 – Classificação dos países participantes no GEM 2015 segundo a fase do desenvolvimento econômico¹ – 2015

Continente	Países impulsionados por fatores (10)	Países impulsionados pela eficiência (29)	Países impulsionados pela inovação (23)
África	Botswana ² , Burkina Faso, Camarões, Egito, Senegal, Tunísia	África do Sul , Marrocos	
Asia & Oceania	Filipinas ² , Índia , Irã ² , Vietnã ²	China , Indonésia, Casaquistão ² , Líbano ³ , Malásia ³ , Tailândia, Turquia	Austrália, Coréia, Israel, Japão, Taiwan
América Latina & Caribe		Argentina ³ , Barbados ³ , Brasil ³ , Chile ³ , Colômbia, Equador, Guatemala, México ³ , Panamá ³ , Peru, Porto Rico, Uruguai ³	
Europa		Bulgária, Croácia ³ , Estônia, Hungria ³ , Letônia ³ , Macedônia, Polônia, Romênia ³	Alemanha , Bélgica, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Finlândia, Grécia, Holanda, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Noruega, Portugal, Reino Unido, Suécia, Suíça
América do Norte			Canadá, Estados Unidos

Fonte: GEM 2015

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

²In transition to efficiency-driven economies

³In transition to innovation-driven economies

No Brasil, a pesquisa com a população adulta consistiu em um levantamento domiciliar conduzido junto a uma amostra de indivíduos de 18 a 64 anos. Em 2015 foram entrevistados 2000 indivíduos residentes, a respeito de suas atitudes, atividades empreendedoras e aspirações individuais. Os resultados possuem 95% de confiança, com margem de erro de 2%. Para a segunda parte do estudo, que visa compreender as condições para se empreender no Brasil, foram obtidos dados qualitativos por meio de entrevistas com 74 especialistas de diversos segmentos da sociedade brasileira, cujas atividades se relacionam de alguma forma à atividade empreendedora do país.

Observou-se nos últimos anos, especialmente entre 2014 e 2015, uma mudança significativa no cenário da economia brasileira. As elevadas taxas de crescimento da economia brasileira, verificadas a partir dos 2003 até 2008, perderam seu ímpeto a partir de 2009. Em 2014, tornou-se cada vez

mais evidente uma desaceleração econômica em decorrência, entre outros fatores, da crise dos mercados internacionais, queda do preço das commodities, das inflexões da política econômica e, mais recentemente, da crise política. Durante o período de prosperidade, a expansão do emprego, o acesso ao crédito e as políticas de distribuição de renda expandiram o mercado interno, estimularam a atividade empreendedora e ampliaram as oportunidades de negócios nas mais diversas áreas. No entanto, a desaceleração recente da economia brasileira vem retraindo o mercado interno de forma que as condições atuais são menos favoráveis ao empreendedorismo por oportunidade.

Esta publicação está estruturada em 8 capítulos. O capítulo 1 apresenta a atividade empreendedora no Brasil e no mundo em 2015, por meio da análise das taxas de empreendedorismo total (TTE), inicial (TEA), e estabelecido (TEE). O capítulo 2 discorre sobre as taxas específicas

de empreendedorismo relativas às diferentes características sociodemográficas da população. O capítulo 3 analisa o perfil sociodemográfico dos empreendedores brasileiros em 2015 e o capítulo 4 discute as características dos empreendimentos incluindo aspectos relacionados à inovação. O capítulo 5 apresenta a procura dos empreendedores por órgãos de apoio no Brasil e

o capítulo 6 a importância dos investidores informais. Por sua vez, o capítulo 7 trata da mentalidade empreendedora da população em relação ao empreendedorismo e dos potenciais empreendedores. Por fim, o capítulo 8 analisa as condições para empreender no Brasil, recorrendo a opiniões e recomendações de especialistas e dos próprios empreendedores.

A black and white photograph of a bee on a flower, with a stylized world map overlay. The map is composed of a grid of dots, with the continents of North and South America clearly visible. The bee is positioned in the lower center, facing the viewer. The flower's petals are visible in the upper left corner. The overall composition is centered and balanced.

CAPÍTULO 1

ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL E NO MUNDO EM 2015

ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL E NO MUNDO EM 2015

Este capítulo analisa as taxas de empreendedorismo da população adulta no Brasil e nos países participantes do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM. As taxas de empreendedorismo representam a porcentagem de empreendedores na população de 18 a 64 anos de cada país possibilitando a análise comparativa sobre a intensidade da atividade empreendedora desses países.

1.1 Atividade empreendedora no Brasil comparada aos países do GEM

O Gráfico 1.1 apresenta as taxas de empreendedorismo inicial (TEA) dos países, agrupados segundo a fase de desenvolvimento: impulsionados por fatores, por eficiência ou pela inovação.

De 2014 a 2015, o Brasil passou do décimo para o oitavo lugar no ranking dos 31 países de economias impulsionadas pela eficiência, com uma TEA de 17,2% em 2014 e 21,0% em 2015. Se comparado aos países

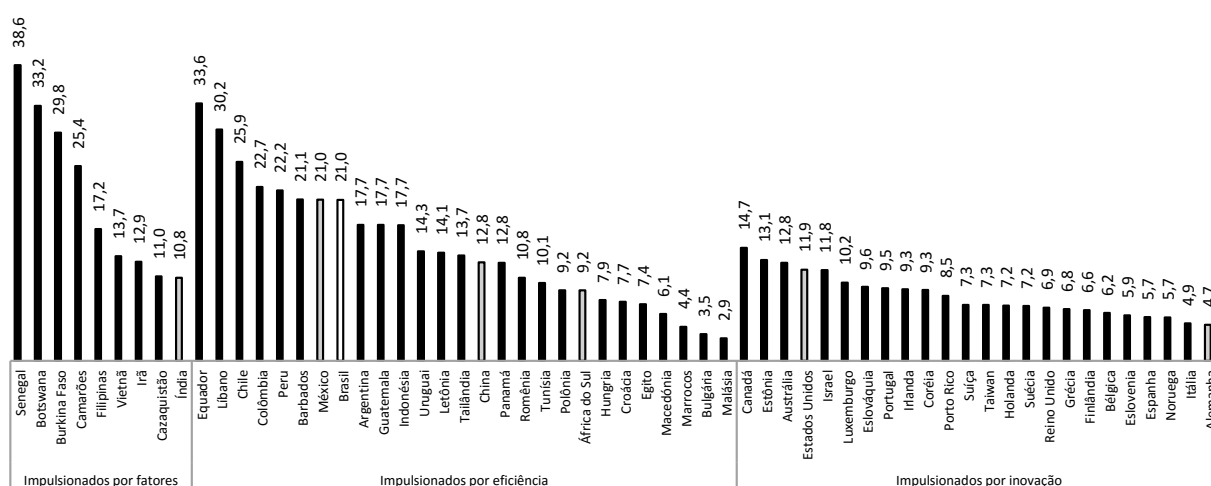
selecionados o Brasil apresenta a TEA mais alta do grupo, superando os países componentes dos BRICS, os Estados Unidos e a Alemanha.

Com relação aos níveis de desenvolvimento, pode-se perceber pelas curvas de distribuição que as taxas mais altas de empreendedorismo inicial concentram-se no grupo de países impulsionados por fatores e as mais baixas no grupo de países impulsionados pela inovação.

Essa constatação é corroborada em recente estudo promovido pelo GEM em parceria com o Fórum Econômico Mundial (2015) no qual foi identificada a existência de correlação negativa entre o nível de desenvolvimento dos países (fatores, eficiência e inovação) e as taxas de empreendedorismo inicial (TEA).

Há várias hipóteses para a explicação desse fato, entre elas a de que em economias mais desenvolvidas existe um número maior de oportunidades de empre-

Gráfico 1.1 - Taxa de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico¹ - 2015



Fonte: GEM 2015

¹ Essa classificação é baseada no relatório de competitividade Global (Global Competitiveness Report) – Publicação do fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela relativa aos bens primários.

gos atraentes do que em economias menos avançadas, o que eleva os custos de oportunidade dos indivíduos que desejam iniciar um negócio. Outra hipótese sugere que nessas economias, as barreiras técnicas e financeiras de iniciar um novo negócio são relativamente mais elevadas. Além disso, os países menos desenvolvidos tendem a apresentar uma elevada taxa de empreendedorismo inicial em função da incipiente demanda de trabalho assalariado vis a vis a uma oferta de trabalho em geral pouco qualificada e expressiva, restando, a uma parcela significativa da população, a alternativa de empreender para sobreviver.

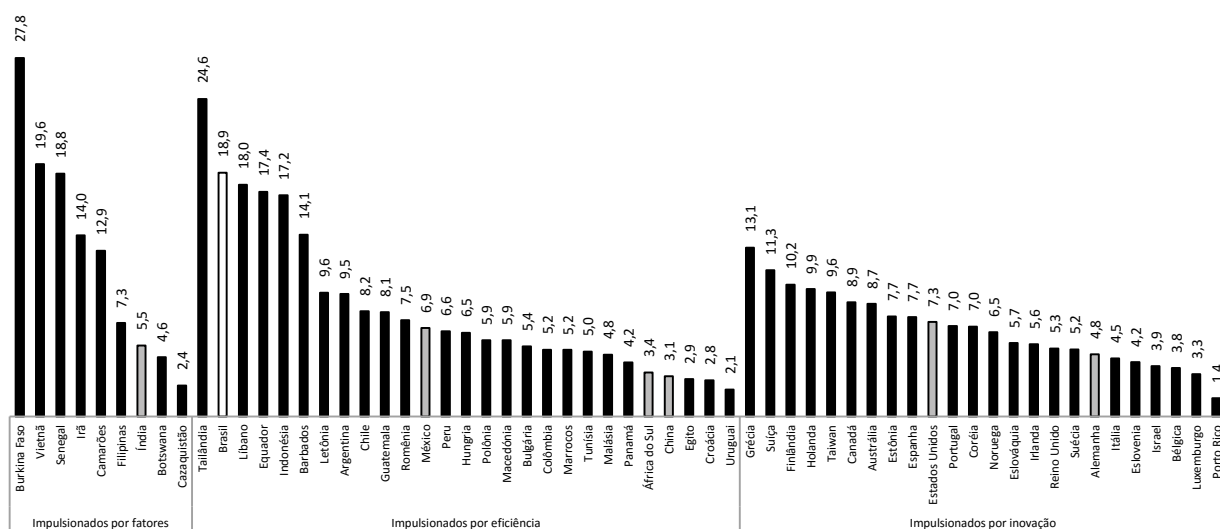
Há, no entanto, países com estágios de desenvolvimento diferentes e TEA similares, o que sugere a existência de outros fatores determinantes da taxa de empreendedorismo além daqueles de natureza estritamente econômica que definem esses estágios (dependência dos fatores trabalho e recursos naturais; industrialização e ganhos em escala; economia intensiva em conhecimento, expansão e modernização do setor de serviços. Em geral, esses deter-

minantes estão relacionados a fatores culturais, sociais e institucionais, específicos de cada país.

O Gráfico 1.2 apresenta as taxas de empreendedorismo estabelecido (TEE) de diferentes países em 2015. No ranking dos 31 países de economias impulsionadas pela eficiência, o Brasil, com uma TEE de 18,9%, apresenta-se na segunda colocação. Considerando os países selecionados, as taxas de empreendedorismo estabelecido do Brasil superam as dos demais países, com diferenças mais significativas do que no empreendedorismo inicial.

Na análise da TEE, é também possível constatar uma correlação negativa entre o estágio de desenvolvimento da economia e as taxas de empreendedorismo estabelecido (TEE). Logicamente, TEAs pequenas levam a baixas TEEs. No entanto, as TEEs de diferentes países com TEAs semelhantes podem apresentar diferenças em função das condições de continuidade (mortalidade ou sobrevivência) dos empreendimentos iniciais.

Gráfico 1.2 - Taxa de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico¹ - 2015



Fonte: GEM 2015

¹ Essa classificação é baseada no relatório de competitividade Global (Global Competitiveness Report) – Publicação do fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela relativa aos bens primários.

1.2 Atividade empreendedora no Brasil em 2015

Nesta seção apresentam-se as taxas gerais de empreendedorismo no Brasil em 2015 e sua evolução desde 2002. Além disso, são demonstrados os dados sobre as motivações dos empreendedores iniciais.

1.2.1 Taxas gerais

No Brasil, em 2015, a TTE alcançou 39,3%, superior à observada em 2014 (34,4%). Nesse contexto, a TEA alcançou 21,0%, ou seja, em cada 100 brasileiros, 21 estão envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio inicial (Tabela 1.1).

De 2014 para 2015, a TEA do Brasil variou de 17,2% para 21,0%. Esse crescimento foi determinado pelo aumento na taxa de empreendedorismo nascente, que

passou de 3,7% em 2014 para 6,7% em 2015. O aumento na taxa de empreendedorismo novo foi pequeno, de 13,8% em 2014 para 14,9% em 2015. Além disso, como será analisado a seguir, o crescimento da taxa de empreendedorismo nascente está relacionado principalmente ao aumento do empreendedorismo por necessidade.

O Gráfico 1.3 apresenta a evolução das taxas de empreendedorismo no período 2002-2015. Desde 2002, verifica-se uma tendência de aumento nas taxas de empreendedorismo, particularmente a partir de 2005. A taxa total aumentou de 21%, em 2002, para 39%, em 2015. As taxas de empreendedorismo inicial e estabelecido também aumentaram, alcançando, em 2015, 21% e 19%, respectivamente.

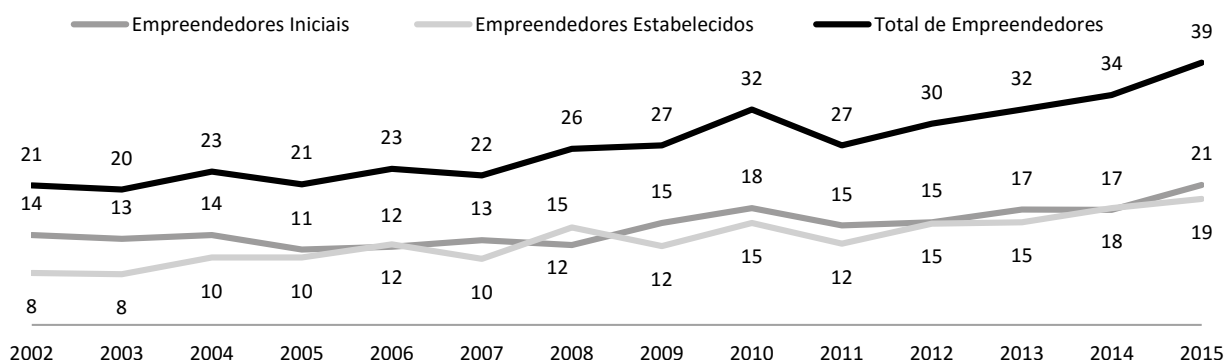
Tabela 1.1 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2015

Estágio	Brasil	
	2014	2015
Iniciais	17,2	21,0
Nascentes	3,7	6,7
Novos	13,8	14,9
Estabelecidos	17,5	18,9
Total de empreendedores	34,4	39,3

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos

Gráfico 1.3 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM Brasil 2015

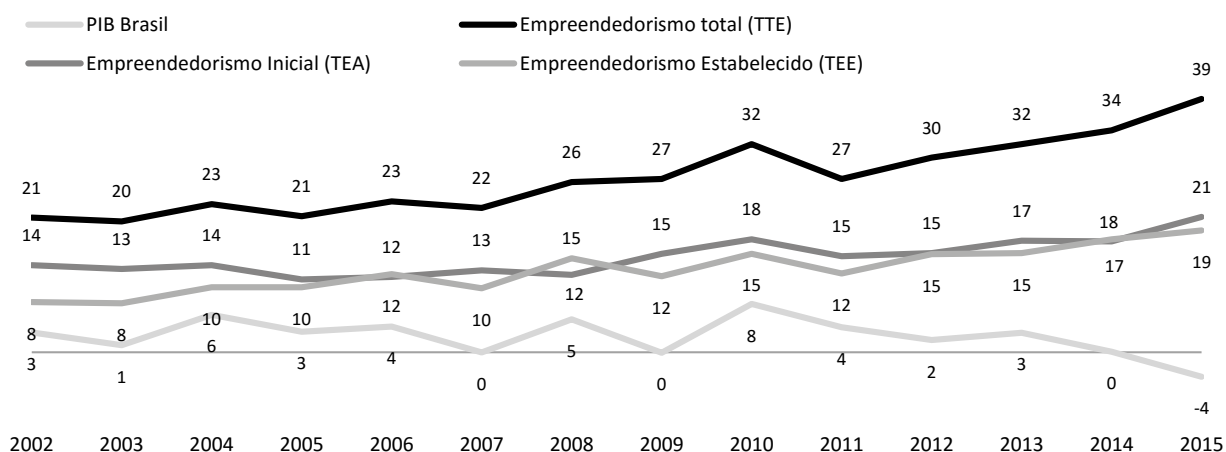
¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

A correlação dessas taxas com a taxa de crescimento do PIB no Brasil pode ser observada no Gráfico 1.4. No período 2002-2015, as taxas de empreendedorismo total, inicial e estabelecido acompanharam a do PIB. Apesar da conjuntura econômica desfavorável dos anos recentes, particularmente a partir de 2014/2015, as taxas de empreendedorismo vêm apresentando resiliência.

Esse comportamento foi determinado pelo dinamismo do mercado interno, haja vista a taxa de desocupação apresentar, no período, uma tendência de queda até

2014. Um maior nível de emprego tende a implicar em maior massa de rendimentos, de dispêndios, de crédito ao consumo, o que, associado a políticas públicas de renda (aumento real do salário mínimo, bolsa família, etc.), amplia os espaços de mercado para novos negócios (Gráfico 1.5). Aparentemente, durante o período de maior expansão da economia (2002-2013), o empreendedorismo total cresceu puxado pela sua componente por oportunidade, indicando ser esta componente pró-cíclica, no caso brasileiro. No período de retração da economia (2014 e 2015), o empreendedo-

Gráfico 1.4 - Taxas de Empreendedorismo Total, Inicial, Estabelecido e do Produto Interno Bruto (PIB) - Brasil - 2002:2015



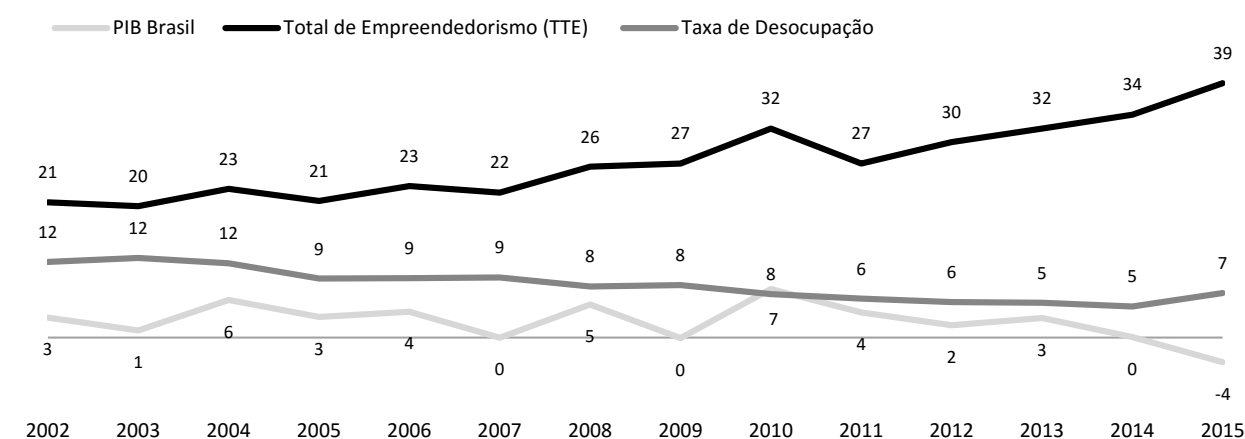
Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

rismo total continuou crescendo, porém, agora puxado pela sua componente por necessidade, indicando ser esta componente anticíclica. Isto pode ser um indicativo de que o empreendedorismo no Brasil pode estar assumindo um comportamento mais independente do nível de atividade econômica, talvez sendo mais fortemente influenciado, na última década, por outros fatores estruturais que também estão em processo de mudança, tais como: o aumento do nível de escolaridade dos brasileiros; a redução

da burocracia e do peso dos impostos, particularmente no caso dos negócios mais simples e de menor escala de faturamento (a exemplo da criação do MEI); ou até mudanças estruturais na sociedade, agora, cada vez mais propensa à atividade empreendedora.

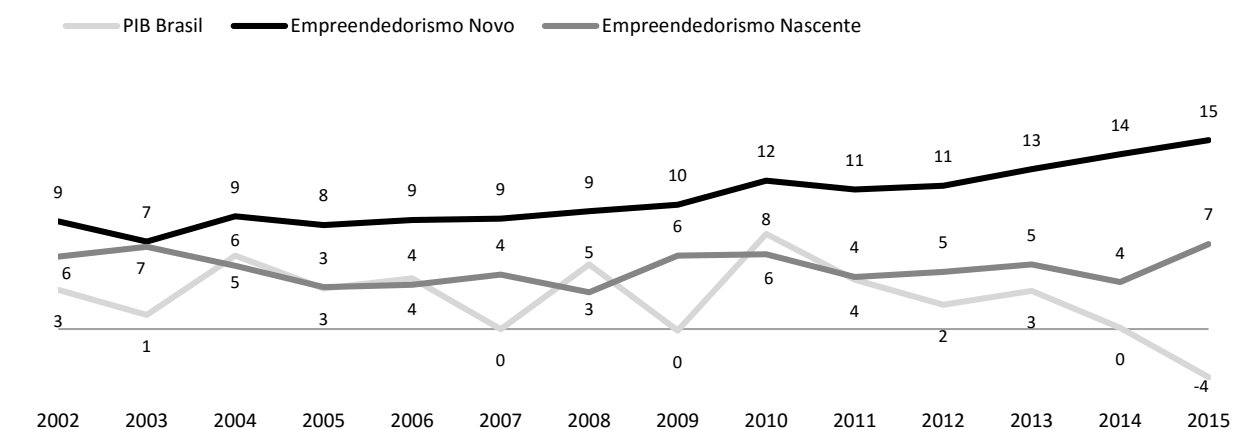
Nesse contexto, a resiliência da taxa de empreendedorismo inicial decorreu da sustentação das taxas de empreendedorismo novo e nascente (Gráfico 1.6).

Gráfico 1.5 - Taxas de Empreendedorismo Total, do Produto Interno Bruto (PIB) e de Desocupação - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

Gráfico 1.6 - Taxas de Empreendedorismo Novo e Nascente e do Produto Interno Bruto (PIB) - Brasil - 2002:2015



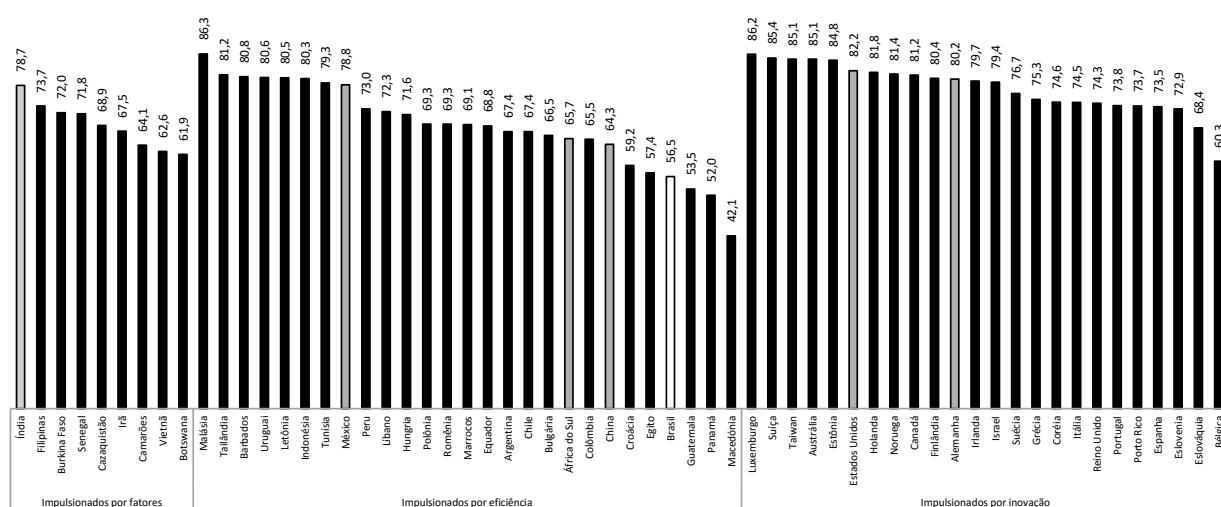
Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

1.3 Motivação dos empreendedores iniciais

A motivação dos empreendedores iniciais pode ser a necessidade ou a oportunidade. Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, abrindo um negócio com a finalidade de gerar rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de suas famílias. Os empreendedores por oportunidade identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda. Assim, é possível decompor a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) em duas taxas: a Taxa de Empreendedores por Necessidade e a Taxa de Empreendedores por Oportunidade.

No gráfico 1.7 fica evidenciado que a proporção de empreendedores por oportunidade é mais alta nos grupos de países com maior nível de desenvolvimento econômico. Países com baixo PIB per capita, pouco dinâmicos e onde a oferta de empregos assalariados é incipiente tendem a apresentar uma elevada Taxa de Empreendedorismo Inicial por necessidade. Países com mercados internos diversificados e dinâmicos, onde a oferta de empregos assalariados é expressiva e/ou que contam com uma rede de proteção social (seguro-desemprego, sistema de previdência social, etc.) fortemente estruturada e/ou com maior potencial de inovação de bens e serviços tendem a apresentar Taxas de Empreendedorismo Inicial por Oportunidade relativamente mais altas.

Gráfico 1.7 - Taxa de oportunidade como % TEA dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico¹ - 2015



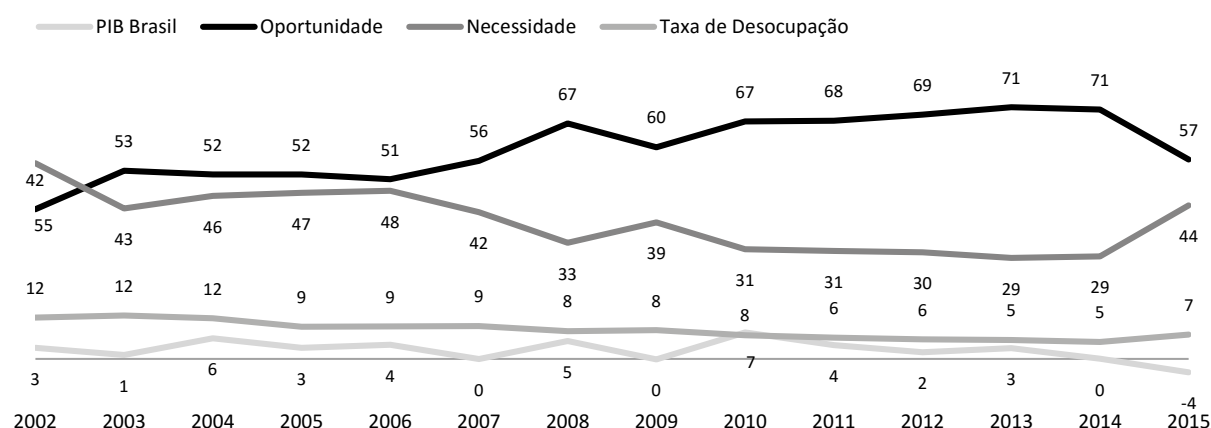
Fonte: GEM 2015

¹ Essa classificação é baseada no relatório de competitividade Global (Global Competitiveness Report) – Publicação do fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela relativa aos bens primários.

O Gráfico 1.8 apresenta o comportamento da proporção de empreendedores iniciais por oportunidade e necessidade no Brasil, no período 2002-2015. Observa-se uma tendência de aumento até 2014, com uma forte inflexão em 2015, quando se acentuou a retração da economia brasileira, ao ponto de tornar a taxa de crescimento do PIB fortemente negativa (-3,8%). A taxa de desocupação aumentou, de 4,8%, em 2014,

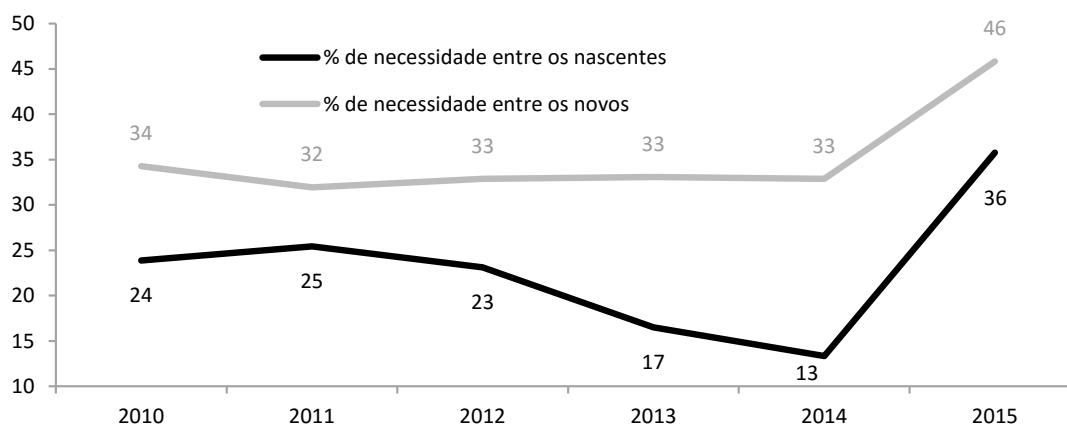
para 6,9%, em 2015. Nesse contexto, dado o baixo dinamismo do mercado interno e uma parcela maior de desocupados na população, a proporção dos empreendedores iniciais por oportunidade diminuiu de 70,6%, em 2014, para 56,5%, em 2015, e a proporção dos empreendedores por necessidade aumentou de 29,1% para 43,5%, respectivamente.

Gráfico 1.8 - Taxa de Crescimento do PIB, de Desocupação e Taxas de Empreendedorismo por Oportunidade e por Necessidade como proporção da Taxa de Empreendedorismo Inicial - 2002:2015



Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

Gráfico 1.9 - Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2010:2015



Fonte: GEM Brasil 2015

Observa-se também que a proporção de empreendedores por necessidade aumentou, em 2015, não só entre os nascentes, mas também entre os novos (Gráfico 1.9).

Neste contexto, é possível afirmar que:

a) O aumento da taxa de empreendedorismo total no Brasil de 34,4%, em 2014, para 39,3%, em 2015, foi relativamente expressivo (Tabela 1.1);

b) O aumento dessa taxa foi determinado principalmente pelo crescimento da taxa de empreendedorismo inicial, de 17,2%, em 2014, para 21,0%, em 2015; e

c) Esse aumento da taxa de empreendedorismo inicial decorreu principalmente do crescimento do empreendedorismo por necessidade.

A black and white photograph of a bee on a flower, with a faint world map overlay in the background. The bee is positioned in the lower center, facing the viewer. The flower is at the top, and the world map is a large, light-colored graphic that covers most of the page. The text is overlaid on the map and flower.

CAPÍTULO 2

TAXAS ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORISMO NO MUNDO E NO BRASIL EM 2015

TAXAS ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORISMO NO MUNDO E NO BRASIL EM 2015

As taxas específicas de empreendedorismo se referem à proporção de indivíduos classificados como empreendedores em segmentos da população de 18 a 64 anos. Esses segmentos são subdivisões da população segundo características sociodemográficas relativas a gênero, idade, faixas etárias, níveis de escolaridade e faixas de renda.

