



**Global
Entrepreneurship
Monitor**



Empreendedorismo no Brasil - 2016



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 2016 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 65 países no ciclo 2016 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 : 2016 \ Coordenação de Simara Maria de Souza
Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017.
208 p. : il.

Vários autores:

Brendha Rodrigues de Lima
Cleverson Renan da Cunha
Eduardo Pereira Lima
Fernando Antonio Prado Gimenez
Filipe Carvalho Vieira
Flávio Luiz von der Osten
Giovanna Rafaela da Silva Lazzarin
Gleycianne Rodrigues Araújo
Jane Mendes Ferreira
Lucas Lira Finoti
Morlan Luigi Guimarães
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Simone Cristina Ramos
Vinicius Lorangeiras de Souza

Inclui bibliografias.

ISBN 978-85-87446-22-0

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. IX. Guimarães, Morlan Luigi. X. Souza, Vinicius Lorangeiras. XI. Cunha, Cleverson Renan da. XII. Gimenez, Fernando Antonio Prado. XIII. Vieira, Filipe Carvalho. XIV. Osten, Flávio Luiz von der. XV. Araújo, Gleycianne Ferreira Rodrigues. XVI. Mendes, Jane. XVII. Finoti, Lucas Lira. XVIII Ramos, Simone Cristina. XIX. Título.

CDD (22.ed) - 658.110981

COORDENAÇÃO DO GEM

INTERNACIONAL

Global Entrepreneurship Research Association – GERA

Babson College, Estados Unidos London Business School, Reino Unido Tecnológico de Monterrey, México Universidad del Desarrollo, Chile University 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
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

PARCEIROS ACADÊMICOS 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 – Coordenador do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Ricardo Marcelo Fonseca - Reitor
Graciela Inês Bolzón de Muniz - Vice-Reitora
Carlos Itsuo Yamamoto - Diretor Executivo da Agência de Inovação
Cleverson Renan da Cunha - Coordenador de Empreendedorismo e Incubação de Empresas

PARCEIRO INSTITUCIONAL EM 2016

Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE)
Fernando Milagre – Presidente
Julio César Vasconcelos – Vice Presidente
Ananda Carvalho – Diretora de Projetos

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
Morlan Luigi Guimarães – IBQP
Paulo Alberto Bastos Junior - IBQP
Simara Maria de Souza Silveira Greco – IBQP
Vinicius Larangeiras de Souza – IBQP Cleverson Renan da Cunha – UFPR Fernando Antonio Prado Gimenez – UFPR Jane Mendes Ferreira – UFPR
Simone Cristina Ramos – UFPR
Filipe Carvalho Vieira – UFPR
Flávio Luiz von der Osten – UFPR Gleycianne Rodrigues Araújo – UFPR
Lucas Lira Finoti - UFPR
Marco Aurélio Bedê – SEBRAE

Revisão

Marco Aurélio Bedê - SEBRAE Mariano de Matos Macedo – UFPR Gustavo Fanaya _ IBQP
Equipe IBQP

Pesquisa de Campo com População Adulta

Zoom Agência de Pesquisas

Arte e diagramação

Black Flag Publicidade - www.black.ag.com.br

ENTREVISTADOS NA PESQUISA COM ESPECIALISTAS - BRASIL 2016

Adhvan N. Furtado - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia (SEBRAE/BA) e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Agnaldo Castanharo - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE/PR).

Alcionir Paulo Silvestro - Escritório Contábil Contática.

Alessandro Machado - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul (SEBRAE/RS).

Ana Fontes - Rede Mulher Empreendedora.

Anderson Giovanni da Silva - A2Z Serviços de Consultoria.

André Azevedo - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

André Cutrim de Mendonça - Lavamatic Administração e Participações S/A e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

André Nunes de Nunes - Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (FIERGS).

Andréa Gregório - Gregório Consultoria.

Antônio da Luz - Sistema Farsul.

Arthur Rocha Baptista - ARB. Legal | Advocacia Rocha Baptista.

Augusto Martinenco - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul (SEBRAE/RS).

Carlos Artur Trein - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Rio Grande do Sul (SENAI/RS).

Carlos dos Santos - CDS Informática Ltda.

Celimar Carvalho Gomes Rocha - Laboratório Bioanálises.

Celina Maria da Trindade - Grupo Cene.

Claiton Oliveira da Costa - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Rio Grande do Sul (SENAI/RS).

Cristiane Corrêa - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Maranhão (SEBRAE/MA).

Danielle Chianca - Chianca Softwares.

Edson Marco Canassa Junior - Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE).

Edson Sadao Iizuka - Centro Universitário da Fundação Educacional Inaciana (FEI).

Eduardo Cicconi - Fundação Instituto Polo Avançado da Saúde (FIPASE).

Eliane Moreira Libardi Zanetti - Laae Análises Clínicas Ltda.

Eudoxio C. R. Gama - Fancold e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Eva M. Oliveira - WEJ Consultoria e Ensino.

Felipe Bannitz - Grupo Genus.

Felipe Mussalém - Colégio Santa Fé.

Fernando Correa Grisi - Cultura Empreendedora.

Fernando Fagundes Milagre - Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE).

Francisco Alves Bezerra - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Acre (SEBRAE/AC).

Franco Fred Cordeiro Tavares - Unidade de Desenvolvimento Territorial - UDT (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba (SEBRAE/PB).

Giovani Bernardo - Exxas Business e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Guilherme Pignanli - Dplaw - Sociedade De Advogados.

Helio Saul Mileski - Mileski Advogados.

Honorina E. Medeiros - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (SEBRAE/RN).

Humberto Matsuda - Performa Investimentos.

Inês Schwingel - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Distrito Federal (SEBRAE/DF).

J. Bachettini - UCPel.



João Arcalá – Goomer.

João Kepler Braga - Bossa Nova Investimentos.

Jose Erlan Dias Alves - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial de São Paulo (SENAI/SP) e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

José Paulo da Rosa - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do Rio Grande do Sul (SENAC/RS).

Julianderson Panegalli - Delevatti e Panegalli Advogados Associados e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Karim Miskulin - Revista VOTO.

Lara C. Mena Sganzerla - Tevah Moda Masculina Guarapuava.

Luana Cristina Theis - Rioar Automação Industrial Ltda.

Lucas Di Loreto Peron - Uniformes Paraná.

Luciana Muzzi - Motivação Consultoria e Gestão de Pessoas.

Luciana Parga - CH Comunicação Integrada e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Luciano Romano D'Andrea – Centro das Indústrias do Rio Grande do Sul (CIERGS).

Luciano de Holanda de Souza - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba (SEBRAE/PB).

Lucy Mara Baú - OCUPAMED/FISIOTRAB.

Luís Felipe Maldaner - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) / Parque Tecnológico São Leopoldo (Tecnosinos).