Este capítulo, portanto, segmenta as taxas analisadas no Capítulo 1, que se referem ao total da população de 18 a 64 anos, e permite a diferenciação da intensidade da atividade empreendedora em cada estrato da população, assim como a influência de cada um desses estratos para a formação da TEA e da TEE. As informações resultantes fornecem elementos para definir estratégias de políticas de estímulo e apoio ao empreendedorismo, direcionadas a cada um desses estratos.

2.1 Gênero

Uma das características marcantes do empreendedorismo brasileiro é a igualdade de gênero. Conforme se verifica na Tabela 2.1, no Brasil, homens (21,7% deles) e mulheres (20,3% delas) são igualmente ativos quanto às taxas específicas de empreendedorismo inicial. Isso coloca o Bra-

sil em destaque entre os países analisados e reforça a importância da contribuição das mulheres na composição da TEA. Neste sentido, programas de incentivo ao empreendedorismo feminino, a exemplo do Programa 10.000 Mulheres da Goldman Sachs, oferecido no Brasil em parceria com a EAESP – FGV/SP, dentre outros, são estratégicos para promoção de condições favoráveis ao incremento do empreendedorismo feminino no país.

Do grupo de países selecionados, o México é o que mais se assemelha ao Brasil, onde 23,0% dos homens e 19,2% das mulheres são empreendedores iniciais. Nos demais países, observa-se que a atividade empreendedora inicial é mais forte entre os homens.

Na Índia, onde a desigualdade de gêneros ainda é marcante, a diferença entre essas taxas é expressiva: 13,7% dos homens são empreendedores iniciais, contra apenas 7,9% das mulheres.

Na Alemanha ou Estados Unidos, que possuem economias mais desenvolvidas e onde se pressupõe maior igualdade entre homens e mulheres, o gênero masculino é também mais ativo em termos de atividade empreendedora inicial do que o feminino.

Tabela 2.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados - 2015

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	21,7	20,3	21,0
África do Sul	11,6	7,0	9,2
Alemanha	6,1	3,3	4,7
China	15,3	10,3	12,8
Estados Unidos	14,6	9,2	11,9
Índia	13,7	7,9	10,8
México	23,0	19,2	21,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Tabela 2.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países selecionados - 2015

Países	Masculino	Feminino	TEE
Brasil	21,3	16,6	18,9
África do Sul	3,6	3,2	3,4
Alemanha	6,0	3,7	4,8
China	3,0	3,3	3,1
Estados Unidos	9,1	5,6	7,3
Índia	7,9	3,0	5,5
México	8,7	5,2	6,9

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

No caso do empreendedorismo estabelecido (Tabela 2.2), nos países em análise, a maior pro - atividade é dos homens. No Brasil, as taxas específicas de empreendedorismo estabelecido segundo o gênero alcançam 21,3% entre os homens e 16,6% entre as mulheres.

De acordo com o Relatório Global do GEM (2016), há predominância de homens na composição da TEE dos países, independentemente do nível de competitividade que sua economia se encontra, a exemplo da Alemanha, dos Estados Unidos e do México.

Por outro lado, na China, as taxas de empreendedorismo estabelecido são de 3,3% entre as mulheres e de 3% entre os homens. Também na África do Sul, verifica-se que 3,2% das mulheres e 3,6% dos homens são empreendedores estabelecidos. Para esses países, é possível afirmar que homens e mulheres são igualmente ativos em termos de empreendedorismo estabelecido. Por outro lado, a Índia é destaque pela desigualdade entre homens e mulheres, são 7,9% de empreendedores estabelecidos entre os homens e apenas 3,0% entre as mulheres.

2.2 Faixa etária

A Tabela 2.3 apresenta as taxas específicas de empreendedorismo inicial segundo faixas etárias dos países selecionados para análise em 2015.

No Brasil, indivíduos na faixa etária dos 25 a 34 anos (26,2%) se destacam pela maior atividade empreendedora em estágio inicial. O mesmo ocorre nos casos da Alemanha (6,3%), da China (17,7%) e do México (26,8%). Já na África do Sul (12,3%), nos Estados Unidos (16,7%) e na Índia (12,2%), os indivíduos mais proativos como empreendedores iniciais apresentam idade relativamente mais avançada, na faixa dos 35 aos 44 anos.

O Brasil apresenta a mais elevada e expressiva taxa de empreendedorismo inicial na população com faixa etária de 18 a 24 anos. Os empreendedores dessa faixa etária podem estar ou não frequentando escolas, qualquer que seja o nível de escolaridade. No entanto, nessa faixa etária (18-24 anos) encontra-se a principal parcela da população de 18 a 64 anos que frequenta cursos superiores e de pós graduação (mestrado e doutorado), além de recém formados. Uma hipótese a ser explorada é até que ponto

essa elevada taxa específica pode estar refletindo um aumento da taxa de empreendedorismo da população que se encontra nesses níveis mais avançados de escolaridade. Nesse sentido, o “Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014: Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes”² apresenta algumas conclusões que corroboram essa hipótese. Esse estudo tem por base uma amostra de 12.561 estudantes, vinculados a Instituições de Ensino Superior de vários Estados e localizadas em todas as regiões do país. Desses estudantes, 78,9% dos respondentes tem até 24 anos, a média etária da amostra é 24 anos e a mediana é 22 anos. Uma das conclusões desse estudo é que um percentual já relativamente expressivo dos respondentes (15,4%) identificou-se “como empreendedores nascentes por responderem positivamente a pergunta ‘você está atualmente tentando começar o seu próprio negócio ou ser seu próprio patrão?’”. Os empreendedores nascentes estão mais presentes na grande área de estudo que agrupa Administração, Economia e Direito (16,7%)”.

Merece ainda destaque a faixa etária de 55 a 64 anos. No Brasil, a taxa específica de empreendedorismo inicial relativa a essa faixa etária, em 2015, foi de 13,2%, significativamente mais baixa do que nas demais faixas. No entanto, não deixa de ser expressiva. Há indicativos de que, no país, o empreendedorismo vem se tornando mais presente na população com maior idade, seja em função do aumento da expectativa de vida, seja em decorrência de aposentadorias precoces e/ou baixos níveis das pensões. Para todos os demais países essa faixa etária possui as mais baixas taxas. Cada vez mais, a clientela de empreendedores de 55 anos ou mais se torna relevante como foco de políticas de apoio ao empreendedorismo.

No que se refere às taxas específicas de empreendedores estabelecidos (Tabela 2.4), indivíduos na faixa etária dos 45 aos 54 anos são os mais ativos no Brasil (31,5%). Em comparação com os países selecionados para a análise, verifica-se que os Estados Unidos (12,0%) segue o mesmo padrão do Brasil, enquanto que os indivíduos

Tabela 2.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países selecionados - 2015

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	TEE
Brasil	20,8	26,2	22,7	17,3	13,2	21,0
África do Sul	6,3	10,9	12,3	8,0	6,8	9,2
Alemanha	4,6	6,3	5,0	5,4	2,0	4,7
China	10,9	17,7	16,3	12,6	5,8	12,8
Estados Unidos	10,2	13,8	16,7	10,6	7,4	11,9
Índia	8,7	11,5	12,2	12,1	9,3	10,8
México	12,7	26,8	25,6	20,2	14,7	21,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

2 GUESSS “é a sigla em Inglês para *Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey*, o que podemos traduzir por levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários. No Brasil, a denominação simplificada que adotamos é Estudo GUESSS Brasil, que significa Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil”. Conforme LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes - Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

na faixa de 35 a 44 anos são os mais ativos na China (4,8%), na Índia (8,0%) e no México (10,9%). Na Alemanha as duas faixas, 35 a 44 e 45 a 54 anos, são as mais ativas, apresentando a mesma taxa de 6,9%. A África do Sul é exceção: os indivíduos mais ativos como empreendedores estabelecidos possuem idade na faixa de 55 a 64 anos.

Tabela 2.4 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países selecionados - 2015

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	TEE
Brasil	4,8	12,2	23,2	31,5	27,9	18,9
África do Sul	0,7	2,2	3,8	5,9	7,1	3,4
Alemanha	0,2	2,3	6,9	6,9	5,2	4,8
China	0,4	1,8	4,8	4,6	3,1	3,1
Estados Unidos	1,1	5,2	6,7	12,0	9,8	7,3
Índia	1,7	5,3	8,0	7,9	6,0	5,5
México	3,1	5,2	10,9	7,6	8,5	6,9

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

Em todos os países a faixa dos 18 a 24 anos concentra os indivíduos menos ativos como empreendedores estabelecidos. No Brasil, a taxa específica de empreendedorismo estabelecido dessa faixa etária se restringe a 4,8%. É de se esperar que os empreendedores estabelecidos pertençam, de maneira geral, a faixas etárias superiores, pois são necessários três anos e dois meses para que um empreendedor novo se torne um empreendedor estabelecido. Há no caso uma correlação positiva entre a idade do indivíduo e o tempo de existência do negócio.

2.3 Escolaridade

De forma a permitir comparações internacionais, o GEM adota quatro faixas de escolaridade, nem sempre coincidentes com as adotadas em cada país: (i) “alguma educação secundária”: primeiro grau completo até o segundo grau incompleto; (ii) “secundário completo”: segundo grau completo até o nível superior incompleto; (iii) “pós-secundário”: níveis superior completo, pós-graduação completo e incompleto, mestrado completo e incompleto e doutorado incompleto; e (iv) nível 4, denominado “doutorado” completo. No entanto, com o objetivo de simplificar a análise e tendo em vista a pequena representatividade dos indivíduos pertencentes à faixa 4 (“doutorado”), optou-se por utilizar apenas as três primeiras faixas de escolaridade.

As taxas específicas de empreendedorismo inicial segundo o nível de escolaridade dos países selecionados para análise

podem ser observadas na Tabela 2.5. No Brasil, os indivíduos com “secundário completo” apresentam a maior taxa específica de empreendedorismo (23,0%). Nos demais países, à exceção da Índia, as taxas mais elevadas são relativas aos indivíduos com nível “pós-secundário”: África do Sul (18,0%), Alemanha (6,5%), China (16,4%), Estados Unidos (13,2%) e México (35,4%).

A taxa específica de empreendedorismo dos indivíduos com nível “pós-secundário” é a mais baixa no Brasil (16,7%), indicando um espaço de intervenção para políticas e programas. Negócios desenvolvidos por indivíduos com maior escolaridade tendem a ser melhor estruturados e, como, em geral, esses indivíduos estão aptos a procurar bons empregos, os seus empreendimentos tendem a ser mais por oportunidade do que necessidade.

Por outro lado, o contrário tende a acontecer no caso dos negócios desenvolvidos por indivíduos com “alguma educação secundária”. Os seus negócios tendem a ser pouco estruturados e mais por necessidade do que oportunidade. E, nesse caso, o Brasil se destaca por uma elevada taxa específica de empreendedorismo (19,8%).

Quanto aos empreendedores estabelecidos, a Tabela 2.6 aponta que, no Brasil, segundo o nível de escolaridade, indivíduos com “alguma escolaridade secundária” apresentam a maior taxa específica (19,9%).

Tabela 2.5 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade² - Países selecionados - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	TEA
Brasil	19,8	23,1	16,7	21,0
África do Sul	7,5	9,2	18,0	9,2
Alemanha	3,4	3,9	6,5	4,7
China	8,7	12,7	16,4	12,8
Estados Unidos	5,4	8,9	13,3	11,9
Índia	8,8	14,5	9,6	10,8
México	18,8	23,2	35,4	21,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto.**Tabela 2.6** - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países selecionados - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	TEE
Brasil	19,9	16,4	11,5	18,9
África do Sul	3,7	3,0	5,8	3,4
Alemanha	2,6	4,6	7,4	4,8
China	3,5	4,4	1,9	3,1
Estados Unidos	8,8	4,7	6,7	7,3
Índia	6,9	7,0	4,1	5,5
México	6,3	6,5	9,6	6,9

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto.

2.4 Renda familiar

A Tabela 2.7 apresenta as taxas específicas de empreendedorismo inicial segundo faixas de renda familiar da população de 18 a 64 anos. Essas faixas são definidas como baixa, intermediária ou alta, conforme percentis da população. Esses percentis são estabelecidos em função da distribuição de renda existente em cada um dos países selecionados para a análise. As faixas de renda correspondentes a esses percentis em cada país tendem a ser diferentes. Por exemplo, os valores correspondentes à faixa de renda

do percentil mais baixo nos Estados Unidos não correspondem aos do mesmo percentil no Brasil.

Assim, no Brasil, no que se refere ao empreendedorismo inicial, os indivíduos que pertencem às faixas intermediária e alta são igualmente proativos, 22,1% e 22,2%, respectivamente. Nos demais países, as taxas específicas de empreendedorismo inicial são mais elevadas na faixa de renda alta: África do Sul (12,2%), Alemanha (7,5%), China (18,6%), Estados Unidos (15,3%), Índia (14,2%) e México (26,0%).

No que se refere às taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (Tabela 2.8), o Brasil acompanha os demais países. Ou seja, a taxa é maior na faixa de renda

alta: Brasil (22,8%), Alemanha (9,7%), China (4,3%), Estados Unidos (11,8%), Índia (9,8%) e México (13,8%).

Tabela 2.7 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior	TEA
Brasil	20,3	22,1	22,2	21,0
África do Sul	7,3	9,0	12,2	9,2
Alemanha	3,6	4,3	7,5	4,7
China	8,6	8,5	18,6	12,8
Estados Unidos	8,6	12,2	15,3	11,9
Índia	8,5	11,7	14,2	10,8
México	18,8	22,7	26,0	21,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Tabela 2.8 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior	TEE
Brasil	16,3	17,4	22,8	18,9
África do Sul	1,6	4,5	4,7	3,4
Alemanha	1,2	4,2	9,7	4,8
China	1,8	2,5	4,3	3,1
Estados Unidos	3,4	5,3	11,8	7,3
Índia	2,6	6,2	9,8	5,5
México	3,6	6,9	13,8	6,9

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

CAPÍTULO 3

COMPOSIÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS



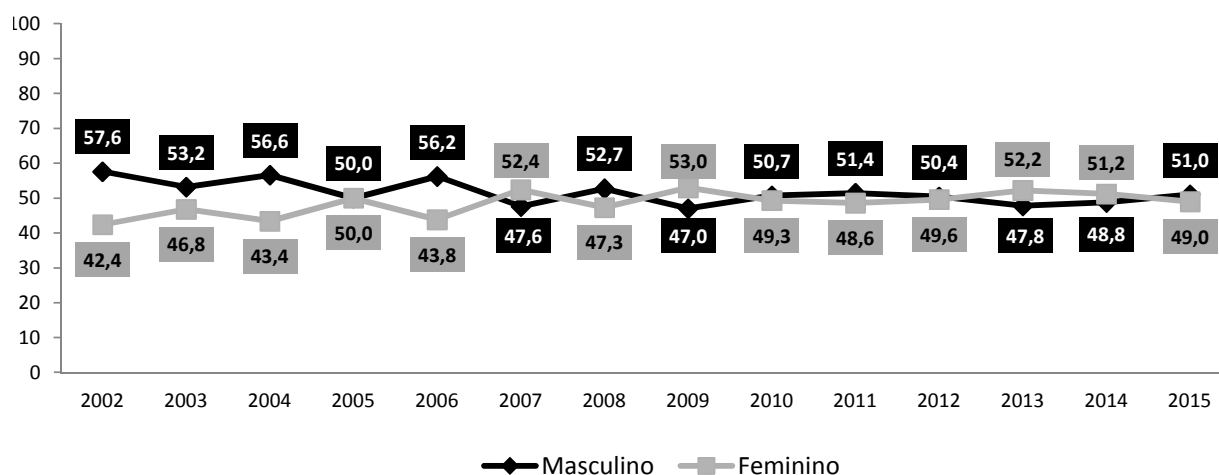
COMPOSIÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS

Este capítulo apresenta o perfil dos empreendedores brasileiros, considerando algumas características sociodemográficas (gênero, faixa etária, nível de escolaridade, etc.). Os dados referem-se à percentagem de empreendedores que apresentam uma determinada característica em relação ao total de empreendedores. Essa percentagem difere da taxa específica de empreendedorismo³, abordada no capítulo 2, tanto no que se refere ao procedimento de cálculo quanto à informação gerada. Os resultados aqui apresentados expressam um retrato dos empreendedores. As estimativas resultantes dessa percentagem permitem quantificar o número de empreendedores segundo cada uma dessas características, o que é relevante para a definição de políticas e programas de políticas de apoio à atividade empreendedora, em particular no que se refere ao conhecimento da escala de sua clientela.

O Gráfico 3.1 apresenta a distribuição percentual dos empreendedores iniciais brasileiros segundo o gênero. Estruturalmente, a importância do empreendedorismo feminino vem crescendo no Brasil. Em 2002, 57,6% dos empreendedores iniciais eram homens e 42,4%, mulheres. Desde 2010, esses percentuais são muito semelhantes, indicando uma maior participação das mulheres no total de empreendedores iniciais.

Esses resultados da Pesquisa GEM são convergentes com os dados do “Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas 2013”, elaborado pelo SEBRAE e DIEESE⁴. Recorrendo aos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, realizada anualmente pelo IBGE, esse estudo constata que, entre 2001 e 2011, a participação das mulheres entre os empregadores cresceu de forma expressiva entre as micro-

Gráfico 3.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais, segundo gênero - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM Brasil 2015

3 As taxas específicas de empreendedorismo se referem à proporção de indivíduos classificados como empreendedores em segmentos da população de 18 a 64 anos. Os segmentos são subdivisões feitas dentro de cada uma das características sociodemográficas de gênero (masculino e feminino), idade (faixas etárias), escolaridade (níveis de escolaridade) e renda (faixas de renda).

4 SEBRAE (Org.). Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas: 2013 / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos socioeconômicos - São Paulo: DIEESE, 2013.

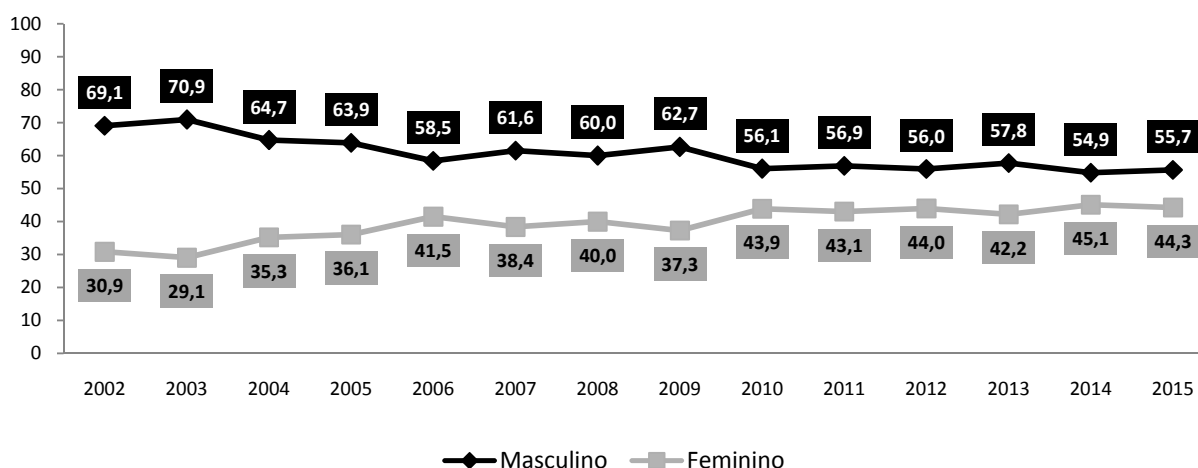
empresas⁵, de 23,6%, em 2001 para 29,1%, em 2011.

A crescente participação das mulheres também pode ser observada no total dos empreendedores estabelecidos (Gráfico 3.2). No entanto, nesse caso, os homens ainda são maioria. Esse resultado carrega a maioria de homens como empreendedores iniciais observada no passado. Em 2015, 55,7% desses empreendedores eram homens.

sejo de ter o seu próprio negócio, ser seu próprio patrão, de fazer o que gosta, de ter liberdade de horário de trabalho ou obter rendimentos superiores aos oferecidos no mercado de trabalho convencional, o jovem brasileiro tem cada vez mais escolhido o empreendedorismo como alternativa real de carreira. Há no país um crescente interesse dos jovens pelo empreendedorismo.

No total dos empreendedores estabelecidos, ou seja, aqueles que administram e são proprietários de um negócio por mais

Gráfico 3.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos, segundo gênero - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM Brasil 2015

Com relação à faixa etária (Tabela 3.1), em 2015, a maior parte dos empreendedores iniciais (57,1%) encontrava-se na faixa etária de 25 a 44 anos. No entanto, é expressiva a percentagem de empreendedores, jovens, na faixa etária de 18 a 24 anos (19,2%). Estudos, como a pesquisa GUESS (2014),⁶ revelam que, seja pelo de-

de 42 meses ou três anos e meio, somente 4,9% são jovens e a grande maioria (58,4%) encontrava-se na faixa etária de 35 a 54 anos.

É importante destacar a expressiva percentagem de indivíduos na faixa etária de 55 a 64 anos, encontrada entre os empreendedores iniciais (8,4%) e, principalmente, entre os estabelecidos (19,6%). Isso indica que a clientela de empreendedores de 55 anos ou mais, pela sua dimensão e especificidades relativas à “terceira idade”, deve merecer atenção especial das políticas de apoio ao empreendedorismo. Essas po-

⁵ Excluídas as empresas relacionadas à atividade agropecuária, o SEBRAE considerou como microempresas no setor industrial aquelas com até 19 pessoas ocupadas. No Comércio e no Serviços, até 9 pessoas ocupadas.

⁶ Conforme LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes - Relatório do Estudo GUESS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINO-

VE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

líticas, voltadas ao empreendedorismo de faixas de idade mais elevadas, tendem a se tornar cada vez mais importantes no Brasil em decorrência de um movimento mais amplo, em curso na sociedade brasileira, onde a taxa de fecundidade vem diminuindo e a expectativa média de vida do brasileiro aumentando, levando a uma “tendência ao ‘envelhecimento’ da sociedade brasileira, tornando a ‘base’ de jovens cada vez menor e, o ‘topo’ de pessoas mais velhas cada vez maior”.⁷

No que se refere à renda familiar (Tabela 3.1) observa-se que as distribuições percentuais dos empreendedores iniciais e dos estabelecidos segundo faixas de renda são semelhantes. A grande maioria dos empreendedores apresentam renda familiar de até 3 salários mínimos: 60,8% entre os iniciais e 54,6%, no total dos estabelecidos. Por outro lado, somente cerca de 3,5% desses empreendedores possuem renda familiar de mais de 9 salário mínimos.

Quanto à escolaridade (Tabela 3.1), uma parcela expressiva dos empreendedores não apresenta qualquer educação formal ou primeiro grau completo (Educ0): 26,0% entre os iniciais e 35,9% no total dos estabelecidos. A maior parcela desses empreendedores possui segundo grau completo ou superior incompleto: 48,8% e 38,5%, respectivamente. E no topo dessas distribuições, somente 6,7% e 5,1% do total dos

empreendedores iniciais e estabelecidos apresentam superior completo ou mais (Educ3+), respectivamente.

Negócios desenvolvidos por indivíduos com maior escolaridade tendem a ser mais bem estruturados e mais por oportunidade do que necessidade. Empreendedores com níveis mais altos de escolaridade não são comuns no país, embora, segundo Flores et al (2008), “o tema do empreendedorismo vem ganhando terreno no nível de estudos de pós-graduação stricto sensu, ao longo do tempo, (...)”.⁸ Merece ser destacado também o avanço nos programas de apoio ao empreendedorismo, particularmente de base tecnológica, onde empreendedores de mais elevada qualificação se fazem presentes e estão a merecer um estudo mais detalhado.

Quanto ao estado civil (Tabela 3.1), é possível afirmar que tanto empreendedores iniciais (37%) quanto estabelecidos (47%) são, na maioria, casados. Além disso, é maior a presença de solteiros entre os empreendedores iniciais (39%) do que entre os estabelecidos (23%).

Por fim, na variável cor (Tabela 3.1), tendo por referência a classificação do IBGE (branca, preta, amarela, parda e indígena), a maioria dos empreendedores, iniciais (52%) e estabelecidos (52,7%), se declara como sendo da cor parda e 38% brancos.

7 Conforme SEBRAE. Os donos de negócio no Brasil: análise por faixa etária (2002-2012). SEBRAE : BRASÍLIA, 2014., p. 10.

8 FLORES, Danusa et. O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação em administração no Brasil. Revista de Negócios, FURB, Blumenau, v13, n. 2, p. 93 – 104, Abril/Junho 2008

Tabela 3.1 - Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas - Brasil - 2015

Características do empreendedor	Brasil 2015		
	TEA	TEE	TTE
Gênero			
Masculino	51,0	55,7	53,3
Feminino	49,0	44,3	46,7
Total	100,0	100,0	100,0
Faixa etária			
18 a 24 anos	19,2	4,9	12,6
25 a 34 anos	32,8	17,0	25,7
35 a 44 anos	24,3	27,6	25,5
45 a 54 anos	15,2	30,8	22,6
55 a 64 anos	8,4	19,6	13,6
Total	100,0	100,0	100,0
Renda familiar			
Até 3 salários mínimos	60,8	54,6	58,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	28,7	36,5	32,1
Mais de 6 até 9 salários mínimos	7,1	5,2	6,2
Mais de 9 salários mínimos	3,4	3,7	3,6
Total	100,0	100,0	100,0
Nível de escolaridade¹			
Educ0	26,0	35,9	30,6
Educ1	18,5	20,4	19,7
Educ2	48,8	38,5	43,7
Educ3+	6,7	5,1	6,0
Total	100,0	100,0	100,0
Estado civil			
Casado	37,0	47,4	41,8
União estável	18,1	16,0	17,3
Divorciado	4,5	9,2	6,8
Solteiro	39,2	22,6	31,1
Viúvo	1,0	4,0	2,4
Outros	0,2	0,8	0,5
Total	100,0	100,0	100,0
Cor			
Branca	38,4	38,0	38,2
Preta	9,4	8,0	8,6
Parda	52,0	52,7	52,4
Outras	0,2	1,3	0,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

CAPÍTULO 4

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS



CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

Neste capítulo o foco de análise refere-se aos empreendimentos e não mais aos empreendedores. Na caracterização dos empreendimentos, são consideradas as variáveis: setor da atividade econômica, inovação, geração de empregos e tipo de cliente.

4.1 Atividades econômicas dos empreendedores

Apesar da atuação em várias áreas, os empreendedores se concentram em poucas atividades econômicas, que variam conforme o estágio do empreendimento, gênero, idade e motivação.

4.1.1 Principais atividades econômicas - Brasil e países selecionados

As tabelas 4.1 e 4.2 apresentam a distribuição percentual dos empreendimentos iniciais e estabelecidos segundo o setor da atividade econômica no Brasil e nos países selecionados para a análise. Foram definidos os seguintes setores de atividades econômicas: extrativo (agricultura, pecuária e indústria extrativa) ou indústria de transformação; e serviços, dividido em serviços orientados para o negócio ou para o consumidor. Os serviços orientados para negócios são aqueles prestados pelo empreendedor a outro empreendedor de sua cadeia produtiva. Os serviços orientados

para o cliente são prestados para o consumidor final ou, no geral, para as famílias. Para identificar a atividade econômica dos empreendedores, a Pesquisa GEM recorreu à Classificação Nacional das Atividades Econômicas - CNAE.

Em 2015, o principal setor de atividade dos empreendimentos brasileiros foi o de serviços orientados para o consumidor final, no qual atuam 50,8% dos empreendedores iniciais e 62,5% dos empreendedores estabelecidos. Este setor é representado por atividades como o comércio varejista, serviços de alimentação e bebidas e cabeleireiros. Serviços dessa natureza requerem, em geral, menores requisitos técnicos, escala e investimentos iniciais. Tendem, portanto, a apresentar também níveis relativamente baixos de produtividade, além de mercados com pequenas barreiras de entrada. No caso dos serviços orientados para o negócio, os percentuais são pouco expressivos, 5,8% e 5,9%, respectivamente.

Merece também destaque o percentual relativamente elevado de empreendimentos em atividades da indústria de transformação: 39,4% e 30,2% dos iniciais e estabelecidos, respectivamente.

Ao contrário do Brasil, nos países impulsionados pela inovação, o percentual de empreendimentos em serviços orientados para o negócio (tanto para empreendi-

Tabela 4.1 - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2015

Países selecionados	Iniciais			
	Setor extrativo	Indústria de transformação	Serviços orientados para negócio	Serviços orientados para o consumidor
Brasil	4,0	39,4	5,8	50,8
África do Sul	1,8	30,5	7,9	59,9
Alemanha	4,2	19,0	30,1	46,7
China	0,0	23,2	7,1	69,6
Estados Unidos	6,7	19,6	39,8	33,9
Índia	21,9	16,4	3,1	58,5
México	5,1	13,4	3,8	77,6

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela 4.2 - Distribuição percentual dos empreendimentos estabelecidos segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2015

Países selecionados	Estabelecidos			
	Setor extrativo	Indústria de transformação	Serviços orientados para negócio	Serviços orientados para o consumidor
Brasil	1,4	30,2	5,9	62,5
África do Sul	7,2	16,7	9,1	67,0
Alemanha	3,9	16,5	26,9	52,7
China	3,4	18,7	8,2	69,8
Estados Unidos	3,0	17,4	32,8	46,8
Índia	42,4	9,0	1,4	47,3
México	1,6	16,4	4,1	77,9

Fonte: GEM Brasil 2015

mentos iniciais como para estabelecidos) é expressivamente mais elevado, como na Alemanha (30,1%) e nos Estados Unidos (39,8%). Os serviços orientados para negócios possuem características distintas dos orientados para o consumidor, pois, em geral, exigem maior escala e regularidade, competências nem sempre presentes no atendimento ao consumidor final.

4.1.2 Tipos de clientes

A Tabela 4.3 apresenta a distribuição percentual dos empreendimentos iniciais e estabelecidos segundo o tipo de cliente: pessoas jurídicas, físicas ou ambos. No Brasil, a grande maioria dos empreendedores iniciais (69,1%) e estabelecidos (66,9%) está voltada para o atendimento de pessoa físicas. Poucos são os empreendedores que possuem somente pessoas jurídicas como clientes.

Esse fato é compatível com o elevado percentual de empreendimentos iniciais e estabelecidos com atividades econômicas de serviços orientados para o consumidor,

conforme análise desenvolvida no tópico anterior.

4.1.3 Principais atividades econômicas segundo o estágio do empreendimento - Brasil

A distribuição percentual das atividades econômicas dos empreendedores iniciais e estabelecidos pode ser observada na Tabela 4.4.

No Brasil, em 2015, os empreendedores iniciais e estabelecidos concentram-se em atividades econômicas similares, a exemplo de “Serviços domésticos”, “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza”, “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”, “Comércio varejista de cosméticos”, “Produtos de perfumaria e de higiene pessoal” e “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada”.

A atividade de “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” é mais relevante entre

Tabela 4.3 - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais e estabelecidos segundo tipos de clientes - Brasil - 2015

Tipos de clientes	Brasil	
	Iniciais	Estabelecidos
Pessoa física	69,1	66,9
Pessoa jurídica	3,5	0,0
Ambos	27,4	33,1

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela 4.4 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos segundo estágio - Brasil - 2015

Atividades			
Descrição Cnae	Iniciais	Descrição Cnae	Estabelecidos
% dos empreendimentos por estágio			
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	11,9	Construção de edifícios	14,9
Serviços domésticos	8,9	Serviços domésticos	8,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	8,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	7,8
Construção de edifícios	7,8	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	4,5
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,5	Obras de acabamento	4,4
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,5	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	4,1
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	3,1	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,9
		Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	3,0
Outras atividades	49,7	Outras Atividades	48,8

Fonte: GEM Brasil 2015

os empreendedores iniciais (11,9%). É possível a hipótese de que esse tipo de atividade apresenta pequenas barreiras de entrada para os empreendedores iniciais, mas de difícil sobrevivência face à grande quantidade de concorrentes, motivo pelo qual não se encontra entre as principais atividades dos empreendedores estabelecidos.