Luiz Felipe Forgiarini - Centro Universitário Ritter dos Reis e Confederação Nacional de Jovens Empreendedores (CONAJE).

Luiz Gustavo Garrido - Garrido & Tozzi Advogados / Federação das Associações de Jovens Empresários do Rio Grande do Sul (FAJERS).

Luiza Pezzi Berté - Comercial de Alimentos 3 meninas Ltda e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Marcel Domingos Solimeo - Associação Comercial de São Paulo.

Marcelo Vaz Lobato - Silveira, Athias – Advogados e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Marcia M. Matos – Laboratorium.

Marco Antonio Ponciano - MRC Sistemas.

Marcos A. Monfardini F. - Autvix Engenharia.

Marcos Hashimoto - Polifonia / Faculdade Campo Limpo Paulista (Faccamp).

Marcos Wolff - Banco do Povo Paulista - Governo de São Paulo.

Maria Ferreira Melo de Azevedo - Centro Educacional Teresa de Lisieux.

Marina Gheler - Marina Gheler - Acessórios Femininos (franquia).

Mauricio de Avila Pires - Artesanal Produtos Naturais LTDA e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Micheline Gaia Hoffmann - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

Naira Maria Lobraico Libermann - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Nayana Carvalho Pedreira - Aromarketing - Marketing Olfativo e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

Nelson Hervey Costa - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (SEBRAE/SP).

Nubia Estrela - Estrela Medicina Laboratorial.

Oscar Tenuta Filho - Brasil Cowboy.

Rafael G. Tortato - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE/PR).

Renan Macêdo Silva - Solve Consultoria e Pesquisas.

Renata Fonseca de Gomes Pereira - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Alagoas (SEBRAE/AL).

Renato Santos - RS Participações.

Roberto Astor Moschetta - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Roberto Sekiya - Subsecretaria de Empreendedorismo e da Micro e Pequena Empresa.

Ronald Krummenauer - Agenda 2020.

Rosângela Batista Leite - Celso Jacob Consultoria.

Roselani Sodré da Silva - Conselho Regional de Desenvolvimento da Região Sul do Rio Grande do Sul.

Rosivaldo A. Do Nascimento - Portal Escritório Virtual Ltda.

Sergio Wigberto Risola - Centro de Inova o, Empreendedorismo e Tecnologia (Cietec).

Socorro Corrêa - Serviço Brasileiro de Apoio  s Micro e Pequenas Empresas do Amazonas (SEBRAE/AM).

Thiago de Carvalho - Clinton Education.

Tony Franceschi - Escola de Inglês Teddy Bear.

Vania Labres - Planej Contabilidade.

Vânia Maria Jorge Nassif - Universidade Nove De Julho (UNINOVE).

Vítor Andrade - Start-Up Brasil / SOFTEX.

Vitor Torres - Contabilizei Contabilidade Online.

Wilson Fonseca - Destak Magazine.



SUMÁRIO

Lista de quadros e tabelas	08
Lista de figuras e gráficos	13
Agradecimentos.....	14
Prefácio.....	15
Introdução.....	17
Capítulo 1 - Empreendedorismo no Brasil segundo estágio dos empreendimentos e motivação dos empreendedores – 2016	21
Capítulo 2 - Taxas específicas de empreendedorismo no Brasil e no mundo em 2016	33
2.1 Gênero	35
2.2 Intensidade empreendedora por faixa etária	36
2.3 Intensidade empreendedora por escolaridade	38
2.4 Intensidade empreendedora por renda	40
Capítulo 3 - Perfil dos empreendedores segundo características sociodemográficas e órgãos de apoio	43
3.1 Distribuição percentual de empreendedorismo por gênero	45
3.2 Distribuição percentual de empreendedorismo por faixa etária	47
3.3 Distribuição percentual de empreendedorismo por escolaridade	47
3.4 Distribuição percentual de empreendedorismo por renda	49
3.5 Distribuição percentual de empreendedorismo por estado civil	50
3.6 Distribuição percentual de empreendedorismo por cor	50
3.7 Busca por órgãos de apoio	51
Capítulo 4 - Setores de atividade econômica dos empreendimentos	55
Capítulo 5 - Características dos empreendimentos	69
5.1 Faturamento e porte dos empreendimentos	71
5.2 Formalização	73
5.3 Potencial de inovação	74
Capítulo 6 - Ambiente para empreender no Brasil	79
6.1 Mentalidade empreendedora	81
6.2 Condições para empreender no Brasil	87
Capítulo 7 - Investidores e potenciais empreendedores	97
7.1 Potenciais empreendedores	99
7.2 Investidores	102
Referências	104
Apêndice 1 - Considerações sobre metodologia e procedimentos	107
A.1 Introdução	108
A.2 O objetivo do GEM	108
A.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM	109
A.4 Público-alvo	109
A.5 O modelo GEM	109
A.6 Classificação dos países participantes da pesquisa	110
A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas	110
A.8 Condições que afetam o empreendedorismo	117
A.9 Coleta de dados	119
A.10 Processamento e tratamento de dados	124
Apêndice 2	125
Apêndice 3	191
Organizações parceiras	203

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro I.1 - Classificação dos países participantes no GEM 2016 segundo as características de suas economias - 2016	19
Quadro A1.1 - Terminologias e principais medidas do GEM	111
Quadro A1.2 - Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo GEM	117
Quadro A1.3 - Países participantes do GEM de 2001 a 2016	119
Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2016 ...	130
Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países	194
Tabela 1.1 - Taxas e estimativas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2016	23
Tabela 1.2 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA, estimativas e razão oportunidade e necessidade - Brasil - 2016	30
Tabela 2.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados - 2016	35
Tabela 2.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países selecionados - 2016	36
Tabela 2.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países selecionados - 2016	37
Tabela 2.4 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países selecionados - 2016	37
Tabela 2.5 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países selecionados - 2016	39
Tabela 2.6 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países selecionados - 2016	39
Tabela 2.7 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2016	40
Tabela 2.8 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2016	41
Tabela 3.1 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 2016	51
Tabela 3.2 - Distribuição percentual dos empreendedores por características sociodemográficas segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 2016	52
Tabela 3.3 - Distribuição percentual dos motivos indicados para não buscar órgãos de apoio segundo estágio - Brasil - 2016	53
Tabela 4.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2016	57
Tabela 4.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2016	58
Tabela 4.3 - Distribuição percentual dos empreendedores nascentes, novos e estabelecidos segundo tipos de clientes de seus empreendimentos - Brasil - 2016	59
Tabela 4.4 - Distribuição percentual dos empreendedores por estágio segundo as atividades de seus empreendimentos - Brasil - 2016	60
Tabela 4.5 - Distribuição percentual dos empreendedores nascentes segundo as atividades de seus empreendimentos por motivação - Brasil - 2016	61
Tabela 4.6 - Distribuição percentual dos empreendedores novos segundo as atividades de seus empreendimentos por motivação - Brasil - 2016	62
Tabela 4.7 - Distribuição percentual dos empreendedores nascentes segundo as atividades de seus	