Entre os empreendedores estabelecidos, a maior parte refere-se à “Construção de edifícios” (14,9%). “Obras de acabamentos” também assumem maior relevância no caso desses empreendedores (4,4%). É importante destacar que essas atividades econômicas exigem maior especialização

ou conhecimento técnico, barreiras que restringem a entrada de empreendedores iniciais.

Outro destaque é a categoria de “Serviços domésticos”, onde atuam 8,9% dos empreendedores iniciais e 8,6% dos empreendedores estabelecidos. É importante destacar que, conforme a CNAE, “Serviços domésticos” incluem as atividades em unidades domésticas, tais como: cozinheiros, copeiros, arrumadeiras, motoristas, lavadeiras, passadeiras, babás, jardineiros, governantas, caseiros, cuidador de idosos, dentre outros.

4.1.4 Principais atividades econômicas segundo a motivação do empreendedor - Brasil

Quando analisadas as atividades econômicas segundo a motivação do empreendedor (Tabela 4.5), nota-se que empreendedores iniciais tendem a se concentrar nos mesmos segmentos, em geral de serviços orientados para o consumidor final, independentemente de o fazer por necessidade ou por oportunidade. Nenhuma atividade industrial é indicada como de expressão entre os empreendedores iniciais.

de atividade. Isso significa que, além das condições gerais de dinamismo dos mercados, o ato de empreender depende fundamentalmente das características do empreendedor, a exemplo de competência técnica, tino comercial, visão do negócio, disposição ao risco, disponibilidade de recursos para investimentos e condições de subsistência, dentre outras.

Uma exceção se refere à atividade de “Serviços domésticos”, altamente expressiva dentre os empreendedores motivados pela necessidade (14,0%). Entre os

Tabela 4.5 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos iniciais segundo a motivação - Brasil - 2015

Descrição Cnae	Atividades	
	Oportunidade % dos empreendimentos	Necessidade
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	13,0	Serviços domésticos 14,0
Construção de edifícios	8,0	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas 10,5
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	7,8	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza 10,0
Serviços domésticos	5,2	Construção de edifícios 7,6
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	4,8	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios 6,4
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,0	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal 5,2
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,1	
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,6	
Serviços ambulantes de alimentação	2,5	
Outras atividades	49,0	Outras Atividades 46,3

Fonte: GEM Brasil 2015

Uma das principais constatações que podem ser feitas a partir desse resultado da Pesquisa GEM é que para um grande número de atividades econômicas existe espaço tanto para empreendedores motivados pela necessidade como pela oportunidade. Empreendedores com diferentes motivações convivem nos mesmos segmentos

empreendedores motivados pela oportunidade, esse percentual se restringe a 5,2%. No caso desses empreendedores, algumas atividades são relativamente mais importantes, a exemplo de “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (7,8%) e “Manutenção e reparação de veículos automotores” (3,1%).

4.1.5 Principais atividades econômicas dos empreendedores segundo o gênero - Brasil

Conforme pode ser observado na Tabela 4.6, é possível identificar que, entre os empreendedores iniciais, os homens atuam principalmente na atividade “Construção de edifícios” (15,1%) enquanto as mulheres estão mais presentes nas atividades de “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (16,1%) e “Serviços domésticos” (15,7%). A distribuição percentual das atividades é menos concentrada entre os homens do que entre as mulheres: 27,5% dos homens e 44,6% das mulheres se concentram nas três prin-

cipais atividades econômicas em que se enquadram os seus respectivos negócios.

Entre os empreendedores estabelecidos, 38,1% dos homens se concentram em três atividades econômicas: “Construção de edifícios” (26,7%), “Obras de acabamentos” (7,8%) e “Manutenção e reparação de veículos automotores” (3,6%) - Tabela 4.7. No caso das mulheres, as três principais atividades econômicas respondem por 40,2% do total: “Serviços domésticos” (17,7%), “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (13,9%) e “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (8,6%).

Tabela 4.6 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos iniciais segundo o gênero - Brasil - 2015

Atividades			
Descrição Cnae	Masculino	Descrição Cnae	Feminino
% dos empreendimentos iniciais por gênero			
Construção de edifícios	15,1	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	16,1
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,7	Serviços domésticos	15,7
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	4,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	12,8
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,9	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	8,5
Obras de acabamento	3,1		
Fabricação de móveis com predominância de madeira	3,1		
Serviços ambulantes de alimentação	2,8		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,7		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,4		
Serviços domésticos	2,2		
Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	2,2		
Atividades jurídicas, exceto cartórios	2,1		
Outras atividades	48,0	Outras Atividades	46,9

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela 4.7 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos estabelecidos segundo o gênero - Brasil - 2015

Descrição Cnae	Masculino	Descrição Cnae	Feminino
% dos empreendimentos estabelecidos por gênero			
Construção de edifícios	26,7	Serviços domésticos	17,7
Obras de acabamento	7,8	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	13,9
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,6	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	2,9	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	8,4
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,9	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	6,4
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	2,9		
Transporte rodoviário de carga	2,6		
Serviços ambulantes de alimentação	2,6		
Outras atividades	48,0	Outras Atividades	45,1

Fonte: GEM Brasil 2015

4.1.6 Principais atividades econômicas dos empreendedores segundo a faixa etária – Brasil

Esse tipo de informação é relevante para a formulação de políticas de apoio, pois combina a atividade do empreendimento à idade do empreendedor, duas variáveis relevantes para a definição de estratégias de fomento à atividade empreendedora.

No caso dos empreendedores iniciais (Tabela 4.8), merecem destaque as seguintes observações:

- A proporção de empreendedores com a atividade “Serviços Domésticos” é expressiva nas faixas etárias de 18 a 34 anos (7,9%) e, principalmente, de 35-54 anos (11,7%). Essa atividade não aparece como de maior relevância entre os empreendedores da faixa etária de 55 a 64 anos;
- A atividade “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação

e bebidas” permeia de forma expressiva todas as faixas etárias, com percentuais superiores a 10%;

- A atividade “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” é relativamente mais importante dentre os empreendedores que se encontram na faixa etária de 18 a 34 anos (12,4%);
- “Construção de edifícios” é uma atividade econômica de parcela expressiva dos empreendedores, independentemente da faixa etária. No entanto, “Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração” e “Serviços especializados para a construção não especificados anteriormente” são atividades econômicas relevantes somente na faixa etária de 55 a 64 anos. Em geral, essas atividades exigem maior experiência e/ou competências técnicas;
- A atividade “Serviços ambulantes de alimentação” é expressiva entre os empreendedores da faixa etária de 35 a 54 anos;

Tabela 4.8 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos iniciais segundo a faixa etária - Brasil - 2015

Atividades					
Descrição da Cnae	18-34 anos	Descrição da Cnae	35-54 anos	Descrição da Cnae	55-64 anos
% dos empreendimentos iniciais por faixa etária					
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	12,4	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	12,6	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	14,9
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	10,8	Serviços domésticos	11,7	Construção de edifícios	7,1
Serviços domésticos	7,9	Construção de edifícios	8,6	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,9
Construção de edifícios	7,3	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	7,4	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	6,4
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,9	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,7	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	4,7
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	4,8	Serviços ambulantes de alimentação	4,8	Criação de aves	4,6
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	3,5			Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente; produtos do fumo	4,6
				Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração	4,6
Outras atividades	48,4	Outras atividades	49,2	Outras atividades	46,2

Fonte: GEM Brasil 2015

- Duas atividades econômicas não vinculadas à prestação de serviços, como “Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas” (Indústria de Transformação) e “Criação de aves” (setor extrativo), aparecem como relevantes somente entre os empreendedores de 55 a 64 anos.
- No que se refere às atividades econômicas dos empreendedores estabelecidos (Tabela 4.9), segundo a faixa etária, pode-se destacar o seguinte:
- As atividades “Construção de edifícios” e “Serviços domésticos” permeiam de forma expressiva todas as faixas etárias, com percentuais superiores a 12% e 7%, respectivamente;
- A atividade “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” apresenta-se também como importante em todas as faixas etárias, em particular na faixa de 18 a 34 anos (14,4%);
- “Comércio varejista de cosméticos, pro-

Tabela 4.9 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos estabelecidos segundo a faixa etária - Brasil - 2015

Atividades					
Descrição da Cnae	18-34 anos	Descrição da Cnae	35-54 anos	Descrição da Cnae	55-64 anos
% dos empreendimentos estabelecidos por faixa etária					
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	14,4	Construção de edifícios	15,6	Construção de edifícios	14,9
Construção de edifícios	12,8	Serviços domésticos	9,5	Serviços domésticos	7,1
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	9,5	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,8	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	6,2
Serviços domésticos	7,6	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	5,3	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	5,4
Obras de acabamento	5,6	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	4,5	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,2
		Obras de acabamento	4,3	Serviços ambulantes de alimentação	4,3
		Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,2	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	4,0
		Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente	2,8	Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	3,8
Outras atividades	50,0	Outras atividades	47,9	Outras atividades	49,1

Fonte: GEM Brasil 2015

duto de perfumaria e de higiene pessoal” e “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” são atividades relativamente expressivas entre os empreendedores de 35 a 54 anos; e

- Duas atividades econômicas não vin-

culadas à prestação de serviços, como “Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas” (Indústria de Transformação) e “Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente” aparecem como relevantes somente entre os empreendedores de 55 a 64 anos.

4.2 Aspectos relacionados à inovação dos empreendimentos

Nesta seção são apresentadas as características dos empreendimentos no Brasil e nos países selecionados relativas à inovação.

As Tabelas 4.10 e 4.11 apresentam as características dos empreendimentos iniciais e estabelecidos do Brasil e dos países selecionados segundo aspectos relacionados à inovação: novidade dos produtos

são semelhantes, aproximando-se de 60%. A Índia (72,4%) se destaca com o mais alto percentual de empreendedores iniciais com baixa concorrência.

Ao se tratar da idade da tecnologia, observa-se que, no Brasil, apenas 6,3% dos empreendedores iniciais utiliza tecnologia nova – com menos de cinco anos –, seguido pelo México com 12,6%. A China (33,1%) supera a Alemanha (26,8%) e os Estados Unidos (25,9%). Também nessa caracterís-

Tabela 4.10 - Distribuição percentual¹ dos empreendimentos iniciais com relação às características inovadoras do produto ou serviço - Países selecionados - 2015

Países	Empreendimentos Iniciais			
	Produto/serviço novo para alguns ou para todos	Poucos ou nenhum concorrente	Tecnologia com menos 5 anos	Consumidores no exterior
Brasil	28,4	43,6	6,3	7,6
África do Sul	52,0	52,8	56,9	51,3
Alemanha	48,9	57,7	26,8	56,4
China	71,9	33,0	33,1	31,3
Estados Unidos	47,1	59,3	25,9	84,2
Índia	70,4	72,4	65,7	41,3
México	30,8	39,6	12,6	14,4

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ O parâmetro para cada valor é 100,0

ou serviços; intensidade da concorrência; idade da tecnologia ou processo; e orientação internacional.

É possível constatar na Tabela 4.10 que apenas 28,4% dos empreendedores iniciais brasileiros estão envolvidos com produtos ou serviços novos para o mercado. No caso do México, esse percentual é semelhante ao do Brasil, 30,8%. Com os mais altos percentuais de empreendedores iniciais com produtos ou serviços considerados novos, destacam-se a China (71,9%) e a Índia (70,4%). Na Alemanha e nos Estados Unidos, esse percentual aproxima-se de 50%.

No Brasil, 43,6% dos empreendedores iniciais afirma ter poucos concorrentes, percentual próximo ao do México (39,6%) e superior ao da China (33,0%). Na Alemanha e nos Estados Unidos, esses percentuais,

destacam os empreendedores iniciais da Índia se destacam com 65,7% adotando tecnologias mais novas.

Quanto à orientação internacional, Estados Unidos se destaca com a maioria (84,2%) dos empreendedores iniciais possuindo algum consumidor no exterior. Mesmo nesse caso, a Índia apresenta uma elevado percentual (41,3%), embora menor do que aqueles apresentados pela Alemanha (56,4%) e a África do Sul (51,3%). Brasil e México tiveram as menores proporções, 7,6% e 14,4%, respectivamente.

Conforme pode ser observado na Tabela 4.11, as características dos empreendimentos estabelecidos do Brasil e dos países selecionados segundo aspectos relacionados à inovação não são muito diferentes. No entanto, ao contrário dos empreen-

Tabela 4.11 - Distribuição percentual¹ dos empreendimentos estabelecidos com relação às características inovadoras do produto ou serviço - Países selecionados - 2015

Países	Empreendimentos Estabelecidos			
	Produto/serviço novo para alguns ou para todos	Poucos ou nenhum concorrente	Tecnologia com menos 5 anos	Consumidores no exterior
Brasil	15,8	24,7	1,5	8,4
África do Sul	45,3	36,3	29,5	36,6
Alemanha	24,8	36,1	5,2	50,6
China	80,7	40,5	24,4	34,2
Estados Unidos	29,7	44,1	6,5	84,7
Índia	59,5	57,0	20,9	36,0
México	24,0	30,6	10,0	32,2

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ O parâmetro para cada valor é 100,0

dimentos iniciais, no Brasil, um percentual menor encontra-se envolvido com produtos ou serviços novos para o mercado (15,8%), afirma ter poucos concorrentes (24,7%) e somente 1,5% utiliza tecnologia nova, com menos de cinco anos.

As diferenças observadas entre os países no que diz respeito às características de inovação estão relacionadas a múltiplas variáveis, associadas às especificidades da dinâmica de mercado de cada país, à distribuição de renda vigente, à maior ou menor extensão do consumo de massa e à motivação e potencial de inovação dos empreendedores, dentre outros fatores. Por esse motivo, nem sempre é possível analisar diferenças entre variáveis específicas de cada país sem considerar o contexto de natureza mais sistêmica na qual estão inseridas.

4.3 Aspectos relacionados à criação de empregos

A Tabela 4.12 apresenta a distribuição dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo o número de empregados em 2015. Pode ser observada, nesta tabela a distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo a expectativa de criação empregos nos próximos 5 anos no Brasil e nos países selecionados em 2015. Um percentual muito baixo de empreendimentos brasileiros iniciais (5,6%) e estabelecidos (1,3%) apresentaram uma alta expectativa de criação de empregos, percentuais que são similares aos da Índia (3,1% e 1,4%) e do México (6,2% e 1,7%). Esses percentuais são significativamente mais elevados na China (29,0% e 15,5%) e na África do Sul (18,8% e 13,2%). Nos Estados Unidos é expressivamente maior entre os empreendedores iniciais (25,2%) e menor entre os estabelecidos (6,8%).

Tabela 4.12 - Distribuição percentual dos empreendimentos iniciais e estabelecidos segundo a alta expectativa de emprego¹ - Países selecionados - 2015

Países	Iniciais	Estabelecidos
Alta expectativa de emprego		
Brasil	5,6	1,3
África do Sul	18,8	13,2
Alemanha	15,2	5,0
China	29,0	15,5
Estados Unidos	25,2	6,8
Índia	3,1	1,4
México	6,2	1,7

Fonte: GEM Brasil 2015

¹Empreendedores iniciais que afirmam ter mais de 10 empregados atualmente e expectativa de geração de mais de 50% nos próximos 5 anos.

CAPÍTULO 5

BUSCA DE ORGÃO DE APOIO



5

BUSCA DE ORGÃO DE APOIO

Este capítulo tem como objetivo analisar o comportamento dos empreendedores brasileiros segundo a busca por órgãos de apoio.

Como pode ser observado, em 2015, 14,1% dos empreendedores procuraram algum órgão público ou privado de apoio. Entre esses empreendedores, 66,2% buscaram o SEBRAE. A grande maioria (85,9%) não recorreu a qualquer órgão de apoio, visando a melhoria da gestão ou expansão de seu negócio, mesmo quando este apoio está disponível de forma gratuita em diversos canais de atendimento, seja presencial, por telefone ou por chat online, como é o caso do SEBRAE. O Senac (13,9%) e o Senai (13,8%) são órgãos também demandados pelos empreendedores como fonte de conhecimento e capacitação.

Nesse contexto, fica evidente que a maioria dos empreendedores brasileiros, via de regra, cria e desenvolve seu negócio de forma instintiva, sem explorar as possibilidades de apoio voltadas para aumentar as suas chances de sucesso. Como visto nos capítulos anteriores, o aumento do empreendedorismo por necessidade reforça este estigma e faz com que milhares de indivíduos

iniciem seus empreendimentos sem planejamento ou visão de médio e longo prazo, o que culmina na oferta de produtos e serviços de baixo valor agregado e poucas características relacionadas à inovação. Muitos desses empreendimentos sequer chegam a se formalizar e são vistos pelos empreendedores como uma forma alternativa, muitas vezes passageira, de complementação ou substituição da renda obtida por meio do emprego formal.

A Tabela 5.1 apresenta a distribuição percentual dos empreendedores que buscaram órgãos de apoio segundo características sociodemográficas, o que é útil para orientar políticas públicas e programas governamentais de estímulo e apoio ao empreendedorismo. Informações dessa natureza permitem o direcionamento de esforços, por exemplo, a empreendedores com características similares aos que buscaram órgãos de apoio, mas que por algum motivo não o fizeram. Estas análises também auxiliam os órgãos de apoio existentes a identificar os motivos pelos quais não são procurados pelos empreendedores, de forma a definir estratégias para maior aproximação com seu público-alvo.

Tabela 5.1 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 2015

Órgãos de apoio	Brasil
Procurou algum órgão de apoio	14,1
Principais órgãos de apoio procurados ¹	
SEBRAE	66,2
SENAC	13,9
SENAI	13,8
Outros ²	19,3

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ A soma dessas opções pode não totalizar 100% pelo fato de ocorrerem respostas múltiplas.

² Nessa classificação para o Brasil se enquadram: Associações comerciais, SENAR, SENAT, Sindicatos, Audicope, Banco do Nordeste, CNEI, CREDISOL, FAERJ, FIRJAN, Legião da boa vontade, Prefeituras, PRONATEC, SESI.

Essas informações também permitem identificar segmentos mais vulneráveis e que necessitam de abordagens específicas. Como indicado na Tabela 5.2, empreendedores homens (64,1%) em geral buscam mais apoio do que as mulheres (35,9%). Os empreendedores que mais procuraram órgãos de apoio se encontram na faixa etária de 25 a 34 anos (31,9%), têm renda de 3 a 6 salários mínimos (43,9%) e possuem segundo grau completo ou superior incompleto (53,5%). Mais importante do que identificar os segmentos que buscam órgão de apoio é identificar o perfil dos que não buscam, para que sejam objeto de ações específicas por parte destes órgãos. Os dados apresentados mostram que, comparativamente, os que não buscam órgãos de apoio são compostos pelos seguintes segmentos: as mulheres, os mais velhos, os mais pobres e os que possuem menos escolaridade. Possivelmente isto implica em dois desafios

para estes órgãos. O primeiro, seria selecionar conteúdos cada vez mais sofisticados para atender ao público que já procura estes órgãos, em geral, mais sofisticado. O segundo, seria desenvolver conteúdos cada vez mais simples para atender ao público que ainda não busca estes órgãos, em geral, bem menos sofisticado, assim como adotar estratégias complementares para chegar até estes empreendedores que não buscam apoio.

A Tabela 5.3 apresenta a distribuição percentual dos motivos indicados pelos empreendedores para não buscar órgãos de apoio. Tanto para os empreendedores iniciais quanto para os empreendedores estabelecidos, os principais motivos são a falta de necessidade por parte dos empreendedores (39,7%; 44,8%), a falta de interesse (23,1%; 25,3%) e a de conhecimento (23,0%; 21,1%). A falta de necessidade e a falta de interesse, em conjunto, respondem

Tabela 5.2 - Distribuição percentual dos empreendedores por características sociodemográficas segundo a busca de órgãos de apoio¹ - Brasil - 2015

Características sociodemográficas	Brasil	
	Não buscaram órgãos de apoio	Buscaram órgãos de apoio
Gênero		
Masculino	51,5	64,1
Feminino	48,5	35,9
Faixa etária		
18 a 24 anos	12,2	15,3
25 a 34 anos	24,7	31,9
35 a 44 anos	25,6	25,3
45 a 54 anos	23,1	19,2
55 a 64 anos	14,5	8,2
Renda		
Até 3 salários mínimos	61,7	35,5
Mais de 3 até 6 salários mínimos	30,3	43,9
Mais de 6 até 9 salários mínimos	5,4	11,5
Mais de 9 salários mínimos	2,7	9,2
Escolaridade²		
Educ0	31,9	22,7
Educ1	20,5	14,4
Educ2	42,1	53,5
Educ3+	5,5	9,4

Fonte: GEM Brasil 2015

¹Órgãos de apoio são descritos na tabela 5.1

²Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

por 62,8% desses motivos para os empreendedores iniciais e 70,1% para os estabelecidos. Esse fato evidencia uma das características marcantes do empreendedorismo nacional, a falta de compreensão sobre as dificuldades reais da atividade empreendedora. Seja em função do glamour empreendedor, seja por subestimar os desafios ou por extrema necessidade, o empreendedor brasileiro, em geral, se lança no mercado por conta própria sem que sejam ponderados os custos de oportunidade e os riscos intrínsecos ao empreendedorismo.

Além disso, em função da crescente popularização do empreendedorismo e sua exposição na mídia, cresce no Brasil o fenômeno do empreendedorismo de palco, que tem como principais expoentes indivíduos que abordam o tema de forma motivacional e com fundamento em experiências próprias. Este fenômeno tem incentivado milhares de pessoas a empreender com a crença de que há fórmulas simples para o

sucesso, o que os dados da pesquisa GEM mostram não ser verdade. O contraponto a este fenômeno é o empreendedorismo baseado em evidências, que utiliza pesquisas com fundamentos em métodos de análise de mercado e que permite aos indivíduos uma compreensão mais ampla e holística da complexidade e risco de sua iniciativa empreendedora. Entretanto, o desenvolvimento do empreendedorismo baseado em evidências é lento, exige disciplina e demanda pesquisa e esforço analítico, o que, em geral, não é exatamente o tipo de comportamento que mais agrada aos empreendedores brasileiros. Por outro lado, não se pode negar a importância da abordagem motivacional como estímulo ao empreendedorismo, mas é também necessário que haja consciência de que dicas de sucesso não são suficientes para se empreender, e que a simplificação de uma iniciativa complexa pode induzir potenciais empreendedores a cometer erros em suas estratégias de negócio.

Tabela 5.3 - Distribuição percentual dos motivos indicados para não buscar órgãos de apoio segundo estágio - Brasil - 2015

Motivos pela falta de busca de órgãos	Brasil		
	Iniciais	Estabelecidos	Total
Por falta de conhecimento	23,0	21,1	22,0
Por não ter interesse	23,1	25,3	24,6
Por não ter necessidade	39,7	44,8	42,2
Por falta de tempo	11,2	7,0	9,0
Outro	3,0	1,8	2,2

Fonte: GEM Brasil 2015

CAPÍTULO 6

INVESTIDORES



6

INVESTIDORES

Qualquer novo negócio necessita de recursos, sob a forma de investimento inicial. Além das formas tradicionais de financiamento, como recursos de instituições bancárias e órgãos de fomento, há também os chamados investidores informais, que consistem principalmente em familiares, amigos ou conhecidos que acreditam no empreendedor.

De acordo com a metodologia adotada pelo GEM, não são considerados investidores informais os indivíduos cujos recursos são convertidos em opções de compra de ações ou participantes de fundos de investimento, mas somente aqueles que disponibilizam recursos em troca de um benefício futuro ou que pretendem apenas o reembolso do valor emprestado por parte do empreendedor. Na sigla em inglês são os 3Fs denominados *friends, family and fools*.

Para obter a taxa de investidores informais, a pesquisa GEM identificou o percentual da população adulta que informou ter investido pessoalmente em algum empreendimento iniciado por terceiros nos últimos três anos. A Tabela 6.1 apresenta a taxa de investidores informais em 2015 no Brasil e nos países selecionados para comparação. Observa-se que, em 2015, 1,4% dos brasileiros investiram informalmente em um novo negócio, o menor percentual dentre todos os países. Nos demais países as taxas são consideravelmente maiores,

com destaque para a China (8,7%), México (6,1%) e Estados Unidos, (4,7%).

Importante destacar que o Brasil tem apresentado uma redução no percentual de investidores informais nos últimos anos, em 2013 foram 2,4% e em 2015 apenas 1,4% da população adulta do país. A explicação para o fenômeno está na alta complexidade jurídica existente neste tipo de negociação e na retração dos níveis de atividade econômica e elevadas taxas de juros observadas nos últimos anos, o que reflete na diminuição de capital disponível para investimentos e no aumento do custo do capital. Em períodos de desaceleração da economia, aumenta-se a percepção de diminuição das chances de um novo negócio prosperar, em função da redução geral do consumo e da tendência dos investidores informais em buscar investimentos de menor risco.

Além disso, em virtude de maiores níveis de incerteza que caracterizam historicamente o ambiente institucional brasileiro, atividade empreendedora, em geral, é de alto risco, o que reflete em maiores dificuldades de acesso a linhas de crédito adequadas à necessidade do empreendedor. De qualquer forma, o Brasil possui uma taxa de investidores informais historicamente baixa em comparação aos demais países, mesmo com o desenvolvimento recente de um ecossistema empreendedor mais vibrante.

Tabela 6.1 - Taxas¹ de investidores - Países selecionados - 2014:2015

Países	Taxa de investidores	
	2014	2015
Brasil	1,5	1,4
África do Sul	1,2	1,3
Alemanha	3,3	3,1
China	3,6	8,7
Estados Unidos	4,3	4,7
Índia	1,2	2,2
México	6,8	6,1

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de investidores na população de 18 a 64 anos.

Houve nos últimos anos um crescimento perceptível da indústria de capital de risco no Brasil, disponível nos órgãos de fomento, mas, em geral, direcionados para negócios inovadores, o que não corresponde ao perfil da maior parte dos empreendimentos no país.

Por fim, é importante destacar que, na opinião dos especialistas e de empreendedores, analisadas no capítulo 8, o acesso a recursos financeiros ainda é um dos maiores obstáculos para abertura e manutenção dos negócios no Brasil e, portanto, predomina como fator limitante ao desenvolvimento do empreendedorismo local. De maneira geral, as dificuldades se concentram no excesso de burocracia, necessidade de garantias reais, tempo gasto com o processo de financiamento e a inadequação das linhas de crédito às necessidades dos empreendedores, o que dificulta a obtenção de investimentos formais. Da mesma forma, a instabilidade institucional, a complexidade jurídica e falta de uma cultura que compreenda o risco inerente à atividade empreendedora resulta em baixos níveis de investidores informais.

A análise da Tabela 6.2 permite compreender melhor o perfil dos investidores informais, pois apresenta o valor médio convertido em dólares dos seus investimentos. Verifica-se que nos países impulsionados por inovação, como a Alemanha (US\$ 29,1 mil) e os Estados Unidos (US\$ 37,4 mil), além de possuírem taxas elevadas de investidores informais, o valor dos investimentos é muito superior ao dos demais países, com exceção da China (US\$ 25,6 mil).

Merece destaque o caso do México, que, apesar de possuir uma taxa relativamente elevada de investidores (6,1%), apresenta um valor médio dos investimentos bastante reduzido (US\$ 0,7 mil). Nesse país muitos indivíduos investem pequenas quantidades de recursos.

Importante lembrar que o montante do investimento também está relacionado à característica dos novos negócios e ao seu setor de atividade. De maneira geral, negócios mais simples e sem muita inovação requerem investimentos menores, mas também apresentam menores chances expandir os seus mercados. Na Índia (US\$ 2,3 mil), África do Sul (US\$ 5,2 mil) e no Brasil (US\$ 3,1 mil), que pertencem ao grupo de países impulsionados pela eficiência, os valores médios de investimentos informais são similares e bem inferiores aos dos países impulsionados pela inovação.

A Tabela 6.3 apresenta a distribuição percentual do nível de relacionamento dos investidores informais com o empreendedor. Os resultados obtidos permitem identificar os familiares como a principal fonte de investimento informal no Brasil, correspondendo a 78,4% do total de investidores. Os familiares mais próximos, como cônjuge, irmãos, filhos, pais ou netos, correspondem a 53,4% deste total e algum outro parente 24,9%. Amigos e vizinhos são responsáveis por 19,4% dos investimentos informais.

A realidade brasileira, mais uma vez, evidencia que os investimentos iniciais são, via de regra, realizados por pessoas conhecidas do empreendedor, mais especificamente familiares e amigos. Apenas 2,2%

Tabela 6.2 - Valor médio investido (por investidor) - Países selecionados - 2014:2015

Países	Valor médio investido (mil US\$)	
	2014	2015
Brasil	3,6	3,1
África do Sul	2,1	5,2
Alemanha	42,4	29,1
China	10,7	25,6
Estados Unidos	47,2	37,4
Índia	4,3	2,3
México	0,9	0,7

Fonte: GEM Brasil 2015

dos investidores informais não possuem relações próximas com o empreendedor.

Nesse caso fica evidente a necessidade de proximidade espacial entre o investidor informal e o empreendedor. Esta proximidade pode estar relacionada à dificuldade de consolidação de modalidades

formais de investimento (investimentos anjo e empresas de capital de risco) e a normas culturais que reforçam o parentesco e a amizade como elementos importantes para o tipo de relacionamento que o investimento em um novo negócio requer: uma relação de confiança.

Tabela 6.3 - Distribuição percentual dos investidores segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2015

Nível de relacionamento	Brasil
Familiar próximo (cônjuge, irmão, filho, pais ou neto)	53,4
Algum outro parente	24,9
Um colega de trabalho	0,0
Um amigo ou vizinho	19,4
Um estranho com uma boa ideia	2,2
Outro	0,0

Fonte: GEM Brasil 2015

CAPÍTULO 7

MENTALIDADE EMPREENDEDORA E POTENCIAIS EMPREENDEDORES



MENTALIDADE EMPREENDEDORA E POTENCIAIS EMPREENDEDORES

Neste capítulo são analisados aspectos relacionados à percepção da população brasileira a respeito da atividade empreendedora. Também são apresentados dados sobre quais são os sonhos dos brasileiros e sobre o potencial empreendedor da população, caracterizado pelo percentual de indivíduos que afirmam pretender abrir um novo negócio nos próximos três anos.

A forma como a população avalia a atividade empreendedora está relacionada com aceitação social e com a intenção dos indivíduos em empreender. Os meios de comunicação têm papel importante na promoção do tema e, no Brasil, organizações como Endeavor, o IBQP e o Sebrae atuam junto à sociedade civil e o poder público para o desenvolvimento de uma postura favorável ao empreendedorismo. Mas como indivíduos precisam de condições específicas para empreender, nem sempre o potencial empreendedor resulta na criação de novos negócios. Fatores como o status perante a sociedade, a imagem utilizada pela mídia e o medo de fracassar podem realmente restringir o potencial empreendedor.

O percentual da população adulta no Brasil e dos países selecionados que,

em 2015, afirmou conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos pode ser observado na Tabela 7.1. No Brasil, esse percentual alcançou 51,7%, o maior percentual entre os países selecionados e significativamente mais alto do que em 2014. Isto decorre, em parte, do aumento significativo da TTE observada entre 2014 e 2015. Alemanha (23,6%) e Estados Unidos (29,8%) apresentam os menores percentuais, o que é consistente com as baixas taxas de empreendedorismo inicial vigentes nesses países, conforme analisadas no Capítulo 1.

Por outro lado, no Brasil, o percentual da população adulta que afirma perceber boas oportunidades para começar um novo negócio na região onde vive diminuiu de 55,5% em 2014 para 42,4% em 2015, o que reflete, de forma significativa, a retração da economia brasileira no período, quando a taxa de crescimento do PIB foi negativa (-3,8%) - Tabela 7.2. Dentre os países selecionados para análise, os Estados Unidos (46,6%) e o México (44,7%) apresentam os maiores percentuais e a China, o menor (31,7%). Na África do Sul (40,9%), Alemanha (38,3%) e Índia (37,8%) os percentuais são similares ao do Brasil.

Tabela 7.1 - Mentalidade empreendedora: convivência com empreendedores - Países selecionados - 2015

Países	Afirma conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	
	2014	2015
Brasil	37,7	51,7
África do Sul	29,0	35,0
Alemanha	24,0	23,6
China	56,0	50,4
Estados Unidos	28,8	29,8
Índia	23,1	37,6
México	47,7	47,9

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela 7.2 - Mentalidade empreendedora: oportunidades de novos negócios - Países selecionados - 2015

Países	Afirmando perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	
	2014	2015
Brasil	55,5	42,4
África do Sul	37,0	40,9
Alemanha	37,6	38,3
China	31,9	31,7
Estados Unidos	50,9	46,6
Índia	38,9	37,8
México	48,9	44,7

Fonte: GEM Brasil 2015

A aptidão para empreender, ou seja, o percentual da população adulta brasileira que se julga com o conhecimento, a habilidade e a experiência necessárias para iniciar um novo negócio, alcançou 58,3% , foi superior ao observado em 2014 (50%) e o maior entre os países selecionados para comparação. Este dado reforça as conclusões do Capítulo 5 com relação à busca por órgão de apoio, ou seja, o elevado percentual de empreendedores, que, confiantes no seu próprio potencial, afirmam não necessitar e não ter interesse em procurar esses órgãos. Neste quesito, apenas os Estados Unidos (55,7%) possuem percentuais similares aos do Brasil (Tabela 7.3).

A Tabela 7.4 indica que, em 2015, para 50,5% dos brasileiros o medo de fracassar não impediria de que comesçassem um novo negócio, percentual significativamente menor do que o em 2014 (60,9%), e o menor percentual entre os países selecionados. Isto evidencia um brasileiro mais receoso em se envolver com a criação e desenvolvimento de um novo negócio, sendo essa queda de 2014 para 2015 consistente com a diminuição da proporção daqueles que enxergam oportunidades no ambiente em que atuam, de 55,5% em 2014 para 42,4% em 2015.

Tabela 7.3 - Mentalidade empreendedora: conhecimento, habilidade e experiência - Países selecionados - 2015

Países	Afirmando ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	
	2014	2015
Brasil	50,0	58,3
África do Sul	37,7	45,4
Alemanha	36,4	36,2
China	33,0	27,4
Estados Unidos	53,3	55,7
Índia	36,7	37,8
México	53,5	45,8

Fonte: GEM Brasil 2015

O medo de fracassar em um novo negócio compromete a decisão do indivíduo em iniciar uma atividade empreendedora. Entre os países selecionados para comparação, nota-se que a Alemanha (53,3%) apresenta percentuais similares ao do Brasil (50,5%), enquanto que, nos demais países, esse percentual se aproxima de 70% da população adulta.

mente superior à que sonha em fazer carreira em uma empresa (22,7%).

A distribuição percentual das características sociodemográficas da população adulta segundo os sonhos de ter um próprio negócio ou fazer carreira numa empresa pode ser observada na Tabela 7.6. Quanto ao gênero e à renda familiar, as diferenças não são significativas. No entanto, no que se

Tabela 7.4 - Mentalidade empreendedora: medo de fracassar - Países selecionados - 2015

Países	Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	
	2014	2015
Brasil	60,9	50,5
África do Sul	74,5	67,0
Alemanha	53,6	53,3
China	67,8	62,5
Estados Unidos	67,2	68,5
Índia	64,3	69,2
México	69,7	66,9

Fonte: GEM Brasil 2015

A Tabela 7.5 apresenta a distribuição percentual da população adulta (empreendedores e não empreendedores) segundo os seus sonhos, em 2015. Ter o próprio negócio é o sonho de expressiva parcela de brasileiros (34%), percentual significativa-

refere à idade, uma parcela expressiva dos jovens de 18 a 24 anos têm preferência por fazer carreira em uma empresa (34,9%). Já nas faixas etárias de 35 anos ou mais, esse percentual é menor. Observa-se também um maior percentual de indivíduos inte-

Tabela 7.5 - Percentual¹ da população segundo o sonho - Brasil - 2015

Sonho	2015
Viajar pelo Brasil	48,8
Comprar a casa própria	47,1
Comprar um automóvel	38,4
Ter seu próprio negócio	34,5
Ter plano de saúde	31,2
Ter um diploma de ensino superior	28,8
Viajar para o exterior	28,6
Fazer carreira em uma empresa	22,7
Casar ou constituir uma nova família	14,9
Comprar um computador/tablet/smartphone	8,1
Outro	9,9
Nenhum	3,2

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual da população de 18-64 anos que tem como sonho um ou mais dos itens especificados.

Tabela 7.6 - Características das populações que “sonham ter o próprio negócio” comparadas aos que “sonham fazer carreira numa empresa” - Brasil - 2015

Características do empreendedor	Ter seu próprio negócio	Fazer carreira em uma empresa
Gênero		
Masculino	50,7	48,8
Feminino	49,3	51,2
Faixa etária		
18 a 24 anos	21,8	34,9
25 a 34 anos	32,8	32,8
35 a 44 anos	24,1	20,1
45 a 54 anos	13,9	9,7
55 a 64 anos	7,4	2,5
Renda		
Até 3 salários mínimos	69,6	73,3
Mais de 3 até 6 salários mínimos	25,5	21,8
Mais de 6 até 9 salários mínimos	3,0	3,3
Mais de 9 salários mínimos	1,9	1,6
Escolaridade¹		
Educ0	23,5	14,5
Educ1	21,6	23,1
Educ2	49,6	55,4
Educ3+	5,4	7,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

ressados em ter um próprio negócio nos níveis de menor escolaridade do que interessados em fazer carreira numa empresa. Indivíduos com maior nível de escolaridade tendem a ter maior acesso ao mercado de trabalho ao contrário do que ocorre com indivíduos com baixa escolaridade.

As Tabelas 7.7 e 7.8 apresentam as taxas de potenciais empreendedores no Brasil e nos países selecionados para com-

paração. Esta taxa se refere ao percentual da população de 18 a 64 anos que afirma pretender iniciar um novo negócio nos próximos três anos. Observa-se que a China (23,8%) possui a maior taxa, muito semelhante à do Brasil (23,5%). Nos Estados Unidos (17,1%), México (18,8%), África do Sul (13%) e na Índia (13,4%), essa taxa é significativamente menor. A Alemanha se destaca por apresentar a menor taxa de potenciais empreendedores (9,2%).

Tabela 7.7 - Taxa¹ de potenciais empreendedores² - Países selecionados - 2015

Países	Potenciais empreendedores
Brasil	23,5
África do Sul	13,0
Alemanha	9,2
China	23,8
Estados Unidos	17,1
Índia	13,4
México	18,8

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Pretendem iniciar um novo negócio nos próximos 3 anos (independentemente de possuírem ou não algum negócio em 2015).

Tabela 7.8 - Distribuição dos potenciais empreendedores¹ segundo características sociodemográficas - Brasil - 2015

Características sociodemográficas	Brasil
Gênero	
Masculino	49,5
Feminino	50,5
Faixa etária	
18-24 anos	19,4
25-34 anos	26,3
35-44 anos	22,5
45-54 anos	18,5
55-64 anos	13,3
Nível de escolaridade²	
Educ0	27,8
Educ1	19,4
Educ2	44,4
Educ3+	8,4
Faixa de renda	
Menos de 3 salários mínimos	62,1
3 a 6 salários mínimos	29,6
6 a 9 salários mínimos	5,4
Mais de 9 salários mínimos	3,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Pretendem iniciar um novo negócio nos próximos 3 anos (independentemente de possuírem ou não algum negócio em 2015).

² Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

Com relação às características sociodemográficas dos potenciais empreendedores do Brasil, as diferenças entre homens e mulheres não são significativas (Tabela 7.8). A proporção de potenciais empreendedores jovens, de 18 a 24 anos, é expressiva: 19,4%. No entanto, esses empreendedores se concentram na faixa etária de 25 a 34 anos (26,6%) e possuem segundo grau completo ou superior incompleto – Educ2 (44,4%). Quanto à renda, os potenciais empreendedores fazem parte, em sua grande maioria (62,1%), da menor faixa, de menos de 3 salários mínimos.

Essas características são importantes para a definição de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo. Além disso, destaca-se mais uma vez a igualdade de gênero dos potenciais empreendedores brasileiros, característica que coloca o Brasil em destaque com relação aos demais países e que reforça a importância e o papel das mulheres como empreendedoras e participantes ativas do desenvolvimento econômico e social do país.

A black and white photograph of a bee on a flower, with a stylized world map in the background. The bee is positioned in the lower center, facing the viewer. The flower is in the upper left. The world map is a grid of dots, with the Americas highlighted in a darker shade. The background is a soft-focus image of a flower.

CAPÍTULO 8

CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO PAÍS BRASIL - 2015

CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO PAÍS - BRASIL - 2015

Os diferentes fatores que afetam as condições de empreender um novo negócio em cada país, região ou Estado refletem, em grande medida, as características econômicas, sociais, culturais e institucionais locais.

Nos diferentes países em que é realizada, a Pesquisa GEM, além de sistematizar dados sobre o empreendedorismo da população de 18 a 64 anos com base em pesquisas estatísticas de natureza amostral (Taxa de Empreendedorismo, características sociodemográficas dos empreendedores, características dos empreendimentos, etc.), levanta informações sobre as condições de empreender um negócio. Essas informações são obtidas a partir de avaliações feitas por profissionais cujas atividades estejam de alguma forma relacionadas a aspectos que interferem direta ou indiretamente na atividade empreendedora, como: empresários, acadêmicos, gestores públicos e de instituições de apoio ao empreendedorismo. A seleção desses especialistas é feita segundo uma amostragem intencional, não probabilística. Os resultados contribuem não apenas para compreender a dinâmica empreendedora no país, como também permitem a coleta de recomendações que podem subsidiar iniciativas públicas e privadas para a melhoria das condições para a criação e desenvolvimento de novos negócios.

Na avaliação por parte dos especialistas, o GEM recorre a entrevistas. Cada especialista é solicitado a indicar três condições ou fatores favoráveis e três limitantes ao empreendedorismo no seu país ou Estado e a fazer recomendações que contribuam ao desenvolvimento da atividade. Esses fatores (*Entrepreneurial Framework Condi-*

tions- EFC's) são os seguintes: Apoio Financeiro; Políticas Governamentais; Programas Governamentais; Educação e Capacitação; Pesquisa e Desenvolvimento/Transferência de Tecnologia; Infraestrutura Comercial e Profissional; Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada; Acesso à Infraestrutura Física; Normas Culturais e Sociais; Clima Econômico; e Capacidade Empreendedora (ver Apêndice 1 – Considerações sobre a metodologia).

Os especialistas também são solicitados a avaliar as condições de empreender um novo negócio (EFCs) por meio de uma escala *likert*. Os especialistas atribuíram notas de 1 a 9 a essas condições, segundo a sua maior ou menor negatividade. Ou seja, avaliação muito negativa, nota 1 e, crescentemente menos negativas ou mais positivas, notas de 2 a 9.

Em 2015 a pesquisa foi respondida por especialistas de 62 países. No Brasil, participaram 74 especialistas das diferentes regiões do país.

Além da coleta das opiniões dos especialistas sobre as condições para se empreender, a pesquisa GEM também solicitou aos empreendedores - identificados, em 2015, na pesquisa com a população adulta⁹ - que apontassem os principais aspectos favoráveis e obstáculos para a criação e desenvolvimento de novos negócios no país.

Assim, neste capítulo, são apresentadas, além das opiniões dos especialistas sobre as condições de empreender, as avaliações dos empreendedores sobre as condições para iniciar e manter seus negócios no Brasil.

⁹ A pesquisa com a população adulta é abordada nos capítulos 1 ao 7 deste documento.

8.1 Condições para empreender no Brasil e nos países selecionados para análise, segundo a opinião dos especialistas

A Tabela 8.1 apresenta os principais fatores que favorecem a abertura e manutenção de novos negócios segundo a opinião dos especialistas, no Brasil e nos países selecionados para comparação, em 2015.

No Brasil, o fator favorável mais citado pelos especialistas se refere à Capacidade Empreendedora dos brasileiros (54,1%). Dentre os países selecionados, o Brasil é o que apresenta a maior taxa de empreendedorismo inicial (21,0%), equivalente à do México (ver capítulo 1). No entanto, nesse país, o fator mais indicado como favorável foi a Educação e Capacitação (38,9%).

(36,7%); África do Sul e Estados Unidos, Apoio Financeiro, 47,1% e 45,5%, respectivamente. Nos Estados Unidos, também merece destaque o fator Normas Culturais e Sociais (40,9%).

No que se refere aos principais obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios, no Brasil (Tabela 8.2), os fatores mais destacados pelos especialistas se referem às Políticas Governamentais (54,1%), à Educação e Capacitação (48,6%), aos Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação (33,8%). Na Alemanha, Normas Culturais e Sociais (57,9%), na África do Sul, Políticas Governamentais (61,1%) e, nos demais países, Apoio Financeiro, com destaque para os Estados Unidos (77,3%).

Como pode ser observado, no Brasil, as Políticas Governamentais aparecem,

Tabela 8.1 - Principais fatores que favorecem a abertura e manutenção de novos negócios - Países selecionados - 2015

Principais fatores	Países selecionados						
	Brasil	China	Alemanha	Índia	México	África do Sul	Estados Unidos
Apoio Financeiro	9,5	37,5	36,1	28,6	16,7	47,1	45,5
Políticas Governamentais	18,9	65,6	13,9	14,3	33,3	41,2	9,1
Programas Governamentais	13,5	9,4	83,3	10,2	36,1	14,7	31,8
Educação e Capacitação	14,9	21,9	19,4	36,7	38,9	14,7	31,8
Pesquisa e Desenvolvimento	5,4	3,1	5,6	18,4	33,3	8,8	13,6
Infraestrutura Comercial e Profissional	8,1	9,4	16,7	12,2	5,6	2,9	13,6
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	12,2	31,3	2,8	24,5	0,0	14,7	9,1
Acesso à Infraestrutura Física	2,7	0,0	8,3	6,1	2,8	5,9	0,0
Normas Culturais e Sociais	13,5	21,9	11,1	10,2	19,4	17,6	40,9
Capacidade Empreendedora	54,1	3,1	0,0	20,4	19,4	5,9	22,7
Clima Econômico	10,8	15,6	19,4	32,7	5,6	2,9	4,5
Características da Força de Trabalho	12,2	12,5	2,8	0,0	11,1	26,5	4,5
Composição da População Percebida	5,4	6,3	0,0	4,1	2,8	8,8	4,5
Contexto Político, Institucional e Social	4,1	37,5	2,8	14,3	8,3	5,9	0,0
Crise Internacional	4,1	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	0,0
Corrupção	2,7	0,0	0,0	6,1	0,0	0,0	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	12,2	0,0	0,0	8,2	2,8	5,9	0,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0	0,0
Internacionalização	8,1	3,1	0,0	0,0	2,8	0,0	0,0
Informações	31,1	9,4	5,6	0,0	19,4	5,9	9,1

Fonte: GEM Brasil 2015

Nos demais países os fatores mais relevantes citados como favoráveis pelos especialistas locais foram os seguintes: na China, Políticas Governamentais (65,6%); Alemanha, Programas Governamentais (83,3%); Índia, Educação e Capacitação

de forma expressiva, como fator favorável (18,9%) ou como um obstáculo (54,1%). Os especialistas apontam melhorias nas Políticas Governamentais nos últimos anos, mas consideram que ainda são insuficientes ou inadequadas.

Tabela 8.2 - Principais obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios - Países selecionados - 2015

Principais obstáculos	Países selecionados						
	Brasil	China	Alemanha	Índia	México	África do Sul	Estados Unidos
Apoio Financeiro	28,4	68,8	52,6	50,0	58,3	44,4	77,3
Políticas Governamentais	54,1	37,5	50,0	26,0	36,1	61,1	36,4
Programas Governamentais	1,4	6,3	21,1	14,0	16,7	16,7	4,5
Educação e Capacitação	48,6	28,1	10,5	30,0	19,4	41,7	31,8
Pesquisa e Desenvolvimento	18,9	0,0	5,3	18,0	13,9	2,8	18,2
Infraestrutura Comercial e Profissional	4,1	9,4	0,0	16,0	13,9	5,6	0,0
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	8,1	28,1	2,6	4,0	2,8	13,9	18,2
Acesso à Infraestrutura Física	9,5	0,0	2,6	2,0	2,8	8,3	0,0
Normas Culturais e Sociais	13,5	28,1	57,9	30,0	13,9	13,9	9,1
Capacidade Empreendedora	8,1	25,0	10,5	14,0	13,9	22,2	27,3
Clima Econômico	20,3	0,0	15,8	16,0	13,9	5,6	9,1
Características da Força de Trabalho	4,1	18,8	0,0	2,0	0,0	8,3	0,0
Composição da População Percebida	1,4	0,0	0,0	2,0	2,8	0,0	4,5
Contexto Político, Institucional e Social	8,1	28,1	0,0	24,0	8,3	0,0	4,5
Crise Internacional	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Corrupção	18,9	3,1	0,0	14,0	13,9	8,3	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	4,1	0,0	0,0	8,0	13,9	5,6	0,0
Internacionalização	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	33,8	6,3	2,6	4,0	2,8	19,4	13,6
Informações	4,1	0,0	0,0	0,0	27,8	2,8	0,0

Fonte: GEM Brasil 2015

As médias das notas atribuídas pelos especialistas para questões específicas relacionadas às condições de empreender um novo negócio em cada país podem ser observadas na Tabela 8.3. Em geral, no Brasil, essas médias são inferiores às dos países selecionados para comparação. Além disso, com exceção dos aspectos relativos ao Mercado Interno (Dinamismo/Oportunidades), as médias dessas notas no Brasil, em 2015, foram inferiores a 5,0. No país, as piores

médias foram atribuídas a dois aspectos específicos das Políticas governamentais: Impostos e Tempo de Resposta (2,2%); Educação e Treinamento: Ensino Fundamental e Médio (2,1); e, Transferência e Desenvolvimento de Tecnologia (2,9%). Os Estados Unidos se destacam pelas elevadas médias das notas atribuídas ao Acesso à Infraestrutura Física (7,1) e Normas Sociais e Culturais (6,8).

Tabela 8.3 - Médias das notas atribuídas pelos especialistas para as questões de cada tópico - Países selecionados - 2015

Questões	Países selecionados						
	Brasil	China	Alemanha	Índia	México	África do Sul	Estados Unidos
Suporte Financeiro	3,9	4,9	4,3	5,7	4,0	4,0	5,4
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	3,7	5,8	4,2	5,5	4,8	4,1	4,4
Políticas governamentais: Impostos; Tempo de Resposta	2,2	4,4	3,8	3,9	3,6	3,1	4,6
Programas Governamentais	3,4	4,4	5,6	4,5	5,1	3,0	4,1
Educação e Treinamento - Ensino Fundamental e Médio	2,1	2,6	2,7	4,1	2,6	3,1	3,5
Educação e Treinamento - Ensino Superior e Aperfeiçoamento	3,8	5,0	4,1	5,1	5,4	4,2	4,4
Transferência e Desenvolvimento de Tecnologia	2,9	4,1	4,0	4,3	4,1	3,4	4,2
Infra-estrutura Comercial e Profissional	4,2	4,3	5,8	5,0	4,7	4,9	5,4
Mercado: Interno e Dinamismo/Oportunidade	5,0	7,2	4,5	5,7	5,4	4,5	5,6
Mercado: Maiores barreiras, custos, concorrência, legislação	3,5	4,3	5,2	4,8	3,6	3,9	4,4
Acesso à Infra-estrutura Física	4,7	6,9	6,4	6,1	6,3	5,8	7,1
Normas Sociais e Culturais	3,9	5,0	4,2	5,5	5,0	3,4	6,8

Fonte: GEM Brasil 2015

8.2. Fatores que interferem na atividade empreendedora no Brasil segundo os empreendedores GEM 2015

A Tabela 8.4 indica os principais fatores favoráveis e obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios no Brasil segundo a avaliação dos empreendedores brasileiros, em 2015.

De forma muito expressiva, os empreendedores mencionam dois obstáculos principais: Legislação e impostos (leis e carga tributária), 49,1%; e Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos), 54,4%. Exceto no que se refere a Programas de orientação para abrir ou manter um negócio (8,4%), Formação e capacidade de mão de obra (6,7%) e Serviços de apoio especializados (4,1%), os percentuais relativos aos demais fatores (Fornecimento de água e energia, rede de esgoto e coleta

de resíduos sólidos, Sistema de transporte, Estrutura tecnológica dos meios de comunicação; Mercado dominado por grandes empresas; e Entendimento da população brasileira sobre iniciativas empreendedoras) são pouco significativos.

As opiniões dos empreendedores relativas aos fatores favoráveis não são tão concentradas ou marcantes como as que se referem aos obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios. Dentre os fatores mais citados como favoráveis, merecem destaque os seguintes fatores: Formação e capacidade de mão de obra (20,5%); Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos), 19,3%; e Entendimento da população brasileira sobre iniciativas empreendedoras (10,2%).

De forma semelhante ao observado nas opiniões dos especialistas relativas às Políticas Governamentais, no caso dos em-

Tabela 8.4 - Principais fatores¹ favoráveis e obstáculos para a abertura e manutenção de novos negócios no Brasil segundo os empreendedores - Brasil - 2015

	Obstáculos	Favoráveis
Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos)	49,1	19,3
Legislação e impostos (leis e carga tributária)	54,4	2,8
Programas de orientação para abrir ou manter um negócio	8,4	10,4
Educação fundamental, médio ou superior	2,8	5,9
Formação e capacidade de mão de obra	6,7	20,5
Serviços de apoio especializados (contador, consultor, advogado, etc.)	4,1	3,3
Fornecimento de água e energia, rede de esgoto e coleta de resíduos sólidos	0,6	2,7
Sistema de transporte (estradas, rodovias, portos)	0,6	3,2
Estrutura tecnológica dos meios de comunicação (cobertura telefônica, acesso a internet)	1,3	3,6
Mercado dominado por grandes empresas	2,8	2,3
Entendimento da população brasileira sobre iniciativas empreendedoras	1,8	10,2

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Proporção dos empreendedores identificados na pesquisa com a população adulta.

preendedores, o fator Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos) é indicado, de forma relativamente expressiva, como fator favorável (19,3%) ou como um obstáculo (49,1%). Os empreendedores também apontam melhorias nas condições de acesso a recursos financeiros, mas consideram que ainda são insuficientes ou inadequadas no que se refere à disponibilidade, prazos, juros e exigências de garantias.

8.3. Recomendações

Em geral, os especialistas recomendam ações na área de Educação e Capacitação com vistas ao fortalecimento do empreendedorismo nos países selecionados para análise. As recomendações se referem ao fortalecimento do ecossistema empreendedor, que é formado por incubadoras, aceleradoras e outras instituições de apoio. Segundo os especialistas, indivíduos mais

capacitados e que tiveram acesso a educação de qualidade têm em geral maiores chances de sucesso. As análises do capítulo sobre inovação evidenciam haver uma correlação positiva entre o nível de escolaridade e o aumento de características inovadoras nos empreendimentos.

Em quase todos os países, exceto os Estados Unidos, uma parcela expressiva dos especialistas fizeram recomendações sobre Políticas Governamentais, a exemplo da simplificação da legislação trabalhista e tributária, desburocratização de procedimentos administrativos e desenvolvimento de iniciativas (programas) de estímulo ao empreendedor nos primeiros anos de vida. Várias recomendações são no sentido de se adequar as políticas governamentais à realidade dos pequenos e médios negócios, particularmente na fase inicial. No Brasil, os especialistas também mencionam avanços importantes no sentido de melhorar o am-

biente institucional, a exemplo da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, Lei do Micro Empreendedor Individual (MEI) e mais recentemente a criação da Rede Mais Simples.

No entanto, no Brasil, 24,3% dos especialistas recomendaram ações relativas ao Apoio Financeiro, confirmando a opinião de uma parcela expressiva dos empreendedores (49,1%) que considera o acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos) um obstáculo para a abertura e manutenção de novos negócios no Brasil.

No que se refere à área de Pesquisa e Desenvolvimento, o Brasil apresenta o mais elevado percentual de recomendações (23,0%) entre os países selecionados para comparação. Nos Estados Unidos e na Alemanha, países impulsionados pela inovação, esse percentual se restringiu a 13,6% e 5,7%, respectivamente.

Alemanha, México e Estados Unidos não foi observada qualquer recomendação relativa a essa área.

Com o objetivo de subsidiar as discussões relativas às políticas de apoio ao empreendedorismo no Brasil, lista-se a seguir as principais recomendações feitas por especialistas das diversas regiões brasileiras:

Principais recomendações dos especialistas entrevistados na Região Sul

- ✓ Redução das garantias exigidas para financiamentos. Quem empreende normalmente não tem as garantias exigidas pelos bancos e nem acesso a investidores.
- ✓ O governo deveria focar no ensino médio/técnico e fundamental de qualidade e gratuito e deixar que as uni-

Tabela 8.5 - Recomendações dos especialistas para melhoria das condições para empreender no país - Países selecionados - 2015

Países selecionados	Brasil	China	Alemanha	Índia	México	África do Sul	Estados Unidos
Apoio Financeiro	24,3	38,7	45,7	36,7	44,4	52,8	45,5
Políticas Governamentais	40,5	71,0	51,4	44,9	44,4	52,8	9,1
Programas Governamentais	16,2	16,1	40,0	8,2	33,3	16,7	31,8
Educação e Capacitação	48,6	51,6	48,6	44,9	47,2	47,2	31,8
Pesquisa e Desenvolvimento	23,0	0,0	5,7	14,3	22,2	11,1	13,6
Infraestrutura Comercial e Profissional	12,2	12,9	2,9	16,3	11,1	2,8	13,6
Acesso à Infraestrutura Física	5,4	0,0	5,7	10,2	2,8	2,8	0,0
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	6,8	16,1	0,0	10,2	0,0	8,3	9,1
Normas Culturais e Sociais	6,8	25,8	45,7	16,3	5,6	13,9	40,9
Capacidade Empreendedora	12,2	22,6	0,0	0,0	13,9	5,6	22,7
Clima Econômico	9,5	3,2	2,9	18,4	5,6	0,0	4,5
Características da Força de Trabalho	4,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8	4,5
Composição da População Percebida	2,7	0,0	0,0	2,0	0,0	2,8	4,5
Contexto Político, Institucional e Social	6,8	19,4	0,0	16,3	0,0	2,8	0,0
Crise Internacional	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Corrupção	13,5	0,0	0,0	10,2	0,0	5,6	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	5,4	0,0	0,0	14,3	11,1	22,2	0,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	20,3	0,0	0,0	4,1	0,0	16,7	0,0
Internacionalização	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Informações	5,4	3,2	0,0	0,0	22,2	5,6	9,1

Fonte: GEM Brasil 2015

Dentre os países em análise, o Brasil e a África do Sul se diferenciam pelo percentual relativamente elevado de especialistas que fizeram recomendações relativas aos Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação. Em vários países, como a China,

versidades sejam regidas pela meritocracia.

- ✓ Criar políticas que beneficiem o empreendedor que está começando os seus negócios. O Simples Nacional e o

MEI foram ótimas iniciativas, porém, não é suficiente. É necessário mudar as normas contábeis e tributárias do país.

- ✓ Melhorar o formato de abertura e fechamento de empresas. São necessários sistemas mais ágeis, tanto para abertura de empresas, como para o fechamento. Avaliar a experiência do Chile, que tem uma política extremamente desburocratizada para as empresas.
- ✓ Maior articulação e coordenação de políticas governamentais voltadas para o fomento ao empreendedorismo. Visão sistêmica e transversalidade na formulação e implementação das políticas. Envolvimento de setores educacionais, produtivos, financeiros e pactuação na sua regulamentação e implementação.
- ✓ Políticas para setores portadores de futuro articuladas com regras/regulamentações de apoio financeiro mais flexíveis e que estimulem o setor (impostos, taxas, investimentos e participações financeiras). Desenvolvimento e aprimoramento de mecanismos e instrumentos de acompanhamento e controle mais rigorosos.
- ✓ Maior flexibilidade tributária e trabalhista para pequenos negócios iniciantes. Menor custo de tributação sobre a folha de pagamentos e também isenção tributária nos primeiros anos de existência da empresa. O estímulo a novas empresas, além de gerar mais empregos, aumenta a formalização e arrecadação do governo.
- ✓ Programas regionais de fomento ao empreendedorismo.
- ✓ Programas nacionais de educação empreendedora envolvendo cooperativas e associações, ou a sua constituição nas universidades e escolas. Concepção de programas específicos para regiões deprimidas economicamente e relacionados à identidade cultural, etnia, gênero, etc.
- ✓ Programas setoriais para economia criativa, sustentabilidade/meio ambiente.
- ✓ Programas governamentais transversais que trabalhem simultaneamente a educação ambiental, educação empreendedora e geração de negócios, inclusive sociais.
- ✓ O grande desafio de um ecossistema inovador é diariamente criar Condições e Repertório. A educação mais empreendedora será a responsável por isso.
- ✓ Mudar a abordagem de nosso sistema educacional em todas as esferas, focando em PBL (Project Based Learning), experiências, reforçando as características mais acentuadas dos alunos. Apoiar o desenvolvimento daquilo que é mais adequado para cada aluno.
- ✓ Na Universidade os alunos precisam ser mais exigidos e receber mais tutoria e coaching, menos memorização e provas múltipla escolha. Mais leitura e discussão e menos repetição e uniformização, muito mais empreendedorismo ao invés de estudar conteúdos de pouca serventia após a formatura.
- ✓ Fortalecer o ecossistema da inovação por meio da integração entre governo e empresas e da busca por soluções dos problemas relacionados à competitividade das empresas.
- ✓ Intensificar a qualificação dos profissionais por meio do aumento de bolsas de pesquisa e do intercâmbio internacional.
- ✓ Incentivar programas que ofereçam noções de finanças, administração, marketing, além de fomentar a cultura da inovação e a mudança de paradigmas para que entendam o novo conceito de empregabilidade do mercado brasileiro, ou seja, a visão em-

preendedora.

- ✓ A partir do 4º ano do Ensino Fundamental as crianças devem ser iniciadas em aulas que despertem a criatividade e, a partir do 6º ano, o empreendedorismo deveria fazer parte da grade curricular. Entre 8º ano do Ensino Fundamental e 3º do Ensino Médio os jovens já devem participar de programas de startups, sendo estimulados a ter contato com o mercado.
- ✓ A educação empreendedora não deve ser vista como uma disciplina isolada e sim como um conjunto de ações e ambientes interdisciplinares no qual os alunos são orientados a expandirem suas próprias ideias desde os primeiros períodos da graduação. Faz-se necessário implantar ecossistemas e centros de empreendedorismo transversais que estimulem a realização/implantação de eventos, cursos, games, competições, makerspaces, integração com empresas/incubadoras/aceleradoras e forte uso de ambientes/laboratórios de inovação.
- ✓ É importante promover a integração entre as universidades/escolas e os ecossistemas locais por meio da realização de eventos, maratonas, concursos e seminários de startups propostos muitas vezes por entidades de fora das instituições de ensino.
- ✓ É preciso formar mais e melhores professores de empreendedorismo, em todos os níveis (universitário, pós-graduação, etc.). É relevante a existência de uma série de incentivos para que os professores transformem-se em empreendedores e sintam-se estimulados a implantar programas e centros de empreendedorismo.
- ✓ É importante gerar mecanismos para estimular o empreendedorismo dos grupos de pesquisa científicos e tecnológicos em todas as áreas, facilitando a sua cooperação com as empresas nacionais e internacionais,

além de institutos de inovação.