empreendimentos por gênero - Brasil - 2016	63
Tabela 4.8 - Distribuição percentual dos empreendedores novos segundo as atividades de seus empreendimentos por gênero - Brasil - 2016	64
Tabela 4.9 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo as atividades de seus empreendimentos por gênero - Brasil - 2016	65
Tabela 4.10 - Distribuição percentual dos empreendedores nascentes segundo as atividades de seus empreendimentos por faixa etária - Brasil - 2016	66
Tabela 4.11 - Distribuição percentual dos empreendedores novos segundo as atividades de seus empreendimentos por faixa etária - Brasil - 2016	67
Tabela 4.12 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo as atividades de seus empreendimentos por faixa etária - Brasil - 2016	68
Tabela 5.1 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2016.....	71
Tabela 5.2 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores estabelecidos (TEE) - Brasil - 2016	72
Tabela 5.3 - Empreendedores cujos empreendimentos possuem CNPJ - Brasil - 2016	73
Tabela 5.4 - Percentual dos empreendedores iniciais (TEA), segundo às características relacionadas à inovação dos produtos e serviços produzidos pelos seus empreendimentos - Países selecionados - 2016	74
Tabela 5.5 - Percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE), segundo às características relacionadas à inovação dos produtos e serviços produzidos pelos seus empreendimentos - Países selecionados-2016.....	75
Tabela 5.6 -Distribuição Percentual dos empreendedores segundo CNPJ em relação as características Inovadoras - Brasil - 2016	76
Tabela 6.1 - Percentual da população segundo a mentalidade empreendedora: convivência com empreendedores - Países selecionados - 2015:2016	81
Tabela 6.2 - Percentual da população segundo a mentalidade empreendedora: oportunidades de novos negócios - Países selecionados - 2015:2016	82
Tabela 6.3 - Percentual da população segundo a mentalidade empreendedora: conhecimento, habilidade e experiência - Países selecionados - 2015:2016	82
Tabela 6.4 - Percentual da população segundo a mentalidade empreendedora: medo de fracassar - Países selecionados - 2015:2016	83
Tabela 6.5 - Percentual da população segundo a mentalidade empreendedora: Comparação entre indivíduos considerados empreendedores com não empreendedores - Brasil - 2016	84
Tabela 6.6 - Percentual da população segundo o sonho - Brasil - 2015:2016	84
Tabela 6.7 - Características da população segundo o sonho: comparação entre os indivíduos que “sonham ter o próprio negócio” com os que “sonham fazer carreira numa empresa”, segundo características sociodemográficas - Brasil - 2016	85
Tabela 6.8 - Percentual da população segundo o sonho - Brasil - 2016	86
Tabela 6.9.1 - Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados - Países selecionados - 2016	87
Tabela 6.9.2 - Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados - Países selecionados - 2016	88
Tabela 6.10.1 - Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados - Países selecionados - 2016	89
Tabela 6.10.2 - Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados - Países selecionados - 2016	90
Tabela 6.11 - Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os empreendedores - Brasil - 2016	91
Tabela 6.12 - Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os empreendedores - Brasil - 2016	92
Tabela 6.13.1 - Médias das notas atribuídas pelos Países selecionados - 2016	93

Tabela 6.13.2 - Médias das notas atribuídas pelos especialistas para as questões de cada tópico - Países selecionados - 2016	94
Tabela 6.14.1 - Principais recomendações para melhoria das condições para empreender no país segundo os especialistas entrevistados - Países selecionados - 2016	95
Tabela 6.14.2 - Principais recomendações para melhoria das condições para empreender no país segundo os especialistas entrevistados - Países selecionados - 2016	96
Tabela 7.1 - Taxa de potenciais empreendedores - Países selecionados - 2016	99
Tabela 7.2 - Distribuição percentual dos potenciais empreendedores segundo características socio-demográficas - Brasil - 2016	100
Tabela 7.3 - Taxa de potenciais empreendedores - Países selecionados - 2016	102
Tabela 7.4 - Valor médio investido (por investidor) - Países selecionados - 2015:2016	102
Tabela 7.5 - Distribuição percentual dos investidores ¹ segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2016	103
Tabela A2.1.1 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por fatores - 2016	127
Tabela A2.1.2 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por eficiência - 2016	128
Tabela A2.1.3 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por inovação - 2016	129
Tabela A2.2.1 - Taxas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por fatores - 2016	130
Tabela A2.2.2 - Taxas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por eficiência - 2016	131
Tabela A2.2.3 - Taxas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por inovação - 2016	132
Tabela A2.3.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2016	133
Tabela A2.3.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2016	134
Tabela A2.3.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2016	135
Tabela A2.4.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2016	136
Tabela A2.4.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2016	137
Tabela A2.4.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2016	138
Tabela A2.5.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2016	139
Tabela A2.5.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por eficiência - 2016	140
Tabela A2.5.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por inovação - 2016	141
Tabela A2.6.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2016	142
Tabela A2.6.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por eficiência - 2016	143
Tabela A2.6.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países impulsionados por inovação - 2016	144
Tabela A2.7.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por fatores - 2016	145
Tabela A2.7.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por eficiência - 2016	146



Tabela A2.7.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por inovação - 2016	1447
Tabela A2.8.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por fatores - 2016	148
Tabela A2.8.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por eficiência - 2016	149
Tabela A2.8.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade - Países impulsionados por inovação - 2016	150
Tabela A2.9.1 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2016	151
Tabela A2.9.2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2016	152
Tabela A2.9.3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2016	153
Tabela A2.10.1 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2016	154
Tabela A2.10.2 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2016	155
Tabela A2.10.3 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2016	156
Tabela A2.11.1 - Taxas de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por fatores - 2016	157
Tabela A2.11.2 - Taxas de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por eficiência - 2016	158
Tabela A2.11.3 - Taxas de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por inovação - 2016	159
Tabela A2.12.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/ serviço - Países impulsionados por fatores - 2016	160
Tabela A2.12.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/ serviço - Países impulsionados por eficiência - 2016	161
Tabela A2.12.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/ serviço - Países impulsionados por inovação - 2016	162
Tabela A2.13.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2016	163
Tabela A2.13.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2016	164
Tabela A2.13.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2016	165
Tabela A2.14.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2016	166
Tabela A2.14.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2016	167
Tabela A2.14.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2016	168
Tabela A2.15.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2016	169
Tabela A2.15.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2016	170
Tabela A2.15.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2016	171
Tabela A2.16.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/ processo - Países impulsionados por fatores - 2016	172

Tabela A2.16.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2016	173
Tabela A2.16.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2016	174
Tabela A2.17.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2016	175
Tabela A2.17.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2016	176
Tabela A2.17.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2016	177
Tabela A2.18.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2016	178
Tabela A2.18.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2016	179
Tabela A2.18.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2016	180
Tabela A2.19.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2016	181
Tabela A2.19.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2016	182
Tabela A2.19.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2016	183
Tabela A2.20.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2016	184
Tabela A2.20.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2016	185
Tabela A2.20.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2016	186
Tabela A2.21.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2016	187
Tabela A2.21.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2016	188
Tabela A2.21.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2016	189



LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura I.1 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM 2016	18
Figura A1.1 - O modelo GEM.....	110
Figura A1.2 - O processo empreendedor.....	111
Gráfico 1.1 - Taxas de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016	24
Gráfico 1.2 - Taxas de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016	24
Gráfico 1.3 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2016	26
Gráfico 1.4 - Taxas de empreendedorismo novo e nascente - Brasil - 2002:2016	27
Gráfico 1.5 - Taxas de crescimento do PIB e taxas de empreendedorismo iniciais e estabelecidos no Brasil - 2002:2016	27
Gráfico 1.6 - Taxas de crescimento do PIB e taxas de empreendedorismo nascente e novo no Brasil - 2002:2016	28
Gráfico 1.7 - Taxas de desocupação e taxas de empreendedorismo iniciais e estabelecidos no Brasil - 2002:2016	28
Gráfico 1.8 - Taxas de desocupação e taxas de empreendedorismo nascente e novo - 2002:2016	29
Gráfico 1.9 - Taxas de oportunidade como % TEA dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016	30
Gráfico 1.10 - Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial - Brasil - 2002:2016	31
Gráfico 1.11 - Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2002:2016	32
Gráfico 3.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA), segundo gênero - Brasil - 2007:2016.....	45
Gráfico 3.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE), segundo gênero - Brasil - 2007:2016	46
Gráfico 3.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo gênero - Brasil - 2016	46
Gráfico 3.4 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo faixa etária - Brasil - 2016	47
Gráfico 3.5 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo nível de escolaridade - Brasil - 2016	48
Gráfico 3.6 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo renda familiar - Brasil - 2016	49
Gráfico 3.7 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo estado civil - Brasil - 2016	50
Gráfico 3.8 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo cor - Brasil - 2016	50

AGRADECIMENTOS

Otimismo, o sentimento que traduz o momento de virada.

É possível afirmar que o momento é favorável e de grande otimismo, mesmo considerando o Brasil passar pela pior crise já registrada e que ainda levará algum tempo e muita energia para reverter este quadro.

O relatório da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), na edição 2016, aponta vários fatores importantes no sentido da inflexão da curva do cenário de crise e pessimismo. Relevante mencionar que a pesquisa tem como objetivo identificar as atitudes, atividades e aspirações dos empreendedores, bem como avaliar as características do ambiente, tais como finanças, políticas e programas governamentais, educação e treinamento, transferência de tecnologia, infraestrutura de suporte, entre outros.

Importante destacar que o empreendedorismo por necessidade, que está relacionado a falta de opção de trabalho e renda, cedeu espaço para o empreendedorismo por oportunidade. Isto é muito bom. Em outras palavras, boa parte dos novos empreendedores brasileiros estão abrindo seus negócios por vislumbrarem uma oportunidade, e não somente pela falta de opção de renda.

Outro ponto que cabe destaque é a presença feminina nos empreendimentos em estágio inicial (até 42 meses de existência). Neste estágio a participação do público empreendedor feminino, em especial entre 18 e 34 anos, é igual ao masculino. Ou seja, a existência de um equilíbrio de gêneros na atividade empreendedora, tende a qualificar melhor os negócios, pois leva em consideração a multiplicidade das experiências profissionais e pessoais das pessoas que sentem-se estimuladas a abrir um negócio.

Para o IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade é uma grande honra ser o executor da pesquisa GEM no Brasil, desde o ano 2000. Esta é uma missão valorosa, que não seria possível sem a parceria de instituições que acreditam e investem neste trabalho.

Destacamos a parceria longa e fundamental com o SEBRAE, instituição responsável por fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional. Sem a participação do SEBRAE a realização da pesquisa GEM ficaria comprometida.

Dedicação e comprometimento também não faltaram à equipe acadêmica da UFPR – Universidade Federal do Paraná, nas extensas análises e revisões de uma enorme quantidade de dados coletados. A CONAJE – Confederação Nacional dos Jovens Empresários teve papel relevante na indicação dos especialistas, que auxiliaram na avaliação do ambiente para iniciar e manter negócios no Brasil. Igualmente importante ressaltar todo o apoio institucional recebido da FGV-EAESP através do FGV CENN – Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas.

Parcerias valiosas como estas possibilitaram a realização do GEM2016 e são imprescindíveis para que continuemos nossos esforços em produzir uma análise aprofundada sobre a realidade do empreendedorismo no Brasil.

Como elemento central e força motriz do desenvolvimento, cabe destacar a resiliência e o espírito empreendedor de cada um dos brasileiros que acreditou em sua força e nas condições favoráveis para investir em seu negócio próprio, movimentando a economia e criando riqueza para nosso país.

Sandro Nelson Vieira

Diretor-presidente do IBQP

PREFÁCIO

Desde que começamos a fazer a pesquisa GEM, há 17 anos, o empreendedorismo tem se mostrado uma ferramenta de desenvolvimento econômico e que traduz o desejo de muitos brasileiros. Atualmente, ter um negócio é o quarto sonho da nossa população, atrás de viajar pelo Brasil, comprar a casa própria ou um automóvel. Segundo a pesquisa, 36% dos brasileiros possuem um negócio ou realizaram alguma ação, no último ano, para ser dono da sua própria empresa.

Nessa edição de 2016, o GEM nos traz uma boa expectativa para o futuro: verificamos que o empreendedorismo por oportunidade voltou a crescer. 75% dos empreendedores nascentes – aqueles que estão envolvidos com a abertura de uma empresa – estão buscando esse caminho porque encontraram um nicho de atuação. Houve uma ligeira melhora na proporção de novos negócios por oportunidade. Foram 57,4% em 2016, contra 56,5%, em 2015.

Sabemos que devido à crise que o país enfrentou nos últimos anos, muitas pessoas perderam seu emprego. O caminho foi abrir um negócio, ou seja, empreender por necessidade, o que afeta a sobrevivência das empresas, pois para se ter um negócio de sucesso é necessário mais planejamento.