- ✓ Faz-se necessário ampliar a oferta de programas de mestrado e doutorado específicos em empreendedorismo.
- ✓ Incentivar mecanismos de capacitação não tradicionais, como educação à distância em horários mais apropriados.
- ✓ Dar visibilidade às pesquisas que são feitas nas universidades, não somente na parte acadêmica, mas também na aproximação com o mercado.
- ✓ Fomentar Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação com ações transversais, ligando os problemas de mercado enfrentados pelas empresas às universidades de acordo com competências de pesquisa acadêmica e da qualidade dos laboratórios (máquinas e equipamentos).
- ✓ Esforços para aproximar a academia e o ambiente de negócios, por exemplo, organizando competições com a participação da academia e das empresas, trazendo problemas para serem resolvidos pelos acadêmicos.
- ✓ Concepção e ênfase em parques tecnológicos verdes que acolham empreendimentos, financiadores (com condições especiais de apoio e participação), pesquisa e transferência tecnológica na área de construção civil, reciclagem, mobiliário, design, restauro, geração de energia, materiais nano estruturados e biotecnologia.
- ✓ Criar espaços públicos nos formatos de fablabs, hackerspaces e coworking para startups e makers, a fim de criar um ambiente inspirador para o desenvolvimento local, regional, nacional e mundial.
- ✓ Incentivar a descentralização dos repasses de recursos para a inovação, pesquisa e desenvolvimento, criando pólos tecnológicos, de educação técnica e empreendedorismo nas áreas mais desfavorecidas do Brasil.

- ✓ Garantir suporte holístico ao empreendedor por meio de centros de treinamentos, pesquisas e desenvolvimento ágeis de negócios, descentralizados, com implantações preferencialmente em áreas de risco social.
- ✓ Criar a Bolsa Empreendedor para aquisições relacionadas à infraestrutura, capital de giro, contratações e demais atividades, garantindo um saque mensal de acordo com o projeto, metas alcançadas e demais análises acordadas com as entidades de suporte e fomento ao empreendedor.
- ✓ Incentivar o desenvolvimento de metas de responsabilidade social para as startups aprovadas nos editais públicos.
- ✓ Prover acesso a serviços de padrão internacional para podermos produzir startups capazes de concorrer no mercado global.
- ✓ Melhoria da infraestrutura de escoamento de mercadorias, bem como canais de comunicação (internet) mais ágeis e acessíveis e menor custo, o que contribui para a melhoria das condições de empreendedorismo, pois permitirá às empresas preços mais competitivos e favorece a ampliação de seus mercados.
- ✓ Campanhas que desmistifiquem a ideia de que empresário é “sugador” do empregado e que visa tão somente lucro e esclareçam que o empresário é aquele que gera empregos e distribui renda.
- ✓ As pequenas empresas deveriam ter mais incentivos e visibilidade para concorrerem com as grandes empresas que já conseguem contatos e licitações com facilidade, não dando oportunidade para as novas empresas, acontecendo em alguns setores a prática de cartel. Readequação das leis trabalhistas para acomodar novas realidades das pessoas jurídicas,

como as empresas embrionárias na área de novas tecnologias, que, no início da vida empresarial, muitas vezes fazem uso de pessoas físicas no formato free-lance.

Principais recomendações dos especialistas entrevistados na Região Centro-Oeste

- ✓ Criação de linha de crédito, com taxas de juros mais adequadas.
- ✓ Criar políticas de incentivo à diversificação da economia. A economia regional é pautada no agronegócio, mais especificamente, na monocultura de grãos (produção e comercialização “in natura”). Explorar as oportunidades de novos negócios dentro e fora da porteira.
- ✓ Empreendedorismo como uma matéria transversal na estrutura curricular dos diferentes níveis de ensino.
- ✓ As escolas deveriam oferecer, desde o ensino básico, aulas teóricas e práticas sobre administração e economia. Poderia haver gincanas e feiras simulando um mercado de consumo.
- ✓ Utilizar melhor a tecnologia disponível para a promoção e o fomento dos novos negócios, modernizando as relações entre o governo, o empreendedor e as instituições de ciência e tecnologia.
- ✓ Educação com foco na formação do cidadão empreendedor, que deveria ser orientado desde a sua infância a planejar, executar e alcançar seus sonhos. Valorizar o trabalho, o mérito, o lucro e a ética visando estimular o empreendedorismo.
- ✓ Investimento em educação empreendedora.
- ✓ Investimento nas incubadoras de micro e pequenas empresas de base tecnológica.
- ✓ Utilização de novas tecnologias para

disseminar a educação e acelerar os processos de empreendedorismo.

- ✓ Investimento em inovação, pesquisa e desenvolvimento.
- ✓ Melhoria e diversificação dos corredores de escoamento da produção agrícola, com a implementação de transporte multimodal.
- ✓ Maior estabilidade na economia de forma a tornar possível o planejamento de longo prazo e estimular investimentos que demandam maior prazo de maturação.
- ✓ Melhorar os critérios de atendimento a grandes, médias e pequenas empresas, garantindo a estas últimas alguma prioridade, visto que necessitam de mais apoio. Desburocratizar o serviço público, terceirizar o que for possível, valorizar a meritocracia no funcionalismo e aplicar as regras de mercado.

Principais recomendações dos especialistas entrevistados na Região Nordeste

- ✓ Crédito analisado pelo perfil e potencial do cliente e não pela garantia patrimonial.
- ✓ Mais incentivos para o investimento privado em pequenas empresas. Poderia ser descontado no imposto de renda.
- ✓ Hoje, o Governo possui linhas de financiamento para inovação, contudo o processo é muito burocrático. Além disso, o Governo apoia o desenvolvimento de projetos inovadores, mas a parte principal (a maior dificuldade), ou seja, o suporte financeiro para a comercialização de produtos e soluções inovadoras, ele não apoia.
- ✓ Apoio para a compra de equipamentos para projetos inovadores apresentados por micro e pequenas empresas.
- ✓ Subsídio para inovação na área de comércio e serviços, abrangendo não só inovações tecnológicas, mas em ma-

rketing, organizacional e modelo de negócios.

- ✓ Programas mais efetivos de apoio às startups em termos de qualidade e quantidade do recurso.
- ✓ Os governos deveriam criar um canal de comunicação visando o apoio ao empreendedorismo.
- ✓ Investir em programas de isenção integral ou parcial da carga tributária nos anos iniciais de uma MPE, bem como para as empresas que inovam. As isenções tributárias existentes apoiam somente as grandes e médias empresas enquadradas na modalidade de Lucro Real.
- ✓ Modificar e automatizar os processos internos de cartórios, SUCOM, juntas comerciais, possibilitando que todos os serviços sejam feitos pela internet de forma ágil e segura.
- ✓ Maior produtividade dos órgãos públicos.
- ✓ Redução da criminalidade, o que é considerado custo para maioria das empresas no país, pois exige a contratação de segurança particular e impõe prejuízos decorrentes de sucessivos roubos/furtos.
- ✓ A diminuição da carga tributária, criação de políticas que minimizem o assistencialismo e favoreçam o empreendedorismo tornando os cidadãos mais autônomos em relação ao governo.
- ✓ Melhoria no modelo educacional brasileiro, visando promover a meritocracia e reduzir as desigualdades sociais por meio da educação e acesso a informação e cultura.
- ✓ Divulgar os programas de capacitação, treinamento e apoio já disponíveis para os empreendedores.
- ✓ Melhorar a educação básica e profissionalizante.

- ✓ Melhoria geral do nível educacional do país.
- ✓ Necessidade de investimento em programas de capacitação empreendedora para a população. Deveria ser obrigatória a matéria Empreendedorismo em todos os cursos de graduação, técnicos e tecnólogos, possibilitando a formação de empreendedores.
- ✓ O Governo deveria apoiar programas de capacitação de entidades não governamentais através de edital e subsídios. Hoje existem instituições que atuam desde o ensino básico até a saída do potencial empreendedor da faculdade, necessitando apenas de recurso para implantação desses programas.
- ✓ As escolas também deveriam ser obrigadas a, ao longo dos anos, ter atividades que desenvolvessem características empreendedoras nos seus alunos.
- ✓ Deixar mais clara a possibilidade de participação de professores doutores nas empresas e incentivar a relação universidade /mercado. Ainda existe muito medo e desinformação do que pode ou não pode.
- ✓ Ações de incentivos e melhoria da infraestrutura comercial e profissional.
- ✓ Promover uma infraestrutura de forma a minimizar custos na oferta de bens e serviços.
- ✓ Maiores opções para as pequenas empresas de ingressarem no mercado, por exemplo, por meio de preferências em compras governamentais.
- ✓ Simplificação e modernização da legislação trabalhista, tornando-a menos onerosa e mais flexível.
- ✓ Disseminação de informações sobre empreendedorismo, conceitos de gestão e de regulamentação são fatores que podem contribuir com o desenvolvimento local.

Principais recomendações dos especialistas entrevistados na Região Norte

- ✓ Apoio creditício por parte dos estados e dos municípios, resguardando as devidas condições dos municípios menores. Entende-se que esta é uma questão de visão estratégica. Fundos podem ser constituídos com a finalidade de alavancar atividades empreendedoras. Microfinanças seria um bom caminho. Forte estímulo à criação de cooperativas de crédito, visto que esse mecanismo de apoio creditício já está mais avançado nas regiões Sul e Sudeste, porém na Região Norte ainda é muito incipiente. No caso regional também se aplica a sugestão de criação de mecanismos modernos e inteligentes de garantia de crédito.
- ✓ Mais crédito para os microempreendedores.
- ✓ É preciso que seja incentivada a ação empreendedora com financiamentos específicos para seu início e desenvolvimento.
- ✓ Linhas diferenciadas para novas empresas, ou para a primeira empresa.
- ✓ Incentivo fiscal para empresas no primeiro ano de vida.
- ✓ Isenção de algumas taxas de formalização e redução de impostos no primeiro ano de operação.
- ✓ Formação empreendedora obrigatória desde a educação de base prevista em Lei.
- ✓ Fazer do empreendedorismo disciplina em todos os níveis escolaridade.
- ✓ Projetos que facilitem fomento de desenvolvimento de produtos inovadores específicos para cada região.
- ✓ Apoio para que as pesquisas não fiquem só nas bibliotecas das universidades. Devem ganhar o mercado e fomentar novos negócios.

- ✓ A interação entre universidades e empresas pode, ainda no momento acadêmico, estimular o possível empreendedor a enxergar a possibilidade de empreender no ramo em que ele mais se identifique. Conhecendo desde cedo as oportunidades e ameaças que aquele setor tem a oferecer aos futuros integrantes daquela área.
- ✓ O Brasil precisa investir em infraestrutura física (especialmente em logística) para baratear os custos com frete. É muito alto o custo de atravessar o produto pelo país e escoá-lo nacional e internacionalmente.
- ✓ Reforma política. Nosso contexto político inibe investimentos e fecha a porta internacional para pesquisas, parcerias e troca de know-how. As empresas navegam num oceano instável e cheio de incertezas.
- ✓ Eliminar as ações improvisadas nas esferas governamentais. O direcionamento estratégico seria o caminho para apontar e assegurar a priorização de ações. Observa-se que a ausência de projetos consistentes pulveriza recursos e provoca escassez para investimentos em áreas vitais. Precisamos reduzir desperdícios, com obras inacabadas e gastos desnecessários.
- ✓ Por mais que pareça óbvio, a corrupção é um problema que precisa ser tratado com rigor. A punição precisa ser severa. A sociedade brasileira não pode ser dilapidada por conta de desvios de recursos em montantes vultosos como vem acontecendo.
- ✓ Para abertura e fechamento da empresa, o ideal seria digitalizar o processo e torná-lo mais acessível através da integração em todos os órgãos. Os órgãos dos governos federal, estadual e municipal devem conversar entre si de maneira que o empreendedor consiga abrir e fechar uma empresa através de um único sistema e sem necessidade de contador. Além dis-

so, é necessário rever os encargos de um funcionário carteira assinada para torná-lo mais barato para que uma microempresa possa se formalizar.

- ✓ Eventualmente pela falta de conhecimento, uma pessoa deixa de trabalhar o seu lado empreendedor para transformar-se somente em empregado, deixando um possível dom incubado simplesmente pela falta de conhecimento das possibilidades de se empreender.
- ✓ É preciso que haja divulgação em mídia das políticas e programas realizados pelas instituições e governos para o desenvolvimento da ação empreendedora para que a população de modo geral se interesse e possa colocar em ação sua capacidade empreendedora.
- ✓ A lei da transparência melhorou um pouco, mas devemos efetivamente cumpri-la em todas as esferas. Existe a necessidade de alguma instituição pensar uma forma eficaz de repassar as informações necessárias aos empreendedores de maneira rápida, acessível e de fácil compreensão e busca a qualquer momento e sem custos.

Principais recomendações dos especialistas entrevistados na região Sudeste

- ✓ Linhas de crédito com juros baixos.
- ✓ É necessário que a política econômica seja revista, e que um plano de curto, médio e longo prazo seja discutido com a sociedade civil organizada.
- ✓ O empreendedorismo deve fazer parte da agenda de todas as unidades da federação. Há muitos esforços, especialmente relacionado à desburocratização, que dependem de atuação governamental conjunta de todas as esferas. É preciso aprimorar mecanismos que facilitem a abertura e o crescimento de empresas.
- ✓ Menos intervenção do estado e mais

incentivo. O estado tem que dar espaço para a iniciativa privada.

- ✓ Reforma do ambiente de negócios, começando pela desburocratização e seguindo com a redução da carga tributária e eliminação/racionalização de regulamentações. Um caminho promissor é a criação de zonas econômicas especiais onde se possam implantar regimes diferenciados.
- ✓ Simplificação tributária e flexibilização das leis trabalhistas ajudariam empreendedores iniciantes e tornariam o mercado muito mais dinâmico.
- ✓ Incentivo maciço à imigração, reduzindo as barreiras burocráticas e criando condições mais propícias. Especialmente profissionais de STEM, pesquisadores, jovens e pessoas de condição financeira vantajosa, que possam investir em inovação.
- ✓ Os programas de incentivo ao empreendedorismo devem sempre aumentar sua abrangência. Os processos precisam melhorar para que seja criado um sistema de incentivo sólido e eficiente, ao contrário do existente atualmente. Isso envolve a criação de métricas mais adequadas para a seleção das aceleradoras e das startups, assim como a definição de um intermediário para ser o responsável pela entrega e gestão do capital. Tirar essa obrigação por parte das aceleradoras e não obrigar que as startups precisem passar por algum processo de aceleração para conseguir o aporte.
- ✓ Fomentar a resolução de problemas da sociedade em microrregiões e nas escolas.
- ✓ Governo deve incentivar o empreendedorismo como fator de desenvolvimento local e regional.
- ✓ Incentivar o estudante a pensar em empreendedorismo desde o ensino básico como, por exemplo, as experiências do SESI.
- ✓ Alinhamento de programas e mais troca de experiências entre os educadores e consultores. Já existe muitos programas gratuitos, mas falta atenção a um gargalo perigoso: a formação de formadores.
- ✓ As escolas e universidades brasileiras precisam ter matérias relacionadas ao empreendedorismo em sua grade curricular, além de apresentarem conteúdos mais modernos e adequados ao empreendedorismo inovador.
- ✓ Disciplinas relacionadas à administração de empresas e gestão de recursos financeiros deveriam ser incorporadas ao ensino fundamental. As disciplinas de exatas, em especial matemática, deveriam ser fortalecidas.
- ✓ Mudança radical no método educacional no Brasil desde o básico até a formação superior, trabalhando com problemas reais, sem limitar a criatividade em séries específicas ou o conhecimento em blocos, etc.
- ✓ Educação e capacitação: embora seja a região mais desenvolvida neste aspecto, o Sudeste ainda precisa melhorar muito em termos de educação e capacitação para promover o empreendedorismo local. Os cursos em geral, da escola à pós-graduação precisam ser mais práticos. Também precisam ter mais qualidade e chegar a mais pessoas. Apoiar a educação à distância para aumentar seu impacto social.
- ✓ Nossas universidades federais são verdadeiros polos de conhecimento. Neste sentido, é necessária uma mudança na forma de gestão, com parcerias público-privada efetivas.
- ✓ A internet brasileira ainda é uma das mais lentas do mundo e precisa ser melhorada para aumentar as oportunidades de aprendizado e troca de experiências educacionais e empreendedoras.
- ✓ Incentivo à cultura empreendedora

no clube, na igreja, na associação de moradores,...

- ✓ O crescimento econômico e estabilidade de regras são fundamentais para o desenvolvimento de empresas. O governo deve fazer de tudo para criar as condições econômicas para que o mercado atue com independência e equilíbrio.
- ✓ É necessário fortalecer a relação entre empreendedores, universidades e empresas, para que haja mais pesquisas aplicadas, mais patentes registradas, mais empresas inovadoras e disruptivas no país.
- ✓ Em alguns contextos, empresas de diferentes envergaduras recebem o mesmo tratamento. Um exemplo são os processos licitatórios para venda de soluções educacionais para o governo. Não há nenhuma distinção ou estímulo às empresas de pequeno porte. Por um lado, é preciso conhecer melhor o campo, testar e validar as soluções; por outro é preciso orientar técnicos e responsáveis do setor público para as devidas mudanças nos modelos de compra que permitam a incorporação de inovações.
- ✓ Melhorar a troca de informações entre o Brasil e demais países para facilitar o acesso ao mercado e aprimorar os incentivos para a participação em eventos feiras e rodadas de negócios.
- ✓ O potencial do Brasil para criar empresas de classe mundial é grande. Muitos dos problemas que temos e soluções apresentadas pelo empreendedor são interessantes para empresas de todo o mundo. A facilitação da internacionalização e criação de parcerias e acordos internacionais é relevante para transformar esse potencial em realidade.
- ✓ Comparativamente a outros países, o Brasil precisa melhorar sua regulamentação trabalhista de forma a flexi-

bilizar os custos de contratação, além de propiciar novas políticas de retenção de talentos (stock options).

- ✓ Liberalização das relações trabalhistas e encargos tributários de todo o gênero.
- ✓ É preciso regulamentar e clarificar várias profissões e serviços terceirizados.
- ✓ Rede de mentores experientes que pudessem se dedicar sistematicamente, por períodos determinados, a negócios em estágios iniciais, orientando-os em aspectos relacionados à gestão, governança, modelo de negócios, mercado, distribuição entre outros.

REFERÊNCIAS



REFERÊNCIAS

1. **FLORES, Danusa et. (2008).** O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação em administração no Brasil. *Revista de Negócios*, FURB, Blumenau, v13, n. 2, p. 93 – 104, Abril/Junho 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.7867/1980-4431.2008v13n2p93-104>>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2016.
2. **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. (1999).** 1999 Executive Report. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report/47099>>. Acesso em: 18 de fevereiro de 2016.
3. **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. (2016).** 2015/16 Global Report. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report/49480>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.
4. **LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D.** Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes - Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014. Disponível em: <<https://grupoapoe.files.wordpress.com/2015/01/cp-2014-03-relatorio-estudo-guesss-brasil-2013-2014.pdf>>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2016.
5. **SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (2013).** Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas: 2013 / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos socioeconômicos - São Paulo: DIEESE, 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario_Mulheres_Trabalhadoras.pdf>. Acesso em: 24 de fevereiro de 2016.
6. **SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. (2013).** Os Donos de Negócio no Brasil: Análise por Faixa Etária (2002-2012). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Estudo-os-donos-de-negocio-no-Brasil-analise-sexo-2002-2012.pdf>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2016.
7. **WORLD ECONOMIC FORUM. (2013).** The Global Competitiveness Report 2013-2014. Disponível em: <<http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014>>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2016.
8. **WORLD ECONOMIC FORUM. (2015).** Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. Disponível em: <<https://www.economic-policy-forum.org/news/wef-leveraging-entrepreneurial-ambition-innovation/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

A black and white photograph of a bee on a flower, with a circular graphic overlay consisting of concentric circles and a grid of dots. The text is overlaid on the image.

APÊNDICE 1

CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

APÊNDICE 1

CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

A.1 Introdução

O programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a London Business School, da Inglaterra, e Babson College, dos Estados Unidos. Em 16 anos, mais de 100 países já participaram do projeto. Atualmente, o GEM é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora no mundo.

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

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

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

Os resultados do GEM incluem comparações globais, relatórios nacionais e tópicos especiais baseados no ciclo de coleta de dados anual. O material pode ser baixado do web site internacional do GEM www.gemconsortium.org e do IBQP www.ibqp.org.br. Mais de 300 acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do projeto como membros do consórcio.

A.2 O objetivo do GEM

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

Resumindo, o GEM está centrado em três objetivos:

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

A.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM

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

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

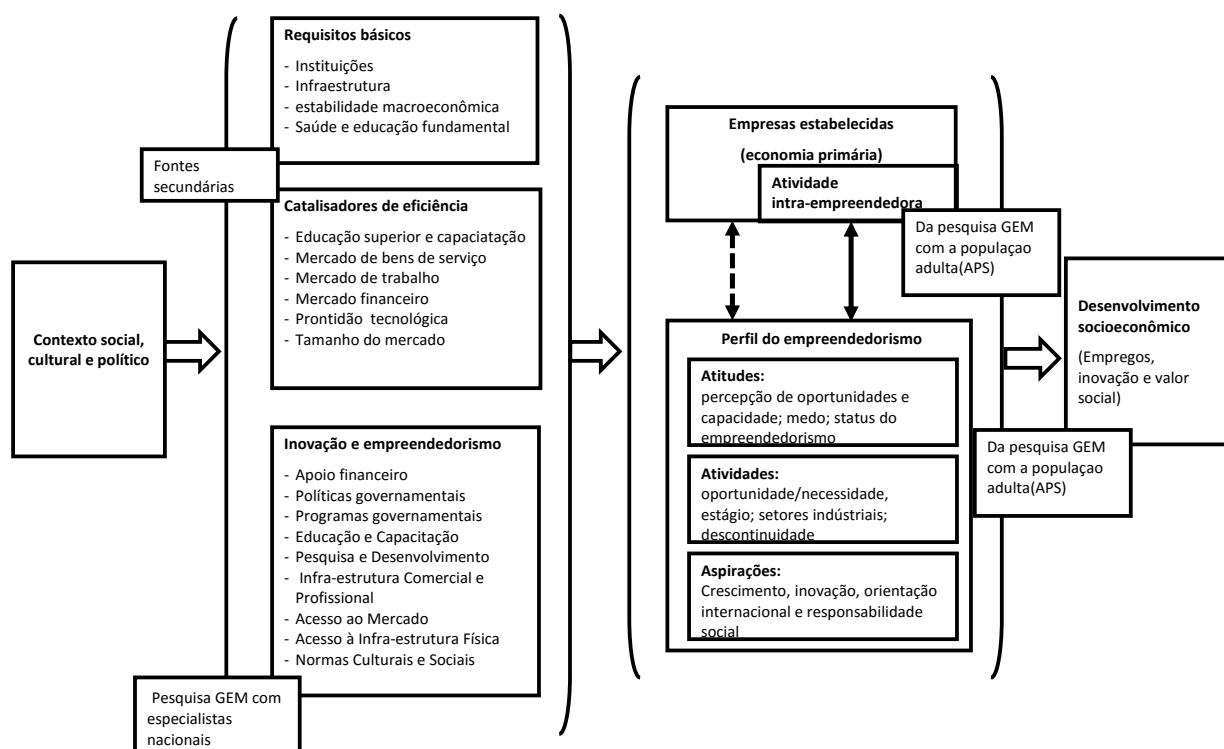
A.4 Público-alvo

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

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

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

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

Figura A1.1 - O modelo GEM

A.5 O modelo GEM

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

- ✓ Atitudes empreendedoras são atitudes manifestadas na forma de opiniões e percepções que a sociedade desenvolve face a este fenômeno sociocultural e econômico que é o empreendedorismo;
- ✓ Atividade empreendedora é a quantidade de pessoas em meio à população de um determinado país que estão criando novos negócios (números absolutos e relativos);

- ✓ Aspiração empreendedora reflete a natureza qualitativa do empreendedorismo, uma vez que os entrevistados, ao tratarem desse aspecto, manifestam suas intenções para com o empreendimento que possuem ou estão criando.

A.6 Classificação dos países participantes da pesquisa

Nos primeiros relatórios do GEM, eram incluídos apenas os países de alta renda. Gradativamente, o número de países participantes da pesquisa foi sendo ampliado. Estes países variam muito em termos de desenvolvimento econômico. A partir de 2008, como auxílio para apresentação dos resultados, os países passaram a ser classificados em três categorias¹⁰: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, doravante tratadas aqui

¹⁰ Essa classificação coincide com a utilizada no Relatório de Competitividade Global do Fórum Econômico Mundial (Schwab, 2009).

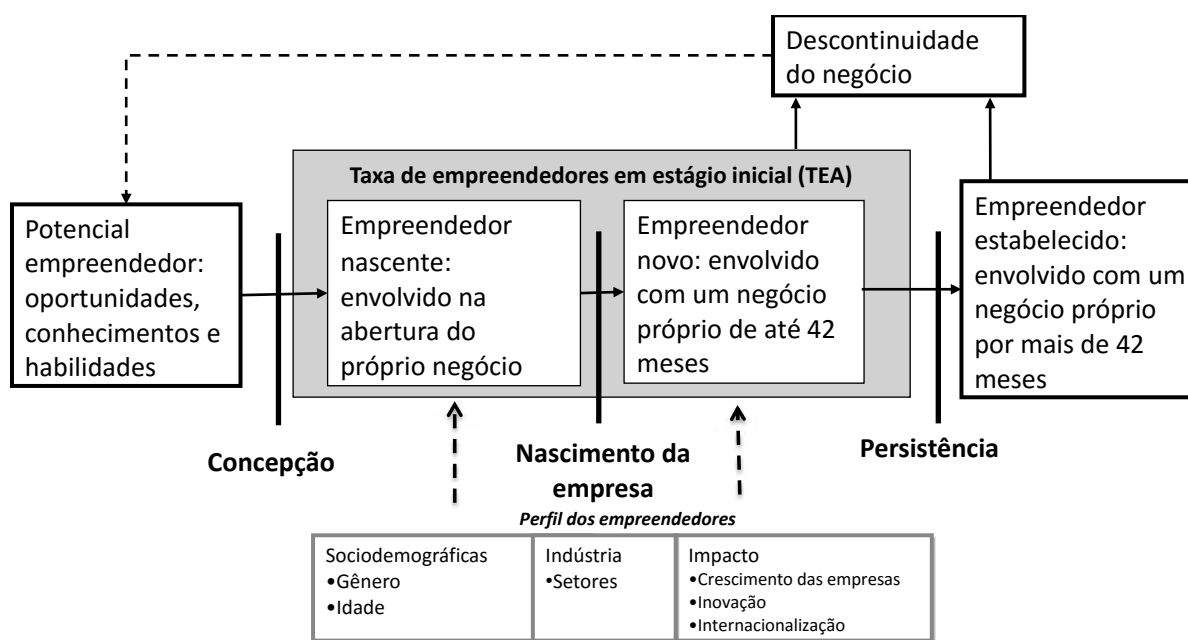
como países impulsionados por fatores, acompanhando a nomenclatura reconhecida internacionalmente; (ii) economias orientadas para a eficiência e a produção industrial em escala, que se configuram como os principais motores de desenvolvimento, doravante denominados países impulsionados pela eficiência; e (iii) economias baseada na inovação ou simplesmente países impulsionados pela inovação (SCHWAB, 2009).

A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas

A.7.1 O processo empreendedor

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

Figura A1.2 – O processo empreendedor



A.7.2 Indicadores e taxas

O quadro A1.1 contém definições específicas dos indicadores de atitudes, ati-

vidades e aspirações empreendedoras utilizados no presente relatório.

Quadro A1.1 - Terminologias e principais medidas do GEM

Medida	Descrição	
Atividade Empreendedora		
Taxa de empreendedorismo	Nascentes	% da população (18 – 64 anos) que está ativamente envolvida na estruturação de um negócio do qual será proprietário. Esse negócio ainda não pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de remuneração para os proprietários por mais de três meses.
	Novos	% da população (18 – 64 anos) que administra um novo negócio do qual é proprietário, negócio este que pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de remuneração para os proprietários por mais de três e menos de 42 meses.
	Inicial	% da população (18 – 64 anos) que é empreendedor nascente ou novo (cf. definição acima).
	Estabelecidos	% da população (18 – 64 anos) que administra e é proprietário de um negócio estabelecido, negócio este que pagou salários, <i>pró-labores</i> ou qualquer outra forma de remuneração para os proprietários por mais de 42 meses.
	Total	% da população (18 – 64 anos) que é empreendedor em estágio inicial ou estabelecido (cf. definição acima).
Motivação		
Motivação	Necessidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho.
	Oportunidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho, mas sim por ter identificado uma oportunidade de negócio que desejou perseguir.
	Razão oport/nec.	Quanto empreendedores por oportunidade temos para cada empreendedor por necessidade.
	Oportunidade como percentual da TEA	% de empreendedores iniciais que iniciaram o negócio motivados por oportunidade, em relação ao total de empreendedores iniciais no país.
Características sociodemográficas		
Empreendedorismo por gênero	Masculino	Taxas específicas - % de empreendedores do gênero masculino em relação à população de indivíduos do mesmo gênero.
	Feminino	Taxas específicas - % de empreendedores do gênero feminino em relação à população de indivíduos do mesmo gênero.
	Proporção - Distribuição percentual dos empreendedores segundo o gênero.	
Empreendedorismo por faixa etária	18-24 anos	Taxas específicas - % de empreendedores na faixa etária entre 18-24 anos em relação à população de indivíduos da mesma faixa etária.
	25-34 anos	Taxas específicas - % de empreendedores na faixa etária entre 25-34 anos em relação à população de indivíduos da mesma faixa etária.
	35-44 anos	Taxas específicas - % de empreendedores na faixa etária entre 35-44 anos em relação à população de indivíduos da mesma faixa etária.
	45-54 anos	Taxas específicas - % de empreendedores na faixa etária entre 45-54 anos em relação à população de indivíduos da mesma faixa etária.
	55-64 anos	Taxas específicas - % de empreendedores na faixa etária entre 55-64 anos em relação à população de indivíduos da mesma faixa etária.
	Proporção - Distribuição percentual dos empreendedores segundo a faixa etária.	
Empreendedorismo por escolaridade	Faixa 1	Inclui: primeiro grau completo até segundo grau incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa 1 de escolaridade em relação a população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Faixa 2	Inclui: segundo grau completo até superior incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa 2 de escolaridade em relação a população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Faixa 3	Inclui: superior completo, pós-graduação completo e incompleto, mestrado completo e incompleto e doutorado incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa 3 de escolaridade em relação a população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
Faixa 4	Inclui: Doutorado.	
Taxas específicas - % de empreendedores na faixa 4 de escolaridade em relação a população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.		
Proporção - Distribuição percentual dos empreendedores segundo a faixa de renda.		

Quadro A1.1 (continuação) - Terminologias e principais medidas do GEM

Empreendedorismo por percentil de renda	33 % mais baixo	Taxas específicas - % de empreendedores com renda entre os 33% mais baixos em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	33 % intermediários	Taxas específicas - % de empreendedores com renda entre os 33% intermediários em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	33% mais altos	Taxas específicas - % de empreendedores com renda entre os 33% mais altos em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	Distribuição percentual dos empreendedores segundo a faixa de renda.	
Empreendedorismo por cor	Distribuição percentual dos empreendedores segundo a cor.	
Empreendedorismo por estado civil	Distribuição percentual dos empreendedores segundo o estado civil.	
Empreendedorismo por ocupação	Distribuição percentual dos empreendedores segundo a ocupação.	
Características dos empreendimentos		
setor da atividade econômica	Indústria extrativa	% de empreendimentos cuja principal atividade é industria extrativa (extração de matéria-prima da natureza).
	Indústria de transformação	% de empreendimentos cuja principal atividade é industria de transformação (atividade industrial a produção manual e artesanal, inclusive quando desenvolvida em domicílios, assim como a venda direta ao consumidor de produtos de produção própria, como, por exemplo, os ateliês de costura).
	Serviços orientados para negócio	% de empreendimentos cuja principal atividade é definida como serviços orientados para negócio.
	Serviços orientados para cliente	% de empreendimentos cuja principal atividade é definida como serviços orientados para cliente.
Principais atividades	Descrição CNAE	Distribuição percentual das atividade dos empreendedores segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).
Formalização	Registro formal	% de empreendedores que afirmaram possuir algum tipo de registro formal.
	CNPJ	% de empreendedores que afirmaram possuir CNPJ.
Enquadramento dos negócios	Com CNPJ	Distribuição percentual dos empreendedores que possuem CNPJ segundo a classificação formal das micro e pequenas empresas.
	Sem CNPJ	Distribuição percentual dos empreendedores que não possuem CNPJ segundo a classificação¹ formal das micro e pequenas empresas (potenciais).
Aspectos relacionados a inovação	Conhecimento dos produtos ou serviços	Proporção de empreendedores que indicam que seus produtos ou serviços são considerados novos para todos, novos para alguns ou ninguém considera novo.
	Concorrência	Proporção de empreendedores que indicam que seus produtos ou serviços tem muitos concorrentes, poucos concorrentes ou nenhum concorrente.
	Idade da Tecnologia ou processos	Proporção de empreendedores que indicam que seus produtos ou serviços tem a idade da tecnologia ou processo igual a menos de 1 ano, entre 1 a 5 anos ou mais de 5 anos.
	Orientação internacional	Proporção de empreendedores que indicam que seus produtos ou serviços tem Nenhum consumidor no exterior, De 1 a 25%, De 25 a 75% ou Mais de 75% .
Alta expectativa de geração de empregos	% de empreendedores que afirmam ter mais de 10 empregos atualmente e expectativa de geração de mais de 50 % nos próximos 5 anos.	
Geração de empregos atual	% de empreendedores que possuem nenhum empregado, um, dois, três, quatro empregados,ou 5 ou mais empregados nos próximos 5 anos.	
Expectativa de geração de empregos	% de empreendedores que possuem expectativa de gerar nos próximos 5 anos nenhum emprego, um, dois, três, quatro empregos,ou 5 ou mais empregos nos próximos 5 anos.	
Tipo de clientes	% de empreendedores que possuem clientes considerados com pessoa física, jurídica ou ambos.	

Quadro A1.1 (continuação) - Terminologias e principais medidas do GEM

Mentalidade empreendedora e potenciais empreendedores

Conhecimento de empreendedores	% da população (18 – 64 anos) que afirma conhecer alguém que iniciou um novo negócio nos últimos 2 anos.
Percepção de oportunidades	% da população (18 – 64 anos) que identifica boas oportunidades de iniciar um negócio na localidade em que vive.
Percepção de capacidades	% da população (18 – 64 anos) que acredita ter as habilidades e conhecimentos necessários para iniciar um negócio.
Medo do fracasso	% da população (18 – 64 anos) que afirma que o medo de fracassar impediria a criação de um negócio.
Potenciais Empreendedores	% da população (18 – 64 anos) que afirma pretender iniciar um novo negócio nos próximos 3 anos.
Sonho	% da população (18 – 64 anos) que afirma ter sonho de casar ou formar uma família, comprar a casa própria, comprar um automóvel, comprar um computador, fazer carreira numa empresa, ter plano de saúde, ter seu próprio negócio, ter um diploma de ensino superior, viajar para o exterior e/ou viajar pelo Brasil.

Órgãos de apoio

Órgãos de apoio	Busca	% da população (18 – 64 anos) que afirma ter buscado a Associação comercial, Endeavor, SEBRAE, SENAC, SENAI, SENAR, SENAT, Sindicato, outro órgão não descrito ou não buscou nenhum órgão de apoio.
	Motivos	Distribuição percentual dos motivos indicados para não buscar órgãos: falta de conhecimento, sem interesse, sem necessidade, falta de tempo e/ou outros motivos.

Investidores

Investidores são aqueles que nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa idéia) – que não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

Investidores	Taxa	% da população (18 – 64 anos) que afirma ter emprestado ou financiado pessoalmente algum negócio nos últimos 3 anos.
	Valor médio	Valor médio investido (mil US\$) pelos investidores.

Condições para empreender

Fatores	Apoio Financeiro, políticas Governamentais, programas públicos e privados, educação e Capacitação, pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia), infraestrutura comercial e profissional, abertura de mercado/ barreiras à entrada, acesso à infraestrutura física, normas culturais e sociais, capacidade empreendedora, clima econômico, características da força trabalho, composição da população percebida, contexto político, institucional e social, crise internacional, corrupção diferenças entre pequenas, médias e grandes empresas, internacionalização, custos do trabalho, o acesso e regulação e Informações.	
Fatores limitantes	Empreendedores	Distribuição percentual dos empreendedores segundo os principais obstáculos para abertura e manutenção de novos negócios
	Especialistas	% dos fatores limitantes segundo percepção dos especialistas
Fatores favoráveis	Especialistas	% dos fatores favoráveis segundo percepção dos especialistas
Recomendações	Especialistas	% de recomendações em relação aos fatores segundo percepção dos especialistas
Tópicos	Condições que afetam o empreendedorismo: % em que a nota (de 1 a 5) foi citada em relação aos tópicos de cada fator pelos especialistas	

Fonte: GEM Brasil 2015

A.8 Condições que afetam o empreendedorismo

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

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

EFC 1: Apoio Financeiro

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

EFC 2: Políticas Governamentais

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

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

EFC 2.2: Trata da regulamentação.

EFC 3: Programas Governamentais

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

EFC 4: Educação e Capacitação

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

EFC 4.1: Trata do Ensino Fundamental e Médio.

EFC 4.2: Aborda o Ensino superior.

EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)

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

EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional

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

EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada

Avalia até que ponto os acordos comerciais são inflexíveis e imutáveis, impedindo que novas empresas possam competir e substituir fornecedores, prestadores de serviço e consultores existentes. Essa dimensão também examina a falta de transparência do mercado (informação assimétrica, a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores), as políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.), a estrutura do mercado (facilidade de entrada, dominação por parte de algumas empresas, vantagens para propaganda, competição de preços etc.) e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.

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

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

EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física

Avalia a acessibilidade e a qualidade dos recursos físicos, incluindo: telefonia, correio, internet; energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; áreas e espaços; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.

EFC 9: Normas Culturais e Sociais

Avalia até que ponto normas culturais e sociais encorajam ou não ações individuais que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas que, por sua vez, levam a uma maior dispersão em ganhos e riquezas. Essa dimensão também examina as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; as atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; os efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; a valorização do empreendedor; a influência dos comportamentos e atitudes determinados pela cultura e pela sociedade no que se refere à posição da mulher na sociedade, a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.

Fonte: GEM 2015

A.9 Coleta de Dados

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

A.9.1 Países participantes

Neste ano, o GEM internacional incluiu 62 países. O quadro A1.3 apresenta uma visão geral da evolução da participação dos países na pesquisa desde 2001.

Quadro A1.3 - Países participantes do GEM de 2001 a 2015

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM																Total (anos ativos)
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015		
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Bélgica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Espanha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Finlândia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Holanda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Hungria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Japão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Noruega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
Reino Unido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
África do Sul	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	14	
Alemanha	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	14	
Croácia		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	
Eslovênia		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	
França	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		14	
Irlanda	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	14	
Itália	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	14	
Chile		-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	
Dinamarca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-		13	
Grécia			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	
Suécia	-	-	-	-	-	-	-			-	-	-	-	-	-	13	
China		-	-		-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	12	
México	-	-			-	-		-		-	-	-	-	-	-	11	
Peru				-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	11	
Rússia	-	-				-	-	-	-	-	-	-	-	-		11	
Suíça		-	-			-	-		-	-	-	-	-	-	-	11	
Austrália	-	-	-	-	-				-	-	-			-	-	10	
Colômbia						-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	
Israel	-	-		-			-	-	-	-		-	-		-	10	
Letônia					-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	10	
Uruguai					-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	
Canadá	-	-	-	-	-	-							-	-	-	9	
Cingapura	-	-	-	-	-	-						-		-		9	
Coréia do Sul	-	-			-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	9	
Índia	-	-			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	
Islândia		-	-	-	-	-	-	-	-	-						9	
Jamaica					-	-		-	-	-	-	-	-	-		9	
Romênia						-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	
Tailândia		-			-	-	-	-			-	-	-	-	-	9	
Equador				-				-	-	-		-	-	-	-	8	
Irã								-	-	-	-	-	-	-	-	8	
Malásia						-			-	-	-	-	-	-	-	8	
Polônia	-	-		-					-		-	-	-	-	-	8	
Portugal				-			-				-	-	-	-	-	8	
Bósnia e Herzegovina								-	-	-	-	-	-	-		7	
Turquia						-	-	-		-	-	-			-	7	
Uganda			-	-				-	-	-	-	-	-	-		7	
Guatemala								-	-	-		-	-	-	-	6	
Panamá								-	-		-	-	-	-	-	6	
Taiwan		-									-	-	-	-	-	6	
Angola								-		-		-	-	-		5	
Eslováquia											-	-	-	-	-	5	
Hong Kong		-	-	-			-	-								5	
Macedônia								-		-			-	-	-	5	
Nova Zelândia	-	-	-	-	-							-	-			5	
Trinidad e Tobago										-	-	-	-	-		5	
Venezuela			-		-	-	-	-								5	
Argélia								-		-	-	-	-			4	
Áustria					-		-							-		4	
Barbados											-	-		-	-	4	

Quadro A1.3 - Países participantes do GEM de 2001 a 2015 (continuação)

Botsuana													-	-	-	-	4
Egito								-		-			-			-	4
Emirados Árabes Unidos						-	-		-		-						4
Estônia													-	-	-	-	4
Filipinas						-								-	-	-	4
Indonésia						-								-	-	-	4
Lituânia												-	-	-	-		4
Paquistão									-	-	-	-	-				4
Porto Rico						-							-	-	-	-	4
República Dominicana						-	-	-	-				-	-			4
Tunísia								-	-				-			-	4
Bolívia							-		-						-		3
Cazaquistão						-									-	-	3
Costa Rica									-			-	-		-		3
Gana									-			-	-				3
Luxemburgo													-	-	-	-	3
Nigéria									-			-	-				3
República Tcheca						-			-	-							3
Sérvia							-	-	-								3
Vietnã													-	-	-	-	3
Zâmbia									-			-	-				3
Arábia Saudita									-	-							2
Burkina Faso															-	-	2
Camarões															-	-	2
Cisjordânia e Faixa de Gaza									-	-							2
El Salvador												-			-		2
Jordânia				-					-								2
Líbano									-							-	2
Malawi												-	-				2
Marrocos									-							-	2
Suriname													-	-	-		2
Bangladesh											-						1
Belize															-		1
Bulgária																-	1
Catar															-		1
Etiópia													-				1
Geórgia															-		1
Iêmen									-								1
Kosovo															-		1
Líbia														-			1
Montenegro										-							1
Namíbia												-					1
Palestina												-					1
Senegal																-	1
Shenzhen									-								1
Singapura														-			1
Síria									-								1
Tonga									-								1
Vanuatu										-							1
Total (países participantes no ano)	28	37	32	34	35	42	42	43	56	60	54	69	67	70	62		
-	Participante																
-	Não Participou																

Fonte: GEM 2015

A.9.2 Pesquisa com população adulta

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

Em 2015 foram entrevistados no Brasil 2000 adultos de 18 a 64 anos, selecionados conforme procedimentos que garantem a representatividade destes na população brasileira Quadro A1.4.

rios¹¹ aleatoriamente em cada município, sendo 9 setores nos municípios grandes, 6 setores nos municípios médios e 3 setores nos municípios pequenos.

- ✓ Escolha aleatória da sequência das quadras de cada setor censitário para compor o trajeto do entrevistador.
- ✓ Escolha do primeiro domicílio localizado na face norte da quadra 1. O entrevistador seguiu sempre no sentido horário, fazendo todo o contorno da quadra 1 antes de passar para a quadra 2 e assim por diante. A cada entrevista realizada foi obedecido o pulo de duas residências para abordar a próxima.
- ✓ O entrevistado foi selecionado utilizando-se a técnica do “próximo aniversariante entre 18 a 64 anos”, sendo

Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2015

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

Fonte: GEM Brasil 2015

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

- ✓ Seleção dos Estados.
- ✓ Os municípios foram classificados como pequeno porte, médio porte e grande porte. Dentre o grupo de municípios selecionados, foram sorteados aqueles para composição da amostra final respeitando os seguintes critérios: tamanho da população e distância entre as cidades.
- ✓ Foram escolhidos setores censitários

apenas um entrevistado por domicílio.

- ✓ No caso de ausência do “próximo aniversariante” do domicílio, era agendado o retorno para obtenção da entrevista, limitando-se a 5 voltas.

11 “Os setores censitários correspondem à unidade de coleta do Censo Demográfico, definidos a partir de um agrupamento contíguo de aproximadamente 300 domicílios. Os setores censitários, nos últimos Censos, vem usando a divisão de bairros realizada pelas Prefeituras Municipais. Contudo, nem sempre um setor censitário corresponde a um bairro, podendo dividir grandes bairros em diversos setores ou unir bairros pequenos em um único setor.”

A.9.3 Pesquisa com especialistas nacionais

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

O principal instrumento de coleta é um questionário composto por aproximadamente 100 questões sobre as condições que favorecem ou dificultam a dinâmica empreendedora no país (EFCs), utilizando uma escala Likert¹² de nove posições, numa progressão que vai do mais falso (+1) ao mais verdadeiro (+9).

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

No Brasil, em 2015, foram entrevistados 74 especialistas.

A.9.4 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 como: competitividade, tamanho da economia, qualidade de vida da população, qualidade e alcance do sistema educacional, políticas e programas governamentais, qualidade da infraestrutura (comunicações, transporte, serviços, entre outros), pesqui-

sa 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 às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), entre outras.

A.10 Processamento e tratamento dos dados

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

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

12 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 (MATTA, 1997).

APÊNDICE 2

PRINCIPAIS DADOS E TAXAS

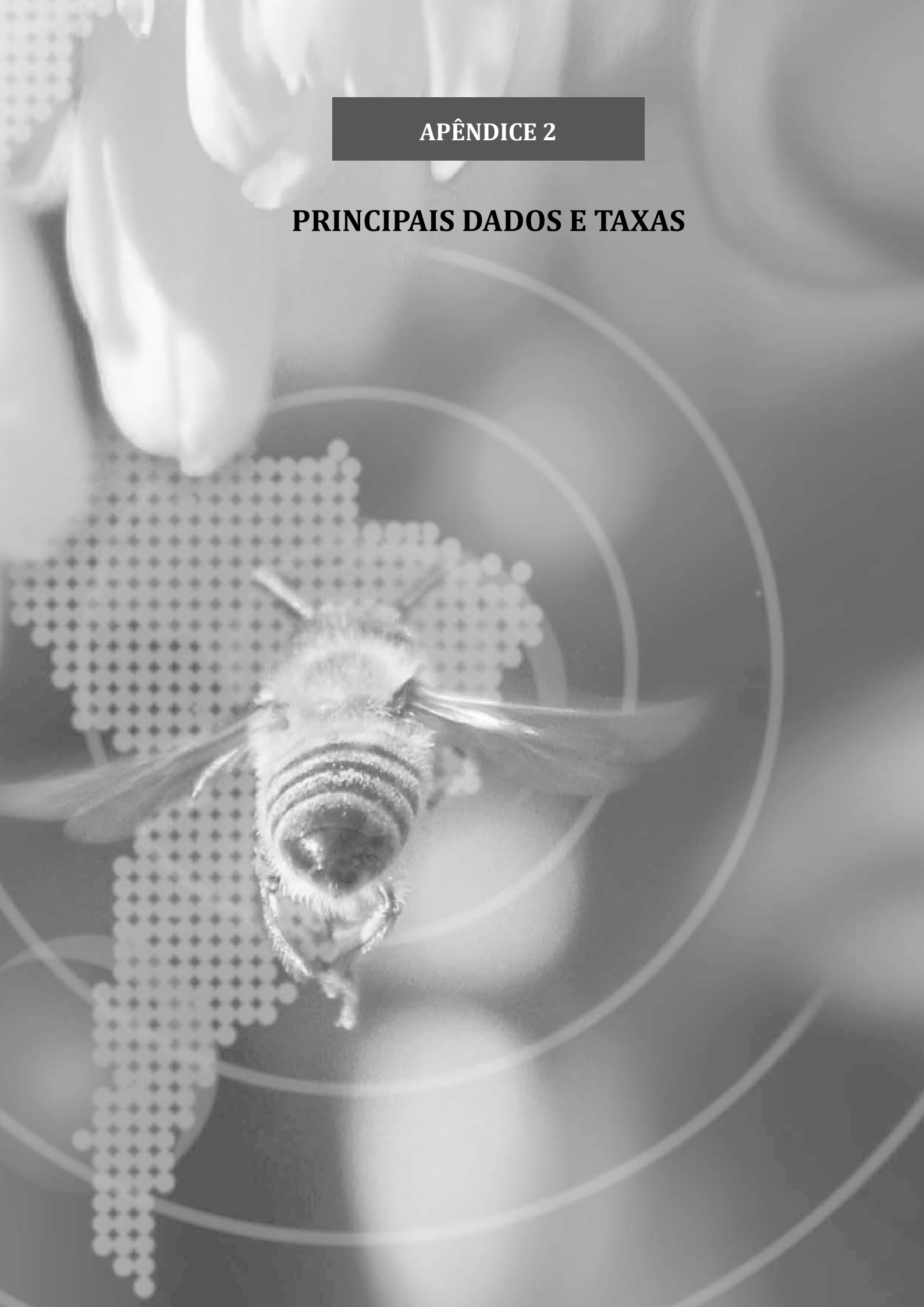


Tabela A2.1.1 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Empreendedores				
	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Economia impulsionada por fatores					
Botsuana	33,23	23,01	11,89	4,60	36,88
Burkina Faso	29,75	19,74	11,23	27,78	55,02
Camarões	25,37	16,48	10,01	12,85	37,55
Cazaquistão	11,00	7,96	3,18	2,39	13,21
Filipinas	17,16	7,61	10,07	7,25	24,09
Índia	10,83	7,70	3,17	5,50	16,26
Irã	12,93	7,85	5,33	14,04	26,17
Senegal	38,55	24,90	14,97	18,82	53,38
Vietnã	13,65	1,00	12,65	19,55	32,60
Média	21,39	12,92	9,17	12,53	32,80

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores na população de 18 a 64 anos**Tabela A2.1.2 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	Empreendedores				
	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Economia Impulsionada por eficiência					
África do Sul	9,19	5,45	3,78	3,41	12,52
Argentina	17,74	11,65	6,29	9,49	26,46
Barbados	21,05	11,48	10,66	14,09	33,84
Brasil	20,98	6,70	14,90	18,89	39,32
Bulgária	3,46	1,95	1,51	5,44	8,75
Chile	25,93	16,52	9,82	8,16	33,26
China	12,84	6,81	6,31	3,12	15,76
Colômbia	22,67	15,60	7,51	5,17	27,53
Croácia	7,69	5,11	2,58	2,81	10,43
Egito	7,39	4,03	3,39	2,90	10,13
Equador	33,56	25,89	9,84	17,40	48,21
Guatemala	17,71	10,84	7,56	8,08	25,33
Hungria	7,92	5,31	2,70	6,49	14,16
Indonésia	17,67	6,11	12,06	17,15	33,93
Letônia	14,11	8,57	6,01	9,59	23,12
Líbano	30,15	10,78	20,39	17,96	46,86
Macedônia	6,11	3,02	3,09	5,91	11,96
Malásia	2,93	0,76	2,26	4,78	7,66
Marrocos	4,44	1,31	3,16	5,16	9,60
México	21,01	16,21	4,97	6,86	27,44
Panamá	12,80	5,20	7,65	4,20	16,95
Peru	22,22	17,80	4,85	6,61	28,36
Polônia	9,21	5,74	3,52	5,92	14,74
Romênia	10,83	6,11	5,05	7,47	17,74
Tailândia	13,74	4,49	9,47	24,61	36,35
Tunísia	10,13	5,41	4,86	5,02	14,90
Uruguai	14,28	10,60	3,76	2,09	15,98
Média	14,73	8,50	6,59	8,47	22,64

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores na população de 18 a 64 anos

Tabela A2.1.3 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Empreendedores				
	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	4,70	2,84	1,93	4,82	9,22
Austrália	12,79	7,34	5,75	8,72	20,59
Bélgica	6,24	4,53	1,96	3,75	9,83
Canadá	14,72	9,74	5,49	8,85	22,59
Coréia	9,25	5,01	4,29	6,96	16,06
Eslováquia	9,64	6,49	3,39	5,69	14,78
Eslovênia	5,91	3,22	2,79	4,21	10,07
Espanha	5,70	2,13	3,62	7,70	13,25
Estados Unidos	11,88	8,28	4,04	7,33	18,65
Estônia	13,14	8,74	4,70	7,74	20,38
Finlândia	6,59	4,04	2,75	10,21	16,59
Grécia	6,75	3,94	2,80	13,09	19,40
Holanda	7,21	4,30	3,01	9,87	16,14
Irlanda	9,33	6,50	2,98	5,60	14,40
Israel	11,82	8,40	3,68	3,90	15,58
Itália	4,87	3,19	1,68	4,51	9,12
Luxemburgo	10,18	7,10	3,20	3,28	13,02
Noruega	5,66	2,32	3,34	6,53	11,92
Porto Rico	8,48	6,59	1,89	1,41	9,78
Portugal	9,49	5,62	4,01	7,00	16,27
Reino Unido	6,93	4,03	2,92	5,26	11,96
Suécia	7,16	4,79	2,62	5,20	12,12
Suíça	7,31	4,62	2,81	11,33	18,13
Taiwan	7,30	2,54	4,81	9,61	16,67
Média	8,46	5,26	3,35	6,77	14,86

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores na população de 18 a 64 anos

Tabela A2.2.1 - Taxas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual ² da TEA	Razão ³ necessidade / oportunidade
Economia impulsionada por fatores				
Botsuana	20,57	11,82	61,90	1,74
Burkina Faso	21,43	8,18	72,03	2,62
Camarões	16,27	7,55	64,13	2,15
Cazaquistão	7,58	3,03	68,91	2,50
Filipinas	12,64	4,40	73,66	2,87
Índia	8,52	2,05	78,67	4,16
Irã	8,73	3,73	67,52	2,34
Senegal	27,66	10,43	71,75	2,65
Vietnã	8,55	5,10	62,64	1,68
Média	14,66	6,25	69,02	2,52

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores na população de 18 a 64 anos² Proporção dos empreendedores por oportunidade na TEA³ Número de empreendedores por oportunidade para cada 1 empreendedor por necessidade**Tabela A2.2.2 - Taxas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual ² da TEA	Razão ³ necessidade / oportunidade
Economia Impulsionada por eficiência				
África do Sul	6,04	3,05	65,72	1,98
Argentina	11,96	5,28	67,42	2,27
Barbados	17,00	3,20	80,76	5,31
Brasil	11,85	8,99	56,48	1,32
Bulgária	2,30	1,16	66,47	1,98
Chile	17,48	6,56	67,41	2,66
China	8,26	4,46	64,33	1,85
Colômbia	14,86	7,54	65,55	1,97
Croácia	4,55	3,08	59,17	1,48
Egito	4,24	3,14	57,37	1,35
Equador	23,10	10,25	68,83	2,25
Guatemala	9,47	8,11	53,47	1,17
Hungria	5,67	1,84	71,59	3,08
Indonésia	14,19	3,35	80,31	4,24
Letônia	11,36	2,41	80,51	4,71
Líbano	21,80	8,25	72,31	2,64
Macedônia	2,57	3,18	42,06	0,81
Malásia	2,53	0,40	86,35	6,33
Marrocos	3,07	1,26	69,14	2,44
México	16,56	3,97	78,82	4,17
Panamá	6,65	5,80	51,95	1,15
Peru	16,21	5,61	72,95	2,89
Polônia	6,38	2,58	69,27	2,47
Romênia	7,50	2,98	69,25	2,52
Tailândia	11,16	2,36	81,22	4,73
Tunísia	8,03	1,83	79,27	4,39
Uruguai	11,51	2,60	80,60	4,43
Média	10,23	4,19	68,84	2,84

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores na população de 18 a 64 anos² Proporção dos empreendedores por oportunidade na TEA³ Número de empreendedores por oportunidade para cada 1 empreendedor por necessidade

Tabela A2.2.3 - Taxas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual ² da TEA	Razão ³ necessidade / oportunidade
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,77	0,80	80,21	4,71
Austrália	10,88	1,63	85,07	6,67
Bélgica	3,76	1,71	60,26	2,20
Canadá	11,95	1,99	81,18	6,01
Coréia	6,90	2,25	74,59	3,07
Eslováquia	6,59	3,00	68,36	2,20
Eslovênia	4,31	1,40	72,93	3,08
Espanha	4,19	1,41	73,51	2,97
Estados Unidos	9,77	1,70	82,24	5,75
Estônia	11,14	1,80	84,78	6,19
Finlândia	5,30	0,99	80,42	5,35
Grécia	5,08	1,50	75,26	3,39
Holanda	5,90	1,06	81,83	5,57
Irlanda	7,44	1,80	79,74	4,13
Israel	9,39	1,47	79,44	6,39
Itália	3,63	0,91	74,54	3,99
Luxemburgo	8,78	0,95	86,25	9,24
Noruega	4,61	0,60	81,45	7,68
Porto Rico	6,25	2,13	73,70	2,93
Portugal	7,00	2,32	73,76	3,02
Reino Unido	5,15	1,66	74,31	3,10
Suécia	5,49	0,66	76,68	8,32
Suíça	6,24	0,74	85,36	8,43
Taiwan	6,21	1,09	85,07	5,70
Média	6,66	1,48	77,96	5,00

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores na população de 18 a 64 anos

² Proporção dos empreendedores por oportunidade na TEA

³ Número de empreendedores por oportunidade para cada 1 empreendedor por necessidade

Tabela A2.3.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por fatores		
Botsuana	36,58	30,10
Burkina Faso	33,59	26,65
Camarões	27,19	23,64
Cazaquistão	11,97	10,10
Filipinas	14,85	19,47
Índia	13,65	7,88
Irã	17,50	8,46
Senegal	40,48	36,77
Vietnã	11,64	15,55
Média	23,05	19,85

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.3.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	Masculino	Feminino
Economia Impulsionada por eficiência		
África do Sul	11,60	6,96
Argentina	19,87	15,79
Barbados	22,42	19,77
Brasil	21,65	20,33
Bulgária	4,01	2,90
Chile	29,73	22,14
China	15,34	10,25
Colômbia	27,12	18,49
Croácia	9,70	5,68
Egito	11,06	3,67
Equador	34,34	32,79
Guatemala	21,90	13,90
Hungria	10,41	5,50
Indonésia	17,55	17,79
Letônia	18,63	9,76
Líbano	35,66	24,58
Macedônia	8,65	3,51
Malásia	2,86	3,00
Marrocos	6,10	2,85
México	22,99	19,17
Panamá	13,50	12,10
Peru	21,93	22,50
Polônia	12,47	5,96
Romênia	14,16	7,49
Tailândia	12,68	14,76
Tunísia	14,98	5,33
Uruguai	20,11	9,10
Média	17,09	12,45

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.3.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	6,09	3,29
Austrália	15,48	10,10
Bélgica	7,50	4,98
Canadá	15,99	13,48
Coréia	10,74	7,71
Eslováquia	12,96	6,50
Eslovênia	8,41	3,27
Espanha	6,37	5,02
Estados Unidos	14,63	9,18
Estônia	16,65	9,69
Finlândia	8,92	4,20
Grécia	7,54	5,96
Holanda	10,90	3,49
Irlanda	12,95	5,76
Israel	14,41	9,30
Itália	6,85	2,91
Luxemburgo	11,62	8,70
Noruega	7,49	3,84
Porto Rico	9,96	7,12
Portugal	12,40	6,74
Reino Unido	9,09	4,80
Suécia	9,38	4,81
Suíça	9,48	5,09
Taiwan	9,75	4,85
Média	10,65	6,28

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.4.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por fatores		
Botsuana	6,13	3,16
Burkina Faso	31,95	24,41
Camarões	15,32	10,53
Cazaquistão	2,56	2,23
Filipinas	8,37	6,13
Índia	7,88	3,01
Irã	23,10	5,16
Senegal	23,25	14,74
Vietnã	16,27	22,64
Média	14,98	10,22

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.4.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	Masculino	Feminino
Economia Impulsionada por eficiência		
África do Sul	3,60	3,24
Argentina	13,03	6,23
Barbados	19,26	9,26
Brasil	21,28	16,55
Bulgária	6,30	4,58
Chile	9,80	6,52
China	2,96	3,29
Colômbia	6,57	3,86
Croácia	3,69	1,92
Egito	4,76	1,01
Equador	21,09	13,77
Guatemala	9,94	6,38
Hungria	8,98	4,06
Indonésia	17,04	17,25
Letônia	11,21	8,03
Líbano	24,82	11,03
Macedônia	8,48	3,28
Malásia	5,91	3,58
Marrocos	8,45	2,01
México	8,68	5,18
Panamá	6,30	2,10
Peru	8,22	5,04
Polônia	8,16	3,69
Romênia	9,27	5,68
Tailândia	26,21	23,08
Tunísia	6,54	3,53
Uruguai	3,45	0,87
Média	10,52	6,48

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.4.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	5,95	3,67
Austrália	11,58	5,85
Bélgica	5,89	1,60
Canadá	11,30	6,44
Coréia	8,39	5,49
Eslováquia	8,23	3,30
Eslovênia	6,09	2,22
Espanha	9,13	6,25
Estados Unidos	9,11	5,57
Estônia	9,79	5,74
Finlândia	14,23	6,11
Grécia	16,79	9,39
Holanda	13,12	6,60
Irlanda	7,31	3,91
Israel	4,70	3,12
Itália	6,24	2,81
Luxemburgo	4,57	1,94
Noruega	9,73	3,35
Porto Rico	2,01	0,87
Portugal	8,70	5,41
Reino Unido	6,72	3,83
Suécia	7,15	3,14
Suíça	14,25	8,35
Taiwan	12,09	7,13
Média	8,88	4,67