O GEM 2016 nos demonstra que a recuperação da economia passa, necessariamente, pelo empreendedorismo, e que é preciso que o governo crie mecanismos que facilitem e incentivem os pequenos negócios. A capacidade do brasileiro para empreender e a grande quantidade de oportunidades que o país ainda oferece não podem ser desperdiçados.

Os dados positivos do GEM não param por aí, as mulheres já correspondem a 51% dos empreendedores iniciais. Essa informação mostra que o aumento da participação feminina no mercado de trabalho também tem se refletido no empreendedorismo. Isso é extremamente positivo para o Brasil, pois as mulheres tendem a investir mais em capacitação e têm mais acesso à informação, o que pode ajudar na construção de empresas mais sólidas e lucrativas.

Os mais velhos e os mais novos também estão procurando mais o empreendedorismo, como alternativa de ampliação da renda familiar. Se, em 2012, 7% dos empreendedores iniciais tinham mais de 55 anos, em 2016 esse número saltou para 10%. Já os brasileiros empreendedores entre 18 e 24 anos passaram de 18%, em 2012, para 20% no ano passado.

O GEM desta edição traz também a avaliação - Pesquisa com Especialistas - com profissionais de vários setores sobre o ambiente para iniciar novos negócios no país. Na visão desses especialistas, os pontos positivos são a capacidade do brasileiro para empreender, a dinâmica do mercado brasileiro e as políticas e programas governamentais, como exemplo a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Já os pontos limitantes nos dão margem para ampliar o nosso trabalho diminuindo a burocracia, no acesso a crédito e ofertas em educação e capacitação.

Precisamos trabalhar juntos na conquista de um ambiente mais favorável para o empreendedorismo a fim de gerar mais trabalho e renda para os brasileiros.

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 Grupo de Pesquisa Inovação, Sustentabilidade e Empreendedorismo em Pequenas Empresas da Universidade Federal do Paraná – UFPR, apresenta os resultados do Global Entrepreneurship Monitor – GEM para o ano de 2016. 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.

Decorridos dezoito anos, o número de países participantes da pesquisa continua em ascensão, atingindo a marca de 65 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, além das condições para empreender.

Quando comparada a outras pesquisas sobre empreendedorismo, a pesquisa GEM apresenta aspectos distintivos que ressaltam a importância de seus resultados para a formulação de políticas e programas de apoio à criação e desenvolvimento de novos empreendimentos. Entre estes, se destacam: a utilização de fontes primárias de dados com foco no indivíduo e não em empresas; a utilização de um conceito ampliado de empreendedor; e a consulta a especialistas que atuam no campo do empreendedorismo. Estas características levam à identificação do processo empreendedor em todas as suas fases, bem como à possibilidade de identificar, além do empreendedorismo formalmente registrado, também atividades empreendedoras informais. Tal distinção é fruto da definição de empreendedorismo adotada no

âmbito da pesquisa GEM que leva em conta “... 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.

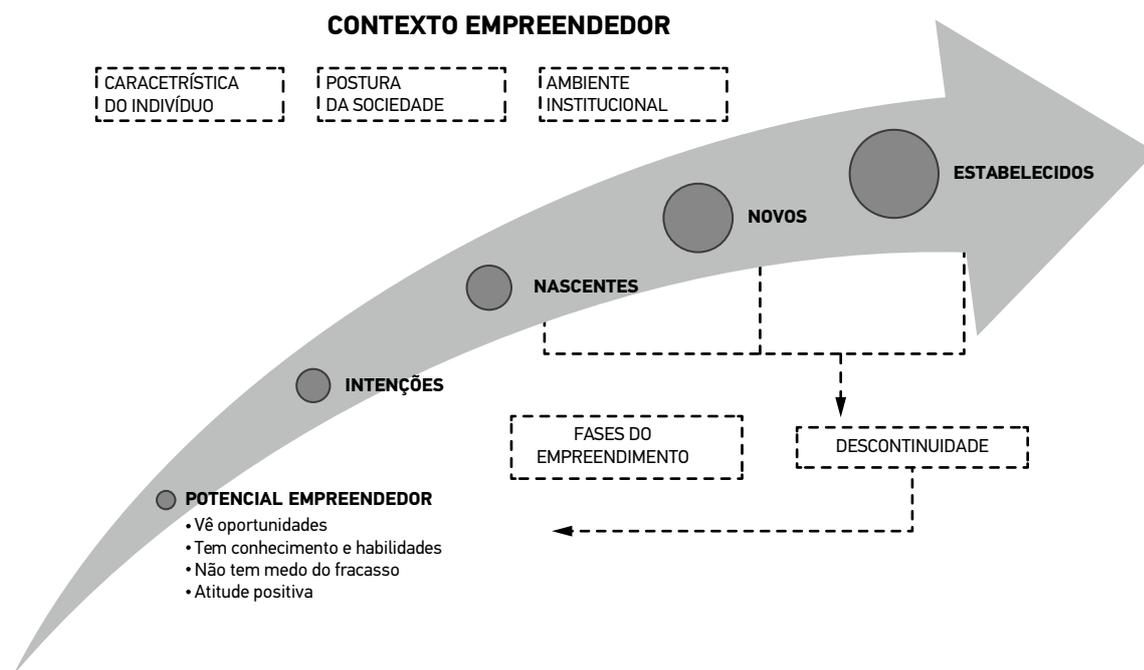
A participação brasileira no GEM ocorre desde o segundo ano de sua realização, sendo aperfeiçoada a cada edição com a consideração de novos temas, indicadores e envolvimento de especialistas que atuam nesse campo no país.

A análise do empreendedorismo que é feita no GEM adota uma visão processual considerando as diversas etapas que caracterizam o fenômeno. Este processo é representado na figura I.1 e engloba quatro momentos: (i) a intenção dos indivíduos em iniciar um negócio; (ii) a criação do empreendimento; (iii) seu desenvolvimento considerando dois estágios, nascentes e novos; (iv) culminando com a etapa em que o empreendimento é considerado estabelecido. Ademais, são analisados aspectos contextuais do processo empreendedor em que são relevantes as características sociodemográficas dos indivíduos, o ambiente institucional da sociedade em termos econômicos, políticos, sociais e de desenvolvimento, e, por fim, a postura da sociedade em relação ao empreendedorismo enquanto atividade socialmente valorizada em termos de ocupação e geração de renda.

A pesquisa GEM utiliza medidas estatísticas que resultam em informações valiosas sobre a intensidade da atividade empreendedora nos diversos países, a descrição das características de empreendedores e empreendimentos e a percepção de especialistas e empreendedores sobre o contexto social em que as atividades empreendedoras estão ocorrendo com foco em fatores facilitadores e dificultadores da ação empreendedora. Estas informações podem ser utilizadas para a formulação e implantação de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo. Ao longo dos anos os relatórios da pesquisa GEM têm também sido importante fonte de estudo para a comunidade científica internacional e brasileira. No caso do Brasil, os

¹ REYNOLDS *et al.*, 1999, p. 3

Figura I.1 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM 2016



resultados do GEM foram utilizados em vários artigos publicados em periódicos brasileiros².

As análises comparativas da intensidade empreendedora entre países, embora sejam cercadas de dificuldades em função da complexidade que está presente na dinâmica de desenvolvimento social e econômico, é possível de serem feitas com base nos resultados da pesquisa GEM. Para isso, esta adota a classificação de países que foi estabelecida pelo Fórum Econômico Mundial – WEF (Global Competitiveness Report). Esta classificação utiliza indicadores sobre o tamanho do PIB, renda per capita e quota de exportação de produtos primários. A combinação dessa gama de indicadores classifica os países em três grupos cujas características são:

- **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 integra o grupo de países impulsionados pela eficiência. Visando a comparação da situação brasileira com outros países participantes foram selecionados sete países de referência considerados representativos dos três grupos. Nesta seleção foram utilizados critérios qualitativos baseados na existência de diferenças culturais e relevância mundial dos países. Além disso, os seguintes critérios orientaram a escolha dos países de referência: população acima de 50 milhões de habitantes; PIB com ordem de grandeza similar superior ao do Brasil; e países localizados em diferentes continentes.

Assim, do grupo de países impulsionados por fatores foram escolhidos Índia e Rússia. Daqueles impulsionados pela eficiência, a escolha recaiu sobre África do Sul, China e México. Estados Unidos e Alemanha foram adotados como países de referência do grupo impulsionado pela inovação. Os países participantes do GEM e sua classificação estão apresentados no Quadro I.1.

²GÓIS (2006); MEZA et al(2008); CUNHA et al (2009); FIORIN; MELLO; MACHADO (2010); NOGAMI; MACHADO (2011); BORGES et al(2013); NOGAMI; MEDEIROS; FAIA (2014); LIMA; DINIZ; GABARDO (2015).

Quadro I.1 - Classificação dos países participantes no GEM 2016 segundo as características de suas economias¹ - 2016

Continentes	Países impulsionados por fatores (6)	Países impulsionados pela eficiência (32)	Países impulsionados pela inovação (27)
África	Burkina Faso, Camarões	África do Sul , Egito, Marrocos	
Ásia & Oceania	Casaquistão ² , Índia , Irã ²	Arábia Saudita ³ , China , Indonésia, Jordânia, Líbano ³ , Malásia ³ , Tailândia, Turquia ³	Austrália, Catar, Coréia, Emirados Árabes Unidos, Hong Kong, Israel, Taiwan
América Latina & Caribe		Argentina ³ , Brasil , Chile ³ , Colômbia, Equador, Guatemala, México ³ , Panamá ³ , Peru, Uruguai ³	
Europa	Rússia ²	Bulgária, Croácia ³ , Eslováquia ³ , Geórgia, Hungria ³ , Letônia ³ , Macedônia, Polônia ³	Alemanha , Áustria, Chipre, Eslovênia, Espanha, Estônia, França, Finlândia, Grécia, Holanda, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Suécia, Suíça
América do Norte		Belize, El Salvador, Jamaica	Canadá, Estados Unidos , Porto Rico

Fonte: GEM 2016

¹ Esta 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.

² Em transição para economias impulsionadas pela eficiência.

³ Em transição para economias impulsionadas pela inovação.

Sob a forma de um levantamento domiciliar, no Brasil foram entrevistados 2000 indivíduos de 18 a 64 anos. As informações coletadas abordaram suas atitudes, atividades empreendedoras e aspirações individuais. Os resultados possuem 95% de confiança, com margem de erro de 2%. Na segunda parte do estudo, cujo objetivo é compreender as condições para se empreender no Brasil, foram entrevistados 92 especialistas de vários segmentos da sociedade brasileira. Estes especialistas desempenham atividades que são de alguma forma relacionadas à atividade empreendedora no Brasil.

Em 2016 acentuou-se a mudança no cenário da economia brasileira que iniciou-se em 2014 e continuou em 2015. A desaceleração econômica do país nesses três anos culminou com um período recessivo que começou com a crise nos mercados internacionais, tornou-se

mais grave com a continuada queda do preço das commodities, e, especialmente, com a crise. Esse cenário se mostrou menos favorável ao empreendedorismo por oportunidade e, em decorrência da situação de maior desocupação no país, acarretou um incremento no empreendedorismo por necessidade. Foi o que se viu em 2015, sendo que em 2016 a participação relativa dos dois tipos de empreendedorismo praticamente repetiu os números do ano anterior.

Este relatório está estruturado em sete capítulos. No Capítulo 1 se apresenta a atividade empreendedora no Brasil e no mundo em 2016, por meio da análise das taxas de empreendedorismo total (TTE), inicial (TEA), e estabelecido (TEE) e a motivação para empreender. O Capítulo 2 trata das taxas específicas de empreendedorismo relativas às diferentes características sociodemográficas da população tanto no Bra-

sil quanto nos países de referência. O Capítulo 3 é dedicado à análise do perfil sociodemográfico dos empreendedores brasileiros em 2016. Neste Capítulo também são comentados os dados sobre a busca de orientação e apoio nos órgãos de fomento à atividade empreendedora no Brasil. No Capítulo 4 são apresentados os setores de atividade econômica dos empreendimentos brasileiros, com destaque para a participação das empresas nascentes, novas e estabelecidas em cada grupo. O Capítulo 5 descreve as características dos empreendimentos com informações sobre faturamento anual, número de empregados, nível de formalização e potencial de inovação dos empreendimentos. No Capítulo 6 são apresentadas as percepções dos empreendedores quanto ao ambiente para empreender no Brasil, a mentalidade empreendedora e outras variáveis que afetam o surgimento de novos negócios. Este capítulo traz também a opinião dos especialistas sobre as condições para empreender no Brasil. Por fim, o Capítulo 7 apresenta dados sobre os potenciais empreendedores – aqueles que manifestaram intenção de criar um novo negócio nos próximos três anos – e investidores, pessoas que nos últimos três anos emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio iniciado por outro indivíduo. A metodologia da pesquisa e seus procedimentos são apresentados no apêndice desta publicação.





CAPÍTULO 1
EMPREENDEDORISMO NO BRASIL
SEGUNDO ESTÁGIO DOS EMPREENDIMENTOS
E MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES – 2016

O presente capítulo analisa as taxas de empreendedorismo da população adulta, indivíduos de 18 a 64 anos, no Brasil e países participantes do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), segundo estágio do empreendimento e motivação dos empreendedores. Tais taxas possibilitam a análise comparativa sobre a intensidade da atividade empreendedora dos países.