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.5.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por fatores					
Botsuana	25,74	40,82	36,81	33,68	25,96
Burkina Faso	27,90	35,39	30,75	24,88	21,39
Camarões	19,22	29,00	29,20	27,52	19,14
Cazaquistão	10,06	15,92	8,20	10,62	7,58
Filipinas	8,61	18,63	21,10	21,12	17,88
Índia	8,70	11,46	12,17	12,06	9,31
Irã	12,13	16,26	14,17	9,47	6,45
Senegal	25,41	45,26	46,16	45,61	32,51
Vietnã	12,77	17,80	16,38	8,02	8,43
Média	16,73	25,62	23,88	21,44	16,52

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.5.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia Impulsionada por eficiência					
África do Sul	6,31	10,94	12,29	8,03	6,76
Argentina	14,56	23,31	20,86	17,08	9,17
Barbados	21,93	27,50	24,31	19,09	9,93
Brasil	20,84	26,19	22,68	17,26	13,18
Bulgária	4,38	3,77	4,87	3,76	0,90
Chile	17,24	30,78	30,66	26,20	21,03
China	10,87	17,65	16,30	12,56	5,83
Colômbia	20,32	23,95	27,53	23,23	15,52
Croácia	7,99	10,83	10,54	6,42	2,95
Egito	6,02	9,68	8,76	5,94	4,57
Equador	27,93	38,94	35,52	35,12	25,76
Guatemala	16,37	21,04	18,08	16,28	11,92
Hungria	6,75	10,32	9,20	7,82	4,95
Indonésia	14,93	21,24	19,19	14,98	13,70
Letônia	15,97	22,32	17,57	9,58	4,19
Líbano	26,74	31,95	35,19	31,35	25,57
Macedônia	5,28	9,12	8,66	5,33	0,69
Malásia	2,32	3,25	3,51	2,71	2,57
Marrocos	2,87	6,12	6,64	2,95	1,32
México	12,73	26,81	25,57	20,24	14,72
Panamá	9,95	14,20	14,50	13,55	9,84
Peru	23,92	25,65	22,12	18,54	15,16
Polônia	9,87	13,09	10,64	8,25	3,89
Romênia	14,24	13,60	13,99	5,95	6,16
Tailândia	8,96	18,04	16,74	11,50	9,35
Tunísia	6,55	14,86	10,15	10,57	4,45
Uruguai	11,56	18,41	19,16	13,14	6,17
Média	12,87	18,28	17,23	13,61	9,27

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.5.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	4,58	6,27	4,99	5,41	2,04
Austrália	10,16	15,29	16,38	13,22	6,96
Bélgica	3,40	9,94	8,96	5,05	2,86
Canadá	18,19	16,60	15,85	14,47	9,48
Coréia	2,18	4,56	8,87	15,67	11,45
Eslováquia	12,08	12,74	12,81	7,29	3,46
Eslovênia	2,83	11,42	6,84	4,96	2,03
Espanha	3,37	7,13	8,41	4,95	2,21
Estados Unidos	10,16	13,80	16,70	10,58	7,35
Estônia	14,74	21,51	17,12	7,28	4,57
Finlândia	5,16	8,58	9,70	5,15	4,36
Grécia	2,91	7,26	6,89	9,94	5,70
Holanda	7,26	9,73	7,77	7,22	4,17
Irlanda	8,98	8,41	9,05	12,45	7,60
Israel	7,74	13,78	15,70	10,66	9,50
Itália	5,93	6,83	5,06	3,93	3,39
Luxemburgo	9,01	12,07	11,43	10,02	7,15
Noruega		7,25	6,37	7,56	5,21
Porto Rico	6,66	11,43	10,58	8,60	4,27
Portugal	7,53	12,23	11,38	9,05	5,96
Reino Unido	3,94	7,34	8,94	7,86	5,39
Suécia	5,59	9,27	7,28	7,05	6,03
Suíça	3,14	8,80	9,72	7,86	4,89
Taiwan	10,07	11,99	7,67	4,18	3,35
Média	7,20	10,59	10,19	8,35	5,39

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.6.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por fatores					
Botsuana	2,10	3,69	6,40	7,91	9,39
Burkina Faso	15,83	26,33	35,11	42,18	35,40
Camarões	3,47	11,70	18,91	20,47	26,54
Cazaquistão	0,91	1,68	3,92	2,90	2,88
Filipinas	4,33	6,05	8,89	8,68	11,86
Índia	1,68	5,25	7,97	7,85	5,99
Irã	7,19	14,13	20,14	19,23	13,80
Senegal	5,25	16,17	28,37	33,82	31,55
Vietnã	3,46	17,05	25,76	30,48	29,78
Média	4,91	11,34	17,27	19,28	18,58

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.6.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia Impulsionada por eficiência					
África do Sul	0,73	2,23	3,80	5,92	7,05
Argentina	2,61	7,01	10,86	15,93	13,22
Barbados	2,52	9,76	20,25	22,30	14,27
Brasil	4,81	12,21	23,17	31,48	27,85
Bulgária		4,00	6,25	8,00	6,93
Chile	1,32	3,89	9,66	12,08	14,87
China	0,38	1,82	4,79	4,62	3,07
Colômbia	2,35	4,06	4,65	8,50	7,45
Croácia	0,95	3,42	3,98	2,12	2,94
Egito	1,21	2,62	5,30	3,28	2,65
Equador	5,40	11,15	22,38	27,38	30,57
Guatemala	2,10	6,14	10,30	14,86	18,68
Hungria	2,85	4,62	6,94	8,09	8,70
Indonésia	7,84	13,93	20,73	22,31	23,20
Letônia	1,70	5,60	12,45	14,20	11,59
Líbano	6,08	18,52	22,93	27,88	24,96
Macedônia	3,29	4,18	7,91	8,40	5,16
Malásia	0,90	4,34	7,86	5,52	6,88
Marrocos	2,33	3,91	6,28	9,02	5,76
México	3,07	5,22	10,92	7,61	8,51
Panamá	0,54	1,38	6,09	6,14	8,66
Peru	1,47	5,79	9,91	7,97	10,94
Polônia	0,82	4,37	8,62	7,71	6,37
Romênia	3,18	6,86	9,21	8,69	7,75
Tailândia	2,09	19,35	30,28	34,41	32,04
Tunísia	0,95	4,09	6,90	7,16	7,24
Uruguai	0,77	2,20	1,65	3,19	2,65
Média	2,39	6,40	10,89	12,40	11,85

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.6.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	0,19	2,31	6,94	6,86	5,21
Austrália	0,34	3,63	9,58	13,24	16,06
Bélgica	0,55	2,53	4,62	5,74	3,97
Canadá	0,92	5,64	7,36	15,44	11,14
Coréia	0,36	1,02	5,87	10,57	14,69
Eslováquia	0,38	5,40	7,19	7,53	5,93
Eslovênia	0,46	1,89	5,11	7,55	4,04
Espanha	0,56	3,09	8,24	11,51	11,09
Estados Unidos	1,08	5,22	6,71	12,00	9,84
Estônia	1,99	5,16	7,66	11,97	9,86
Finlândia	0,35	8,10	12,61	15,21	11,34
Grécia	5,80	4,74	14,23	21,02	21,14
Holanda	0,55	6,65	11,67	15,88	9,87
Irlanda	0,28	2,37	6,12	9,05	9,82
Israel		3,40	4,54	5,27	6,65
Itália	1,02	3,66	5,01	5,84	4,98
Luxemburgo	0,74	0,98	4,19	5,52	3,86
Noruega	0,58	4,61	6,83	9,96	9,09
Porto Rico	0,21	2,01	2,34	1,90	0,24
Portugal	1,23	4,44	8,69	9,31	8,65
Reino Unido	0,29	2,71	6,55	7,67	7,80
Suécia	0,76	2,42	4,83	6,94	10,16
Suíça		6,37	11,96	17,68	15,65
Taiwan	1,55	5,26	8,27	15,52	14,78
Média	0,92	3,90	7,38	10,38	9,41

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.7.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Botsuana	31,65	31,99	36,63	24,98
Burkina Faso	30,16	16,91	31,91	34,25
Camarões	27,91	24,28	23,27	18,67
Cazaquistão	9,05	10,29	11,82	13,85
Filipinas	15,25	15,37	21,22	26,29
Índia	8,80	14,50	9,55	
Irã	7,69	13,22	14,75	20,69
Senegal	40,38	29,24	34,30	47,89
Vietnã	9,74	18,63	11,88	29,17
Média	20,07	19,38	21,70	26,97

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto; Pós-Graduação = Doutorado completo.

Tabela A2.7.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia Impulsionada por eficiência				
África do Sul	7,49	9,18	18,01	
Argentina	11,91	19,32	19,82	19,03
Barbados	15,53	17,17	26,41	35,87
Brasil	19,77	23,09	16,70	
Bulgária	0,71	3,12	5,28	4,66
Chile	20,72	23,23	30,14	33,62
China	8,71	12,67	16,42	24,13
Colômbia	18,26	21,30	29,36	38,96
Croácia	0,80	9,09	9,84	10,71
Egito	5,12	7,69	8,22	12,26
Equador	32,41	34,66	35,22	
Guatemala	15,33	20,08	26,24	
Hungria	4,85	8,65	9,42	12,26
Indonésia	14,52	18,97	21,27	13,79
Letônia	4,73	13,31	17,71	15,40
Líbano	29,17	29,24	32,43	22,62
Macedônia	2,99	5,96	7,61	10,13
Malásia	1,71	2,56	4,88	
Marrocos	4,51	5,60	4,70	4,41
México	18,75	23,20	35,40	33,87
Panamá	9,79	14,34	13,62	8,33
Peru	21,17	21,21	24,88	
Polônia	6,14	6,89	11,83	
Romênia	2,49	10,64	11,74	22,17
Tailândia	13,21	12,46	14,78	18,86
Tunísia	6,65	11,45	11,35	11,12
Uruguai	12,59	14,68	15,40	23,69
Média	11,48	14,81	17,73	18,79

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto; Pós-Graduação = Doutorado completo.

Tabela A2.7.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,44	3,86	6,51	
Austrália	11,38	9,80	14,02	14,63
Bélgica	1,71	4,47	6,28	12,87
Canadá	13,62	10,62	14,89	19,57
Coréia	8,85	9,47	9,21	
Eslováquia	7,54	7,14	15,59	10,87
Eslovênia	2,83	5,80	7,41	6,26
Espanha	2,34	5,31	8,62	14,42
Estados Unidos	5,36	8,92	13,25	14,06
Estônia	10,71	10,73	16,79	15,61
Finlândia	1,91	6,77	8,45	6,25
Grécia	1,22	5,84	10,06	7,74
Holanda	11,67	5,69	2,47	9,34
Irlanda	6,27	8,49	9,78	11,13
Israel	12,19	8,76	12,46	17,04
Itália	4,09	5,31		5,64
Luxemburgo	7,03	6,94	11,71	15,65
Noruega	1,47	5,14	7,07	
Porto Rico	3,02	7,11	10,46	16,92
Portugal	6,81	9,82	11,72	14,47
Reino Unido	4,76	5,18	8,41	11,11
Suécia	4,57	6,00	8,63	9,34
Suíça	1,45	6,89	8,26	13,65
Taiwan	4,28	5,22	8,40	9,97
Média	5,77	7,05	10,02	12,22

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto; Pós-Graduação = Doutorado completo.

Tabela A2.8.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Botsuana	4,66	2,16	3,80	22,82
Burkina Faso	23,16	7,15	5,49	
Camarões	13,61	9,90	3,71	8,00
Cazaquistão	2,28	3,37	1,81	2,83
Filipinas		6,14	8,15	1,57
Índia	6,93	6,97	4,07	
Irã	22,03	16,76	9,03	15,10
Senegal	12,83	6,76	8,80	6,36
Vietnã	30,23	25,16	10,03	16,67
Média	14,47	9,37	6,10	10,48

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto; Pós-Graduação = Doutorado completo.

Tabela A2.8.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia Impulsionada por eficiência				
África do Sul	3,66	3,03	5,77	
Argentina	7,05	8,61	12,37	15,07
Barbados	14,17	11,36	17,43	13,86
Brasil	19,91	16,38	11,49	
Bulgária	1,71	5,41	7,25	6,09
Chile	7,60	6,40	9,83	12,02
China	3,51	4,40	1,94	3,03
Colômbia	5,13	4,77	6,09	8,82
Croácia	0,88	3,30	3,18	5,52
Egito	4,36	2,03	3,02	1,73
Equador	13,24	14,77	13,95	
Guatemala	4,66	5,90	10,20	
Hungria	3,38	5,74	9,27	13,62
Indonésia	19,72	16,04	17,34	11,46
Letônia	2,03	8,63	9,60	15,96
Líbano		15,26	14,31	22,77
Macedônia		5,41	6,56	17,95
Malásia	5,01	4,37	4,48	
Marrocos	5,86	6,78	4,72	3,67
México	6,28	6,46	9,61	12,28
Panamá	4,00	3,87	4,54	16,67
Peru	7,79	5,15	6,17	
Polônia	1,97	5,58	6,79	
Romênia	3,36	6,18	10,50	11,07
Tailândia	22,94	23,20	19,43	26,23
Tunísia	9,55	5,35	4,05	3,05
Uruguai	1,36	2,28	2,76	7,45
Média	7,17	7,65	8,62	11,42

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto; Pós-Graduação = Doutorado completo.

Tabela A2.8.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	2,63	4,55	7,43	
Austrália	8,10	8,34	9,12	10,02
Bélgica	1,49	3,66	4,11	4,75
Canadá	6,04	7,78	8,13	13,82
Coréia	11,05	7,61	4,62	
Eslováquia	4,99	7,14	7,80	15,22
Eslovênia	5,36	2,75	5,12	7,81
Espanha	6,87	7,31	9,63	7,52
Estados Unidos	8,78	4,69	6,71	12,41
Estônia	0,98	6,99	8,78	10,40
Finlândia	12,89	9,94	9,38	10,05
Grécia	8,59	10,62	15,13	15,17
Holanda	12,97	8,91	7,78	7,61
Irlanda	3,85	6,07	5,72	5,52
Israel	3,19	2,97	4,11	5,78
Itália	4,59	4,48		5,74
Luxemburgo	4,39	3,10	2,26	4,59
Noruega	9,05	6,61	5,87	
Porto Rico	0,77	1,81	1,30	1,26
Portugal	5,97	6,60	7,63	13,71
Reino Unido	5,61	4,62	5,50	4,85
Suécia	4,85	3,85	6,39	8,69
Suíça	5,62	8,05	15,13	27,13
Taiwan	13,73	13,83	7,94	5,00
Média	6,35	6,35	7,20	9,38

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

²Alguma educação = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Secundário Completo = Segundo grau completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo, mestrado incompleto e completo e doutorado incompleto; Pós-Graduação = Doutorado completo.

Tabela A2.9.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	32,08	43,46	
Burkina Faso	30,71	27,55	32,85
Camarões	23,19	28,94	29,33
Cazaquistão	10,00	12,30	11,66
Filipinas	15,90	12,61	25,83
Índia	8,46	11,73	14,24
Irã	11,09	13,26	16,82
Senegal	31,20	38,55	48,31
Vietnã	10,72	13,07	19,00
Média	19,26	22,39	24,76

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.9.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	7,30	9,02	12,22
Argentina	16,56	18,46	
Barbados	18,04	25,74	23,29
Brasil	20,31	22,09	22,24
Bulgária	1,26	5,09	
Chile	21,11	26,26	28,57
China	8,59	8,52	18,56
Colômbia	17,96	24,83	30,21
Croácia	2,48	7,41	12,08
Egito	7,29	10,95	
Equador	32,01	33,33	36,02
Guatemala	15,32	17,62	24,26
Hungria	5,74	7,81	11,06
Indonésia	12,72	17,41	23,48
Letônia	7,14	12,32	23,17
Líbano	28,46	30,50	31,13
Macedônia	3,09	5,62	8,45
Malásia	2,02	2,95	3,82
Marrocos	3,33	4,37	6,30
México	18,75	22,70	26,00
Panamá	12,86	9,74	14,66
Peru	18,64	22,41	24,47
Polônia	6,20	7,26	16,45
Romênia	5,73	11,31	16,20
Tailândia	12,72	12,30	18,33
Tunísia	9,20	12,92	12,27
Uruguai	9,03	13,87	17,30
Média	11,99	14,92	19,19

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.9.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	3,59	4,29	7,50
Austrália	5,43	15,64	13,83
Bélgica	4,91	7,58	7,89
Canadá	15,32	15,25	14,50
Coréia	9,81	8,92	10,94
Eslováquia	4,75	7,69	14,66
Eslovênia	2,50	4,74	9,20
Espanha	3,55	5,26	12,19
Estados Unidos	8,56	12,18	15,30
Estônia	8,48	11,73	17,46
Finlândia	5,95	5,92	7,68
Grécia	5,70	7,03	8,48
Holanda	4,70	7,59	9,31
Irlanda	10,53	10,58	10,07
Israel	6,89	13,57	14,12
Itália	6,04	4,32	6,81
Luxemburgo	11,80	10,83	9,85
Noruega	3,29	6,71	7,23
Porto Rico	7,69	7,73	11,36
Portugal	5,50	8,44	14,82
Reino Unido	5,98	6,88	8,62
Suécia	6,74	7,45	7,37
Suíça	6,04	5,68	11,07
Taiwan	4,75	7,07	11,52
Média	6,60	8,46	10,91

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.10.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	3,68	6,12	
Burkina Faso	21,48	36,84	23,00
Camarões	11,15	12,50	17,45
Cazaquistão	1,81	3,05	3,35
Filipinas	3,77	10,88	11,52
Índia	2,60	6,16	9,80
Irã	12,55	12,87	18,87
Senegal	16,49	18,25	23,65
Vietnã	14,48	21,47	24,40
Média	9,78	14,24	16,51

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.10.2** - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	1,56	4,47	4,70
Argentina	2,75	11,74	
Barbados	7,56	13,62	22,04
Brasil	16,31	17,41	22,84
Bulgária	3,07	8,88	
Chile	4,76	7,24	10,47
China	1,83	2,48	4,29
Colômbia	3,01	8,24	7,24
Croácia	0,97	1,15	5,17
Egito	2,62	6,51	
Equador	18,17	18,20	15,38
Guatemala	6,71	8,38	11,42
Hungria	2,35	5,65	12,05
Indonésia	14,54	15,33	22,92
Letônia	7,30	7,53	13,25
Líbano	13,84	22,46	22,01
Macedônia	1,72	3,52	10,93
Malásia	2,81	4,69	6,92
Marrocos	4,60	4,36	8,47
México	3,57	6,86	13,84
Panamá	2,57	5,57	5,05
Peru	5,35	4,98	8,44
Polônia	2,84	2,46	11,40
Romênia	4,72	4,79	11,80
Tailândia	24,16	24,23	26,14
Tunísia	3,17	7,40	9,63
Uruguai	2,43	0,60	2,85
Média	6,12	8,47	12,05

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.10.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	1,23	4,16	9,73
Austrália	2,91	8,53	12,17
Bélgica	3,94	2,95	5,37
Canadá	5,45	8,23	12,75
Coréia	8,81	5,84	8,33
Eslováquia	1,90	4,07	9,92
Eslovênia	2,44	2,23	7,01
Espanha	4,61	9,19	13,54
Estados Unidos	3,43	5,27	11,83
Estônia	6,06	6,35	8,43
Finlândia	2,46	9,85	15,66
Grécia	11,25	12,77	15,99
Holanda	4,34	8,11	14,13
Irlanda	3,55	5,21	8,17
Israel	1,62	3,55	6,08
Itália	2,20	4,90	8,56
Luxemburgo	4,10	2,86	3,97
Noruega	3,99	5,64	10,98
Porto Rico	0,37	1,06	2,56
Portugal	4,14	5,39	14,02
Reino Unido	2,84	6,17	6,31
Suécia	3,72	5,22	7,47
Suíça	11,64	11,50	11,66
Taiwan	6,89	10,18	13,91
Média	4,33	6,22	9,94

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.11.1 - Taxas¹ de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Taxa de investidores	Valor médio investido (em US\$)
Economia impulsionada por fatores		
Botsuana	9,98	703,02
Burkina Faso	8,10	215,09
Camarões	13,28	617,01
Cazaquistão	3,92	7.659,90
Filipinas	4,35	636,81
Índia	2,15	2.261,86
Irã	7,74	5.419,19
Senegal	14,18	710,44
Vietnã	10,10	6.281,75
Média	8,20	2.722,79

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe**Tabela A2.11.2 - Taxas¹ de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por eficiência - 2015**

Países	Taxa de investidores	Valor médio investido (em US\$)
Economia Impulsionada por eficiência		
África do Sul	1,30	5.185,68
Argentina	3,47	4.728,17
Barbados	5,04	2.799,38
Brasil	1,39	3.087,72
Bulgária	1,21	5.581,45
Chile	13,65	7.546,14
China	8,68	25.564,55
Colômbia	3,73	5.443,66
Croácia	1,74	25.682,14
Egito	3,20	5.843,86
Equador	5,44	1.578,86
Guatemala	4,68	1.116,83
Hungria	3,58	9.062,01
Indonésia	3,40	1.098,85
Letônia	4,61	7.843,22
Líbano	4,73	11.487,53
Macedônia	2,08	14.097,53
Malásia	2,64	1.744,16
Marrocos	1,55	28.767,85
México	6,10	734,28
Panamá	3,02	1.822,50
Peru	4,07	2.620,08
Polônia	3,00	7.328,04
Romênia	4,16	20.264,82
Tailândia	2,83	4.053,05
Tunísia	6,47	24.671,70
Uruguai	4,04	2.334,50
Média	4,07	8.595,87

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.11.3 - Taxas¹ de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Taxa de investidores	Valor médio investido (em US\$)
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	3,11	29.111,51
Austrália	3,68	56.442,05
Bélgica	2,31	26.207,54
Canadá	4,24	36.004,85
Coréia	2,44	53.397,50
Eslováquia	5,00	13.520,57
Eslovênia	2,16	14.985,49
Espanha	2,28	19.613,93
Estados Unidos	4,65	37.369,01
Estônia	4,95	362,97
Finlândia	2,86	25.751,01
Grécia	3,21	55.994,43
Holanda	3,04	7.843,22
Irlanda	2,77	21.087,29
Israel	2,75	39.540,72
Itália	1,19	88.568,69
Luxemburgo	3,88	37.595,79
Noruega	2,18	47.502,48
Porto Rico	1,09	2.968,41
Portugal	1,40	35.850,44
Reino Unido	1,60	31.003,10
Suécia	4,05	21.140,89
Suíça	4,65	44.111,96
Taiwan	4,93	44.629,66
Média	3,10	32.941,81

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe

Tabela A2.12.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	9,96	20,98	69,06
Burkina Faso	3,07	22,96	73,97
Camarões	7,57	24,01	68,42
Cazaquistão	4,75	23,89	71,36
Filipinas	16,22	37,38	46,41
Índia	46,32	24,08	29,59
Irã	4,61	24,55	70,84
Senegal	3,00	9,48	87,52
Vietnã	4,76	40,29	54,95
Média	11,14	25,29	63,57

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.12.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	25,22	26,77	48,01
Argentina	12,81	26,52	60,67
Barbados	7,48	14,25	78,27
Brasil	9,66	18,73	71,61
Bulgária	2,88	11,57	85,55
Chile	48,72	40,02	11,26
China	11,08	60,81	28,11
Colômbia	20,27	39,70	40,02
Croácia	8,75	19,41	71,83
Egito	13,47	29,41	57,12
Equador	12,81	29,63	57,56
Guatemala	37,01	31,92	31,07
Hungria	11,39	24,71	63,89
Indonésia	25,50	18,96	55,55
Letônia	9,24	31,36	59,40
Líbano	14,34	34,99	50,67
Macedônia	5,71	29,70	64,59
Malásia	5,98	11,02	83,00
Marrocos	20,48	34,57	44,95
México	9,24	21,60	69,16
Panamá	13,67	32,03	54,30
Peru	11,39	25,67	62,94
Polônia	17,00	43,53	39,48
Romênia	15,98	28,30	55,71
Tailândia	9,52	31,60	58,87
Tunísia	17,19	35,77	47,04
Uruguai	21,83	29,36	48,80
Média	15,50	28,96	55,53

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.12.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	13,22	35,70	51,08
Austrália	9,73	35,02	55,24
Bélgica	23,97	32,07	43,96
Canadá	17,90	39,32	42,78
Coréia	14,64	46,49	38,87
Eslováquia	13,47	34,20	52,33
Eslovênia	20,46	27,18	52,36
Espanha	10,61	23,83	65,56
Estados Unidos	14,30	32,79	52,91
Estônia	13,31	39,54	47,15
Finlândia	15,15	27,19	57,66
Grécia	13,84	25,53	60,64
Holanda	20,66	21,09	58,25
Irlanda	15,61	39,79	44,60
Israel	12,50	42,35	45,16
Itália	29,50	36,70	33,80
Luxemburgo	12,95	52,18	34,86
Noruega	3,52	16,24	80,24
Porto Rico	12,56	19,43	68,01
Portugal	5,21	29,17	65,63
Reino Unido	19,78	34,48	45,74
Suécia	9,23	35,91	54,87
Suíça	16,93	35,99	47,07
Taiwan	44,84	16,81	38,35
Média	16,00	32,46	51,55

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.13.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	8,63	19,99	71,38
Burkina Faso	0,80	11,05	88,15
Camarões	5,19	20,45	74,35
Cazaquistão	8,68	13,54	77,77
Filipinas	24,58	29,52	45,89
Índia	28,23	31,29	40,48
Irã	2,88	12,69	84,43
Senegal	2,56	4,95	92,49
Vietnã	2,81	39,64	57,54
Média	9,37	20,35	70,28

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.13.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	32,59	12,71	54,70
Argentina	5,56	16,74	77,71
Barbados	4,60	11,39	84,01
Brasil	6,55	9,20	84,25
Bulgária	3,69	9,23	87,07
Chile	45,01	40,25	14,74
China	13,43	67,29	19,28
Colômbia	17,80	32,05	50,15
Croácia	11,09	13,88	75,03
Egito	14,80	18,68	66,52
Equador	9,52	16,96	73,51
Guatemala	31,80	20,44	47,77
Hungria	3,00	14,47	82,53
Indonésia	27,50	12,76	59,73
Letônia	6,34	19,77	73,89
Líbano	14,24	38,84	46,91
Macedônia	2,10	9,58	88,32
Malásia	8,53	5,16	86,31
Marrocos	5,65	35,26	59,09
México	7,06	16,91	76,03
Panamá	4,76	15,48	79,76
Peru	11,99	15,35	72,65
Polônia	14,11	35,96	49,93
Romênia	11,15	22,66	66,19
Tailândia	6,25	23,49	70,26
Tunísia	7,21	35,35	57,44
Uruguai	12,66	8,31	79,04
Média	12,56	21,41	66,03

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.13.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	5,17	19,60	75,23
Austrália	8,64	17,21	74,14
Bélgica	13,49	21,79	64,72
Canadá	7,84	23,02	69,14
Coréia	12,93	43,26	43,80
Eslováquia	9,65	26,32	64,04
Eslovênia	18,82	14,14	67,04
Espanha	4,69	9,71	85,60
Estados Unidos	6,18	23,50	70,32
Estônia	14,84	30,32	54,84
Finlândia	6,85	26,47	66,68
Grécia	5,47	11,46	83,07
Holanda	7,13	13,05	79,82
Irlanda	7,72	27,81	64,47
Israel	10,17	30,52	59,31
Itália	24,95	45,01	30,05
Luxemburgo	16,13	36,88	47,00
Noruega	1,44	10,84	87,72
Porto Rico	0,00	3,25	96,75
Portugal	1,50	12,84	85,66
Reino Unido	8,24	20,06	71,71
Suécia	6,53	20,69	72,78
Suíça	19,59	13,69	66,72
Taiwan	39,80	9,85	50,35
Média	10,74	21,30	67,96

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.14.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	53,45	40,13	6,42
Burkina Faso	62,09	33,50	4,41
Camarões	71,05	24,01	4,93
Cazaquistão	63,74	27,39	8,87
Filipinas	47,69	44,14	8,16
Índia	27,56	42,92	29,52
Irã	70,89	24,52	4,58
Senegal	64,59	30,14	5,27
Vietnã	63,37	34,43	2,20
Média	58,27	33,46	8,26

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.14.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	47,24	44,45	8,32
Argentina	54,10	38,02	7,88
Barbados	57,58	34,58	7,84
Brasil	56,45	36,48	7,07
Bulgária	71,02	28,98	0,00
Chile	42,24	48,83	8,93
China	66,98	26,92	6,10
Colômbia	54,64	37,42	7,94
Croácia	50,21	42,51	7,29
Egito	63,91	24,35	11,73
Equador	38,43	40,74	20,83
Guatemala	48,65	36,55	14,79
Hungria	62,67	25,31	12,02
Indonésia	68,64	23,89	7,46
Letônia	49,49	43,32	7,19
Líbano	33,62	51,91	14,47
Macedônia	60,11	30,88	9,01
Malásia	65,70	27,79	6,51
Marrocos	82,01	15,77	2,23
México	60,37	36,66	2,98
Panamá	53,91	39,45	6,64
Peru	65,49	29,20	5,31
Polônia	67,31	29,98	2,71
Romênia	50,64	36,67	12,69
Tailândia	54,89	37,48	7,63
Tunísia	56,40	34,74	8,86
Uruguai	54,83	35,58	9,58
Média	56,95	34,76	8,30

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.14.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	42,34	49,31	8,35
Austrália	43,61	46,47	9,92
Bélgica	43,84	48,68	7,47
Canadá	45,19	43,17	11,64
Coréia	59,47	35,11	5,42
Eslováquia	62,18	37,31	0,52
Eslovênia	47,39	39,76	12,84
Espanha	57,82	33,62	8,55
Estados Unidos	40,70	43,85	15,45
Estônia	44,49	46,77	8,75
Finlândia	65,13	28,71	6,15
Grécia	54,32	43,39	2,30
Holanda	55,84	34,27	9,90
Irlanda	24,53	51,22	24,25
Israel	60,73	29,89	9,38
Itália	66,38	30,24	3,38
Luxemburgo	37,93	51,35	10,71
Noruega	54,98	27,62	17,40
Porto Rico	53,07	39,65	7,28
Portugal	49,39	42,49	8,12
Reino Unido	47,44	39,83	12,73
Suécia	48,69	43,33	7,99
Suíça	46,99	40,76	12,25
Taiwan	76,37	11,10	12,53
Média	51,20	39,08	9,72

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.15.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	64,66	32,40	2,94
Burkina Faso	66,56	30,98	2,45
Camarões	76,30	19,16	4,55
Cazaquistão	80,70	19,30	0,00
Filipinas	42,63	49,89	7,48
Índia	43,00	43,11	13,90
Irã	74,60	21,81	3,59
Senegal	77,24	20,12	2,63
Vietnã	57,54	40,92	1,53
Média	64,80	30,85	4,34

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.15.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	63,68	33,15	3,16
Argentina	71,01	26,33	2,66
Barbados	70,12	27,42	2,47
Brasil	75,34	20,41	4,26
Bulgária	81,67	17,40	0,93
Chile	54,33	41,58	4,09
China	59,50	37,58	2,92
Colômbia	69,88	27,64	2,48
Croácia	59,26	29,28	11,46
Egito	80,76	14,01	5,23
Equador	57,14	28,57	14,29
Guatemala	66,49	24,43	9,09
Hungria	76,91	21,04	2,05
Indonésia	67,60	21,59	10,81
Letônia	65,16	27,84	7,00
Líbano	41,02	43,76	15,23
Macedônia	79,66	14,77	5,57
Malásia	53,54	27,83	18,63
Marrocos	82,10	15,19	2,71
México	69,41	29,53	1,06
Panamá	78,57	19,05	2,38
Peru	77,51	19,98	2,52
Polônia	75,79	20,94	3,26
Romênia	62,38	33,72	3,90
Tailândia	64,53	25,90	9,56
Tunísia	52,98	43,75	3,26
Uruguai	72,16	26,07	1,77
Média	67,72	26,62	5,66