Nesse sentido, esta seção destina-se a demonstrar as taxas gerais de empreendedorismo no Brasil em 2016, assim como sua evolução desde 2002. Ademais, este relatório visa demonstrar os dados sobre as motivações dos empreendedores iniciais, subdivididos em novos e nascentes.

Conforme a Tabela 1.1, a Taxa Total de Empreendedores (TTE) brasileiros apresentou valor de 36,0 % em 2016, número inferior à observada em 2015 (39,3%). Já a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA), composta por empreendedores nascentes e novos, alcançou o valor de 19,6%, também inferior a 2015 (21,0%). Portanto, a cada 100 brasileiros, aproximadamente 20 estavam envolvidos com atividades

empreendedoras em estágio inicial em 2016. Nesta composição os empreendedores nascentes foram 6,2% que estavam envolvidos na estruturação de um negócio do qual eram proprietários, porém, tal empreendimento não permitiu a retirada de pró-labores, ou qualquer outra forma de remuneração por mais de três meses.

Já os novos empreendedores brasileiros também são classificados como proprietários de um novo negócio. No entanto, tais empreendedores estão inseridos na faixa de três a 42 meses com relação ao tempo de retirada de pró-labores ou demais formas de proventos. Nesse sentido a Tabela 1.1 demonstra que esses novos empreendedores representavam em 2016 14% no Brasil, valor semelhante ao ano de 2015. A respeito da Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE), definida pela metodologia como sendo os proprietários que administram um negócio capaz de gratificar-se monetariamente por mais de 42 meses (3,5 anos), o valor foi de 16,9%, resultado inferior à observada em 2015 (18,9%).

O Gráfico 1.1 apresenta as Taxas de Empreendedorismo Inicial (TEA) para os países

Tabela 1.1 - Taxas¹ e estimativas² de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2016

Estágio	Taxas	Estimativas
Iniciais	19,6	26.191.876
Nascentes	6,2	8.350.471
Novos	14,0	18.793.132
Estabelecidos	16,9	22.674.916
Total de empreendedores	36,0	48.239.058

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2016: 133,9 milhões.

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2016).

classificados segundo as características de suas economias: impulsionadas por fatores, eficiência ou inovação. O Brasil em 2015 havia assumido o oitavo lugar (21%) no ranking de 31 países com o desenvolvimento econômico impulsionado pela eficiência, posição mantida em 2016, mesmo com o resultado de 19,6%. Tal percentagem representa 26 milhões de brasileiros envolvidos com uma atividade empreendedora há menos de 42 meses, tomando por base os dados das projeções da população brasileira estabelecida pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/IBGE, 2015). Ainda referente ao Gráfico

1.1 percebe-se a melhorada posição do Brasil quando comparado aos demais países integrantes dos BRICs (Rússia, China, Índia e África do Sul). Nota-se também que países latino americanos como Colômbia, Chile, Equador, Peru e México encontram-se em melhores posições que a nação brasileira, evidenciando a crise socioeconômica porque passa o país em análise.

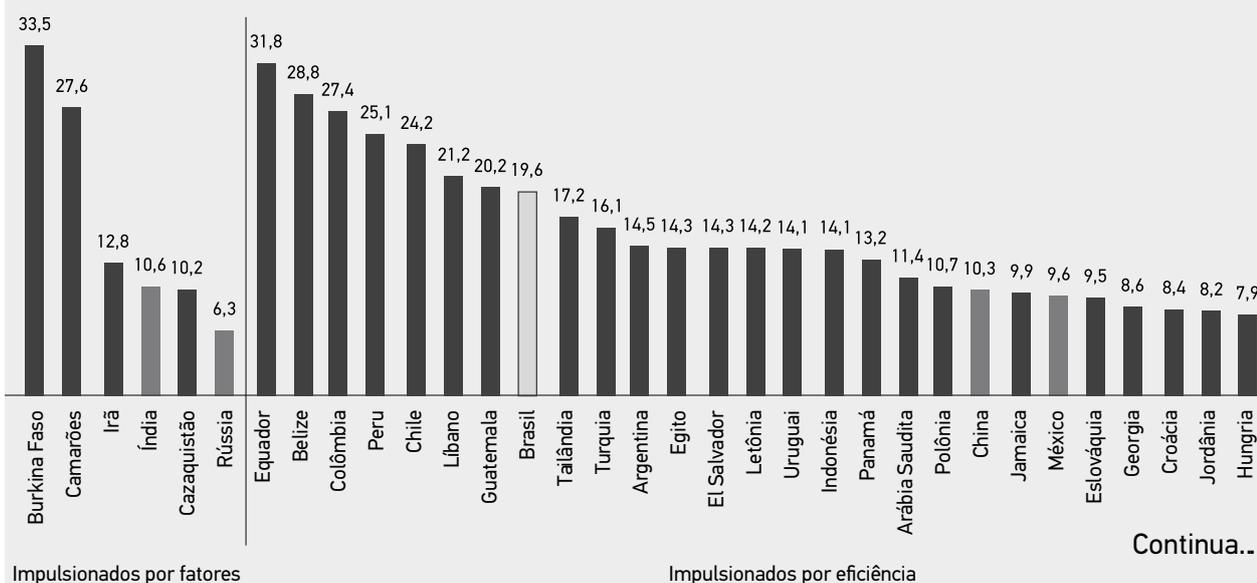
Com relação aos níveis de desenvolvimento econômico e a taxa de empreendedorismo inicial, países integrantes do Grupo dos Oito (G8) como Inglaterra, Canadá, França, Alemanha, Itália, Japão, Estados Unidos e Rússia

obtiveram valores menores confrontados ao Brasil. Porém, as respectivas nações, excluindo a Rússia, são impulsionadas pela inovação. Pode-se inferir, fundamentado em recente estudo promovido pelo GEM em parceria com o Fórum Econômico Mundial (2015), que países menos desenvolvidos, como o Brasil, tendem a apresentar TEA elevada em função da incipiente demanda por trabalho assalariado, restando a

uma parcela significativa da população a alternativa de empreender para sobreviver.