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.15.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	63,88	32,95	3,16
Austrália	57,17	38,09	4,74
Bélgica	59,09	30,88	10,03
Canadá	58,98	36,97	4,05
Coréia	69,15	27,99	2,87
Eslováquia	71,93	24,56	3,51
Eslovênia	64,72	32,92	2,36
Espanha	71,60	22,75	5,65
Estados Unidos	55,90	35,92	8,18
Estônia	57,42	33,55	9,03
Finlândia	74,46	21,57	3,97
Grécia	64,27	35,26	0,48
Holanda	64,53	31,86	3,61
Irlanda	50,16	40,89	8,95
Israel	73,25	23,88	2,87
Itália	73,68	22,57	3,76
Luxemburgo	60,26	35,48	4,26
Noruega	59,00	26,79	14,22
Porto Rico	71,14	28,86	0,00
Portugal	71,26	28,74	0,00
Reino Unido	61,90	34,15	3,96
Suécia	60,36	32,48	7,16
Suíça	63,02	31,32	5,66
Taiwan	79,58	13,66	6,76
Média	64,86	30,17	4,97

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.16.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	5,92	12,78	81,30
Burkina Faso	7,49	12,84	79,67
Camarões	10,86	12,83	76,32
Cazaquistão	13,59	19,53	66,88
Filipinas	41,39	36,44	22,17
Índia	32,70	33,02	34,28
Irã	4,86	25,91	69,23
Senegal	18,76	25,59	55,64
Vietnã	4,40	27,47	68,13
Média	15,55	22,93	61,51

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.16.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	25,78	31,15	43,07
Argentina	10,39	11,76	77,85
Barbados	5,23	7,23	87,54
Brasil	0,86	5,45	93,69
Bulgária	29,00	27,50	43,51
Chile	12,87	27,34	59,79
China	9,69	23,36	66,96
Colômbia	18,35	30,82	50,83
Croácia	32,76	33,91	33,33
Egito	40,04	34,03	25,92
Equador	14,04	18,83	67,13
Guatemala	7,51	16,02	76,47
Hungria	9,28	10,74	79,99
Indonésia	58,50	27,36	14,14
Letônia	3,09	13,65	83,26
Líbano	63,63	28,53	7,85
Macedônia	22,82	18,96	58,23
Malásia	20,61	36,18	43,22
Marrocos	62,41	28,59	9,00
México	2,63	9,92	87,45
Panamá	19,92	25,78	54,30
Peru	11,47	18,10	70,43
Polônia	7,87	16,44	75,68
Romênia	15,82	28,01	56,18
Tailândia	14,61	31,84	53,54
Tunísia	64,03	20,42	15,55
Uruguai	15,73	27,28	56,99
Média	22,18	22,56	55,26

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.16.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	7,41	19,34	73,24
Austrália	8,95	18,87	72,18
Bélgica	13,54	22,77	63,70
Canadá	12,50	18,99	68,51
Coréia	7,59	21,07	71,34
Eslováquia	29,02	27,46	43,52
Eslovênia	10,28	16,99	72,73
Espanha	11,95	17,85	70,20
Estados Unidos	9,76	16,13	74,11
Estônia	15,59	23,57	60,84
Finlândia	3,89	16,10	80,00
Grécia	12,26	27,62	60,12
Holanda	13,61	23,30	63,09
Irlanda	16,61	26,56	56,82
Israel	7,34	23,35	69,31
Itália	21,33	26,01	52,66
Luxemburgo	14,57	24,34	61,10
Noruega	6,41	7,27	86,32
Porto Rico	16,21	23,17	60,62
Portugal	7,80	19,93	72,26
Reino Unido	8,76	21,43	69,81
Suécia	8,23	17,97	73,81
Suíça	7,28	20,15	72,57
Taiwan	11,18	13,02	75,79
Média	11,75	20,55	67,69

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.17.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por fatores			
Botsuana	2,11	9,90	87,99
Burkina Faso	18,35	7,96	73,69
Camarões	3,25	9,74	87,01
Cazaquistão	4,42	16,30	79,28
Filipinas	15,73	29,91	54,36
Índia	2,15	18,79	79,06
Irã	4,12	11,42	84,46
Senegal	5,45	16,87	77,67
Vietnã	0,51	11,51	87,98
Média	6,23	14,71	79,06

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.17.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia Impulsionada por eficiência			
África do Sul	5,05	24,47	70,48
Argentina	0,20	3,09	96,72
Barbados	1,06	3,86	95,07
Brasil	0,00	1,52	98,48
Bulgária	0,92	14,75	84,34
Chile	3,89	18,29	77,82
China	3,93	20,45	75,63
Colômbia	5,85	23,37	70,78
Croácia	27,41	23,83	48,76
Egito	3,30	26,92	69,79
Equador	6,25	13,99	79,76
Guatemala	0,57	12,42	87,01
Hungria	0,70	5,20	94,10
Indonésia	43,43	28,20	28,37
Letônia	0,00	3,43	96,57
Líbano	21,32	25,05	53,63
Macedônia	19,11	14,78	66,11
Malásia	2,12	22,93	74,95
Marrocos	61,87	18,71	19,42
México	3,51	6,49	90,00
Panamá	2,38	5,95	91,67
Peru	5,29	14,43	80,28
Polônia	1,63	10,84	87,52
Romênia	7,97	22,11	69,93
Tailândia	2,48	10,56	86,96
Tunísia	50,37	36,30	13,33
Uruguai	11,25	6,23	82,52
Média	10,81	15,49	73,70

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.17.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	2,55	2,60	94,84
Austrália	2,50	9,13	88,38
Bélgica	6,27	5,04	88,69
Canadá	1,82	7,13	91,05
Coréia	2,18	10,08	87,74
Eslováquia	20,18	21,05	58,77
Eslovênia	3,49	7,01	89,50
Espanha	4,81	8,57	86,62
Estados Unidos	1,02	5,48	93,50
Estônia	5,16	7,10	87,74
Finlândia	0,98	5,06	93,96
Grécia	6,24	9,85	83,90
Holanda	4,73	8,79	86,48
Irlanda	1,50	19,56	78,94
Israel	10,20	8,20	81,61
Itália	4,66	12,94	82,40
Luxemburgo	4,66	11,69	83,65
Noruega	0,00	2,91	97,09
Porto Rico	0,00	14,96	85,04
Portugal	1,28	7,12	91,60
Reino Unido	0,97	8,61	90,42
Suécia	2,63	8,17	89,20
Suíça	1,23	6,25	92,52
Taiwan	6,32	5,35	88,33
Média	3,97	8,86	87,17

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.18.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Nenhum consumidor no exterior	De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	Mais de 75% dos consumidores são do exterior
Economia impulsionada por fatores				
Botsuana	67,55	26,27	4,95	1,23
Burkina Faso	88,65	5,91	2,88	2,55
Camarões	74,58	18,46	3,20	3,77
Cazaquistão	74,71	19,21	4,86	1,23
Filipinas	73,62	19,51	6,03	0,84
Índia	58,73	29,39	8,08	3,79
Irã	76,98	19,63	2,14	1,25
Senegal	86,65	10,13	2,23	0,98
Vietnã	80,37	18,15	0,74	0,74
Média	75,76	18,52	3,90	1,82

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.18.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Nenhum consumidor no exterior	De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	Mais de 75% dos consumidores são do exterior
Economia Impulsionada por eficiência				
África do Sul	48,66	29,05	12,25	10,04
Argentina	89,60	9,23	0,59	0,57
Barbados	42,74	48,09	4,72	4,45
Brasil	92,38	7,62	0,00	0,00
Bulgária	71,22	20,85	4,77	3,16
Chile	59,03	27,75	10,99	2,23
China	68,71	25,83	4,38	1,08
Colômbia	24,07	59,70	11,49	4,74
Croácia	9,88	52,52	23,73	13,87
Egito	55,09	27,69	13,76	3,45
Equador	38,30	41,70	9,79	10,21
Guatemala	97,68	2,06	0,26	0,00
Hungria	41,59	40,09	13,62	4,69
Indonésia	97,84	1,84	0,17	0,15
Letônia	42,15	38,15	10,53	9,17
Líbano	26,26	48,60	23,16	1,98
Macedônia	67,99	15,48	12,06	4,47
Malásia	59,89	32,37	6,37	1,37
Marrocos	73,14	18,15	6,19	2,52
México	85,64	12,91	0,60	0,84
Panamá	42,98	14,88	37,19	4,96
Peru	72,14	22,18	3,93	1,76
Polônia	59,80	29,70	7,59	2,91
Romênia	40,38	37,64	17,45	4,53
Tailândia	88,62	8,14	2,53	0,71
Tunísia	68,46	16,45	11,82	3,27
Uruguai	65,95	20,12	7,73	6,21
Média	60,38	26,25	9,54	3,83

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.18.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Nenhum consumidor no exterior	De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	Mais de 75% dos consumidores são do exterior
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	43,62	31,24	14,29	10,84
Austrália	25,41	58,64	10,38	5,57
Bélgica	18,47	58,65	14,37	8,51
Canadá	17,41	54,66	20,86	7,07
Coréia	77,46	11,01	9,23	2,30
Eslováquia	15,30	63,93	14,75	6,01
Eslovênia	34,84	31,48	16,65	17,04
Espanha	79,13	14,61	4,16	2,09
Estados Unidos	15,83	72,51	9,23	2,44
Estônia	38,30	41,70	9,79	10,21
Finlândia	38,48	54,26	4,04	3,23
Grécia	33,92	43,47	14,66	7,95
Holanda	46,30	34,03	11,55	8,12
Irlanda	21,60	50,94	21,89	5,57
Israel	47,44	29,63	10,96	11,96
Itália	51,35	32,38	11,86	4,42
Luxemburgo	17,55	42,43	24,59	15,42
Noruega	80,86	11,96	2,26	4,92
Porto Rico	70,43	21,59	5,73	2,25
Portugal	18,40	55,92	19,99	5,70
Reino Unido	36,88	44,97	14,89	3,25
Suécia	37,82	44,42	9,55	8,20
Suíça	22,90	38,52	26,46	12,12
Taiwan	55,61	26,12	10,79	7,48
Média	39,39	40,38	13,04	7,19

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.19.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Nenhum consumidor no exterior	De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	Mais de 75% dos consumidores são do exterior
Economia impulsionada por fatores				
Botsuana	66,36	26,73	4,95	1,97
Burkina Faso	85,89	8,07	2,94	3,10
Camarões	69,75	22,42	5,34	2,49
Cazaquistão	87,51	9,52	0,00	2,97
Filipinas	80,21	11,99	7,81	0,00
Índia	64,00	15,15	17,18	3,67
Irã	86,43	11,85	0,63	1,10
Senegal	84,95	12,15	2,02	0,88
Vietnã	82,61	16,11	1,28	0,00
Média	78,63	14,89	4,68	1,80

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.19.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Nenhum consumidor no exterior	De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	Mais de 75% dos consumidores são do exterior
Economia Impulsionada por eficiência				
África do Sul	63,36	20,83	8,63	7,18
Argentina	89,71	5,64	1,99	2,66
Barbados	38,54	51,53	5,89	4,04
Brasil	91,57	7,93	0,50	0,00
Bulgária	57,30	34,94	1,92	5,84
Chile	55,22	32,50	9,15	3,13
China	65,81	31,61	0,39	2,19
Colômbia	28,12	60,71	10,00	1,18
Croácia	12,57	44,08	34,99	8,36
Egito	55,65	22,10	19,63	2,62
Equador	87,08	9,54	2,15	1,23
Guatemala	96,01	3,43	0,56	0,00
Hungria	46,36	35,30	11,18	7,16
Indonésia	97,42	2,37	0,00	0,21
Letônia	51,53	27,43	13,74	7,30
Líbano	32,88	40,62	21,84	4,65
Macedônia	55,61	22,47	12,04	9,87
Malásia	67,43	24,37	6,17	2,04
Marrocos	68,81	21,34	6,39	3,46
México	67,77	21,43	10,32	0,48
Panamá	76,54	9,88	9,88	3,70
Peru	90,34	7,71	0,35	1,60
Polônia	55,07	30,48	8,52	5,93
Romênia	47,78	36,13	13,28	2,80
Tailândia	94,06	4,75	1,12	0,08
Tunísia	66,90	6,40	23,06	3,64
Uruguai	55,66	9,47	31,28	3,59
Média	63,52	23,15	9,81	3,52

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.19.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Nenhum consumidor no exterior	De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	Mais de 75% dos consumidores são do exterior
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	49,38	34,89	12,34	3,40
Austrália	35,79	55,04	5,65	3,52
Bélgica	26,80	50,75	16,38	6,07
Canadá	25,28	60,06	9,59	5,06
Coréia	88,18	8,86	2,97	0,00
Eslováquia	29,20	46,90	13,27	10,62
Eslovênia	39,58	29,53	20,98	9,90
Espanha	80,74	14,04	2,81	2,41
Estados Unidos	15,26	76,98	2,60	5,16
Estônia	39,19	40,54	7,43	12,84
Finlândia	45,62	47,84	4,05	2,49
Grécia	48,29	40,41	4,95	6,35
Holanda	52,96	34,29	3,71	9,03
Irlanda	26,82	50,43	13,27	9,49
Israel	60,08	30,74	6,57	2,62
Itália	48,54	40,68	6,54	4,23
Luxemburgo	6,15	53,76	25,22	14,87
Noruega	81,08	13,62	1,76	3,55
Porto Rico	89,92	5,31	4,77	0,00
Portugal	15,91	64,57	13,58	5,95
Reino Unido	44,13	43,50	7,20	5,17
Suécia	58,23	32,02	7,62	2,14
Suíça	13,29	64,16	14,27	8,28
Taiwan	55,69	34,21	6,89	3,21
Média	44,84	40,55	8,93	5,68

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.20.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por fatores	
Botsuana	23,30
Burkina Faso	9,24
Camarões	8,06
Cazaquistão	26,49
Filipinas	7,18
Índia	3,10
Irã	16,66
Senegal	17,09
Vietnã	5,13
Média	12,92

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.20.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia Impulsionada por eficiência	
África do Sul	18,81
Argentina	14,93
Barbados	6,91
Brasil	5,64
Bulgária	5,85
Chile	26,10
China	29,04
Colômbia	42,73
Croácia	23,80
Egito	21,83
Equador	4,48
Guatemala	7,49
Hungria	23,91
Indonésia	0,95
Letônia	26,62
Líbano	5,15
Macedônia	16,39
Malásia	1,69
Marrocos	8,99
México	6,22
Panamá	0,78
Peru	11,21
Polônia	20,11
Romênia	31,16
Tailândia	7,27
Tunísia	31,95
Uruguai	19,33
Média	15,53

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.20.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por inovação	
Alemanha	15,21
Austrália	24,17
Bélgica	12,95
Canadá	19,49
Coréia	11,84
Eslováquia	25,39
Eslovênia	13,62
Espanha	6,06
Estados Unidos	25,23
Estônia	22,05
Finlândia	14,45
Grécia	3,57
Holanda	15,74
Irlanda	26,00
Israel	19,58
Itália	3,65
Luxemburgo	7,84
Noruega	12,42
Porto Rico	1,71
Portugal	11,55
Reino Unido	16,25
Suécia	13,97
Suíça	17,41
Taiwan	24,05
Média	15,18

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.21.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2015

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por fatores	
Botsuana	11,98
Burkina Faso	2,13
Camarões	2,27
Cazaquistão	6,00
Filipinas	7,69
Índia	1,40
Irã	3,13
Senegal	8,69
Vietnã	2,05
Média	5,04

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.21.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2015

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia Impulsionada por eficiência	
África do Sul	13,15
Argentina	4,06
Barbados	3,22
Brasil	1,27
Bulgária	0,00
Chile	11,47
China	15,50
Colômbia	20,48
Croácia	9,30
Egito	8,37
Equador	1,49
Guatemala	5,11
Hungria	3,54
Indonésia	1,64
Letônia	3,46
Líbano	2,81
Macedônia	5,07
Malásia	3,98
Marrocos	4,96
México	1,66
Panamá	2,38
Peru	2,90
Polônia	9,20
Romênia	10,56
Tailândia	1,10
Tunísia	4,12
Uruguai	10,54
Média	5,98

Fonte: GEM Brasil 2015

Tabela A2.21.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2015

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por inovação	
Alemanha	5,02
Austrália	3,15
Bélgica	4,43
Canadá	6,91
Coréia	2,86
Eslováquia	6,14
Eslovênia	3,60
Espanha	1,26
Estados Unidos	6,82
Estônia	5,81
Finlândia	3,49
Grécia	0,00
Holanda	1,71
Irlanda	5,13
Israel	5,31
Itália	0,84
Luxemburgo	4,50
Noruega	5,79
Porto Rico	0,00
Portugal	3,95
Reino Unido	5,77
Suécia	2,82
Suíça	2,78
Taiwan	7,76
Média	3,99

Fonte: GEM Brasil 2015

A black and white photograph of a bee on a flower, with a stylized world map in the background. The bee is in the foreground, facing the viewer. The world map is a grid of dots, with some areas highlighted in a darker shade. The flower is a daisy-like flower with many small petals. The background is a soft, out-of-focus grey.

APÊNDICE 3

EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM 2015 NOS PAÍSES

Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
África do Sul	Development Unit for New Enterprise (DUNE), Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington	Department of Economic Development and Tourism of the Western Cape Government
		Jacqui Kew Penny Kew	
Alemanha	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)
		Udo Brixy Johannes von Bloh	
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry
		Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez	
Austrália	Queensland University of Technology	Paul Steffens Per Davidsson	QUT Business School
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton Jeannine Comma Jason Marshall Paul Pounder Egbert Irving	First Citizens Bank Ltd Sagikor Financial Corporation
Bélgica	Vlerick Business School	Hans Crijns	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)
		Niels Bosma	
		Tine Holvoet Jeff Seaman	

Fonte: GEM 2015

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Botswana	University of Botswana	C R Sathyamoorthi	International Development Research Centre (IDRC)
		R S Morakanyane G N Ganamotse G Setibi I R Radikoko T Mphela T Tsheko T G Ditswheu	
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara M. de S. S. Greco Morlan Luigi Guimarães	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP Universidade Federal do Paraná - UFPR
Bulgária	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff Monika Panayotova Mira Krusteff Veneta Andonova	Telerik - a Progress company
Burkina Faso	CEDRES/LaReGEO	Florent Song-Naba Serge B. Bayala Mamadou Toé Régis G. Gouem Djarius Bama	International Development Research Centre (IDRC)
Camarões	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo Ibrahima Jean Hubert Etoundi Pierre Emmanuel Ndebi Sabine Patricia MOUNGOU Um Ngouem Thérèse She Etoundi	International Development Research Centre (IDRC)

Fonte: GEM 2015

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Canadá	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty Chad Saunders Jacqueline Walsh Charles Davis Dave Valliere Howard Lin Neil Wolff Etienne St-Jean Nathan Greidanus Murat Sakir Erogul Cooper Langford Karen Hughes Harvey Johnstone Adam Holbrook Brian Wixted Blair Winsor Chris Street Horia El Hallam Yves Bourgeois Kevin McKague Allison Ramsay Marc Duhamel	Listed alphabetically Futurpreneur Government of Alberta Agency Government of Ontario Government of Quebec International Development Research Centre (IDRC) Ryerson University Simon Fraser University/ CPROST
	Nazarbayev University Graduate School of Business	Patrick Duparcq Venkat Subramanian Dmitry Khanin Robert Rosenfeld Assel Uvaliyeva Leila Yergozha Maksat Mukhanov Nurlan Kulbatyrov Shynggys Turez	Nazarbayev University Graduate School of Business JSC Economic Research Institute
Chile	JSC Economic Research Institute		
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca Gianni Romani	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra SOFOFA (Federation of Chilean Industry) InnovaChile Corfo Ministerio de Economía
China	Tsinghua University	Gao Jian Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao Rui MU	School of Economics and Management, Tsinghua University

Fonte: GEM 2015

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Colômbia	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas Jhon Alexander Moreno	Universidad Icesi
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fabián Osorio	Pontificia Universidad Javeriana Cali
	Universidad del Norte	Diana Marcela Escandón Lina Maria Medina	Universidad del Norte
		Liyis Gómez Tatiana Hernandez	
		Sasha Paredes Natalia Hernandez	
		Eduardo Gómez-Araujo Sara Lopez-Gomez	
	Corporación Universitaria del Caribe - CECAR	Piedad Martínez	Corporación Universitaria del Caribe - CECAR
Coréia	Universidad EAN	Francisco Matiz	Universidad EAN
	Universidad Cooperativa de Colombia	Angela Maria Henao	Universidad Cooperativa de Colombia
	Korea Insitute of Start-up and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang	Korea Institute of Start- up and Entrepreneurship Development
	Korea Entrepreneurship Foundation	Chaewon Lee	Korea Entrepreneurship Foundation
	J J Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Byung Heon Lee Dohyeon Kim Choonwoo Lee SungHyun Cho Moonsun Kim Miae Kim	Privredna banka Zagreb Ministry of Entrepreneurship and Crafts J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre Croatian Bank for Reconstruction and Development
		Sanja Pfeifer	
		Suncica Oberman Peterka	
Egito	The American University in Cairo - School of Business	Slavica Singer Nataša Šarlija	Information Technology Industry Development Agency (ITIDA) The American University in Cairo - School of Business
		Ahmed Tolba	
		Shima Barakat Seham Ghalwash	
Equador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Ayman Ismail	Banco del Pacífico Mexichem Group
		Ahmed Tolba	
Eslováquia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Virginia Lasio Guido Caicedo Xavier Ordeñana Rafael Coello Ramon Villa Edgar Izquierdo	Slovak Business Agency (SBA) SLOVINTEGRA Energy s.r.o Comenius University in Bratislava, Faculty of Management
		Anna Pilkova Zuzana Kovacicova Marian Holienka	
		Jan Rehak Jozef Komornik	
Eslovenia	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Katja Crnogaj	SPIRIT Slovenia Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship at Faculty of Business and Economics, UM

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Espanha	UCEIF Foundation-CISE GEM Spain Network	Ana Fernandez Laviada	Santander Bank
		Federico Gutiérrez Solana Iñaki Peña Maribel Guerrero Jose Luis González-Pernía Ines Rueda Sampedro Manuel Redondo	GEM Spain Network Fundación Rafael Del Pino
Estados Unidos	Babson College	Donna Kelley	Babson College
		Abdul Ali Candida Brush Marcia Cole Andrew Corbett Philip Kim Mahdi Majbouri Monica Dean Edward Rogoff Thomas Lyons	Baruch College
Estônia	Estonian Development Fund SaarPoll University of Tartu De La Salle University	Rivo Riistop	Estonian Development Fund
		Erki Saar Kadri Paes	
Filipinas		Aida Licaros Velasco	International Development Research Centre (IDRC)
		Emilina Sarreal Brian Gozun Junette Perez Gerardo Largoza Mitzie Conchada Paulyne Castillo	
Finlândia	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy
		Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm Sanna Suomalainen	Turku School of Economics, University of Turku
Grécia	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	SIEMENS HELLAS S.A.
		Katerina Xanthi Ioannis Giotopoulos Evangelia Valavanoti	
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya	Francisco Marroquín University - UFM-
		Carolina Uribe Casasola Daniel Fernández Eduardo Lemus	School of Economic Sciences - UFM- Kirzner Entrepreneurship Center
Holanda	Panteia/EIM	Sophie Doove	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands
		Jolanda Hessels Peter van der Zwan André van Stel Roy Thurik Niels Bosma Amber van der Graaf Tommy Span	

Fonte: GEM 2015

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Hungria	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb József Ulbert Attila Varga Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter Zoltán J. Ács Terjesen Siri Saul Estrin Éva Komlósi	Global Entrepreneurship and Research Institute University of Pécs, Faculty of Business and Economics
	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla Pankaj Bharti Amit Kumar Dwivedi V L Kantha Rao	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI) CEDMAP, Bhopal
Índia	Centre for Entrepreneurship Development Madhya Pradesh (CEDMAP), Bhopal Centre for Entrepreneurship Development Jammu and Kashmir Entrepreneurship Development Institute (JKEDI), Srinagar	MI Parray	JKEDI, Srinagar
	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi Gandhi Pawitan Agus Gunawan Maria Widayrini	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia International Development Research Centre (IDRC) Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia
Indonésia		Triyana Iskandarsyah Budi Husodo Bisowarno Tutik Rachmawati	
	University of Tehran	Abbas Bazargan Nezameddin Faghieh Ali Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafriz Asadollah Kordrnej Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean	Labour Social Security Institute (LSSI)
Irã			
Irlanda	Fitzsimons Consulting / Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Department of Jobs, Enterprise and Innovation

Fonte: GEM 2015

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Israel	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev
Itália	University of Padua	Moreno Muffatto Patrizia Garengo Michael Sheriff Sandra Dal Bianco	Università degli Studi di Padova
Japão	Musashi University	Noriyuki Takahashi Takeo Isobe Yuji Honjo Takehiko Yasuda Masaaki Suzuki	Venture Enterprise Center
Letônia	Stockholm School of Economic in Riga	Marija Krumina Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB
Líbano	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass Mario Ramadan Colm Reilly Patrick Baird Khater Abi Habib Alessio Bortone Marta Solorzano Nadim Zaazaa	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)
Luxemburgo	STATEC - National Statistical Office	Peter Höck Chiara Peroni Cesare Riillo Leila Ben-Aoun Francesco Sarracino	Chambre de Commerce Luxembourg Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur STATEC - National Statistical Office
Macedónia	University Ss. Cyril and Methodius - Business Start-Up Centre	Radmil Polenakovic Tetjana Lazarevska Saso Klekovski Aleksandar Krzalovski Dimce Mitreski Lazar Nedanoski Dimitar Smiljanovski	Macedonian Enterprise Development Foundation
Malásia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Mohar bin Yusof Leilanie binti Mohd Nor Samsinar Md. Sidin	Universiti Tun Abdul Razak
Marrocos	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani Hind Malainine Sara Yassine Salah Koubaa Ahmed Benmejdoub Fatima Boutaleb Abdellatif Komat Ismail Lahsini Meryem Kabbaj	International Development Research Centre (IDRC)
	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola Ernesto Amorós	Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Panamá	City of Knowledge's Innovation Center	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation
	IESA Management School (Panama Campus)	Andrés León	
Peru	Universidad ESAN	Federico Fernández Dupouy	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship Imasen
		Jaime Serida	
Polônia	University of Economics in Katowice	Przemysław Zbierowski	University of Economics in Katowice
	Polish Agency for Enterprise Development	Anna Tarnawa	Polish Agency for Enterprise Development
Porto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Paulina Zadura-Lichota Dorota Weclawska Mariusz Bratnicki Katarzyna Bratnicka	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus
		Marines Aponte	
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Marta Alvarez Manuel Lobato	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
		Augusto Medina	
Reino Unido	Aston University	Douglas Thompson Rui Monteiro Nuno Gonçalves Luís Antero Reto António Caetano Nelson Ramalho	Department for Business, Innovation and Skills (BIS) Welsh Government Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Invest Northern Ireland Belfast City Council British Business Bank
		Mark Hart	
Romênia	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Jonathan Levie Tomasz Mickiewicz	OTP Bank Romania Asociatia Pro Oeconomica Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca
		Annamária Dézsi-Benyovszki	
Senegal	Université Cheikh Anta Diop de Dakar	Ágnes Nagy Tünde Petra Szabó	International Development Research Centre (IDRC)
		Serge Simen	
Suécia	Swedish Entrepreneurship Forum	Bassirou Tidjani Ibrahima Dally Diouf	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova
		Pontus Braunerhjelm	
		Per Thulin Carin Holmquist Ylva Skoogberg Johan P Larsson	

Fonte: GEM 2015

Quadro A3.1 (continuação) - Equipes e patrocinadores do GEM 2015 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Suíça	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)
		Siegfried Alberton	Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETHZ)
Suíça		Andrea Huber	University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)
		Fredrik Hacklin	ZHAW School of Management and Law
Suíça		Onur Saglam	
		Pascal Wild	
Suíça		Jacques Hefti	
		Adrian W. Mueller	
Suíça		Benjamin Graziano	
		Benoît Morel	
Suíça		Raphaël Gaudart	
		Anka Pilauer	
Suíça		Philippe Regnier	
Tailândia	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Pichit Akkrathit	Bangkok University, OSMEP (Organization for Small and Medium Enterprise Development)
		Koson Sapprasert	
Tailândia		Ulrike Guelich	
		Suchart Tripopsakul	
Taiwan	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan
		Chang-Yung Liu	
Taiwan		Su-Lee Tsai	
		Yu-Ting Cheng	
Taiwan		Yi-Wen Chen	
		Ru-Mei Hsieh	
Taiwan		Don Jyh-Fu Jeng	
		Li-Hua Chen	
Taiwan		Shih-Feng Chou	
Tunísia	The Arab Institute of Business Leaders IACE	Majdi Hassen	The Arab Institute of Business Leaders IACE
		Sofian Ghali	
Tunísia		Bilel Bellaj	
		Kamel Ghazouani	
Tunísia		Yasser Arouaoui	
Uruguai	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga	University of Montevideo
		Isabelle Chaquiriand	Deloitte Uruguay
Vietnã	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan	International Development Research Centre (IDRC)
		Doan Thi Quyen	
Vietnã		Pham Thi Thu Hang	
		Le Thanh Hai	
Vietnã		Doan Thuy Nga	

Fonte: GEM 2015

ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS



GEM 2015 – ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS NO BRASIL



Responsável pela coordenação e execução do GEM no Brasil desde o ano 2000, o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) é uma entidade privada, sem fins lucrativos, formada por empresas associadas, organizações governamentais e não-governamentais, entidades de representação empresarial e de trabalhadores, instituições técnico-científicas, universidades e cidadãos. Tem como missão promover a excelência em gestão, a produtividade, o empreendedorismo e a inovação nas organizações privadas e públicas.

Diretor presidente
Sandro Nelson Vieira



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

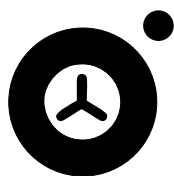
O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) – principal parceiro do IBQP para realização do GEM no Brasil desde 2001 – é uma entidade privada sem fins lucrativos. É um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Diretor presidente
Guilherme Afif Domingos



Atuando desde 2004, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios - FGVcenn faz parte da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV- EAESP) e tem por objetivo gerar conhecimento sobre empreendedorismo (por meio de eventos, competições, publicações nacionais e internacionais, cursos e pesquisas), mudar culturas e conscientizar as pessoas sobre o seu potencial como empreendedoras. O FGVcenn é parceiro do GEM no Brasil desde 2011.

Coordenador do FGVcenn
Tales Andreassi



**AGÊNCIA DE
INOVAÇÃO
UFPR**

A Universidade Federal do Paraná executa ações de fomento ao empreendedorismo por meio de sua Agência de Inovação UFPR. Desde 2008, a Agência mantém um programa de incubação de empresas de base tecnológica e da economia criativa. Além disso, organiza eventos e publica livros e outros materiais com a finalidade de disseminar a cultura empreendedora na instituição e na sociedade.

Diretora Executiva da Agência de Inovação
Elenice Mara Matos Novak
Coordenador de Empreendedorismo e incubação de Empresas
Cleverson Renan da Cunha

COORDENAÇÃO DO GEM

NACIONAL:



INTERNACIONAL:



PARCEIRO MASTER NO BRASIL



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

PARCEIRO ACADÊMICO NO BRASIL



PARCEIRO NO PARANÁ



PARTICIPAÇÃO ESPECIAL EM 2015



Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-87446-21-3



9 788587 446213