De acordo o Gráfico 1.2, o qual representa a TEE de diversos países, o Brasil encontra-se em terceiro lugar (16,9%), entre as 32 nações com economias impulsionadas pela eficiência. Deve-se apontar para o fato do Brasil ter caído uma colocação ao confrontar com 2015 (18,9%). Ao analisar-se toda a amostra,

Gráfico 1.1 - Taxas de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016

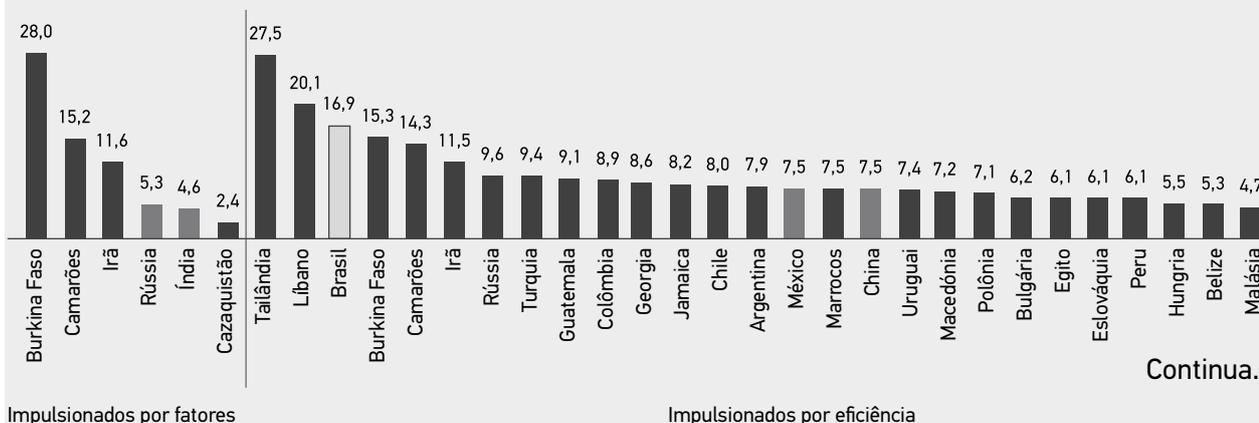


Continua..

Fonte: GEM 2016

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

Gráfico 1.2 - Taxas de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016



Continua..

Fonte: GEM 2016

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

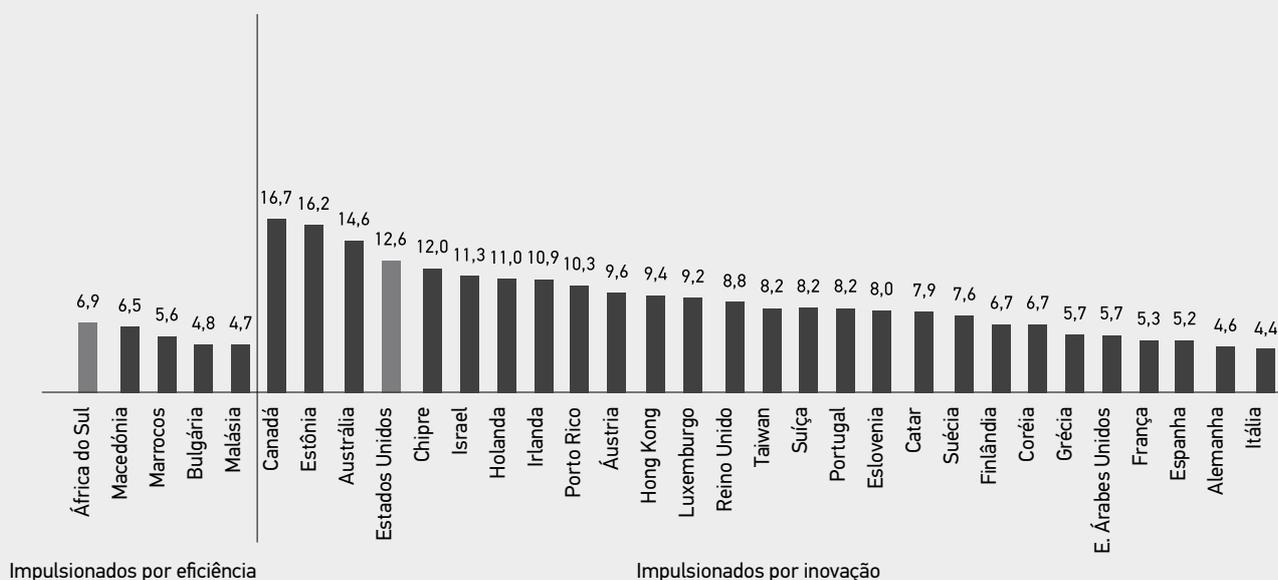


isto é, as 64 nações que compõem a pesquisa, a TEE brasileira permanece na quarta posição, mesmo apresentando um declínio se comparado a 2015. Uma das possíveis causas por tal queda pode ser atribuída à crise econômica vivida pelo país no último ano.

Ainda a respeito do Gráfico 1.2, constata-se uma correlação negativa entre as características das economias, TEE e TEA, dado

que economias impulsionadas pela inovação apresentam taxas menores do que países impulsionados por eficiência ou fatores. Tais dados permitem inferir que o empreendedorismo nos países impulsionados por eficiência ou fatores ocorre de maneira mais acentuada por apresentar poucas oportunidades de trabalho e pelo baixo PIB per capita, levando a população a aventurar-se no empreendedorismo.

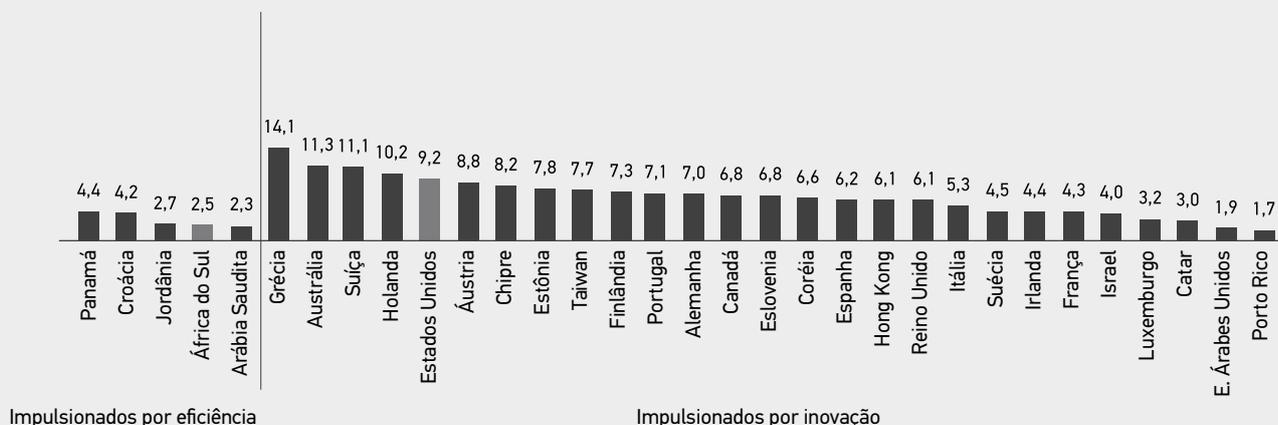
Gráfico 1.1 - (Continuação) Taxas de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016



Fonte: GEM 2016

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

Gráfico 1.2 - (Continuação) Taxas de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016



Fonte: GEM 2016

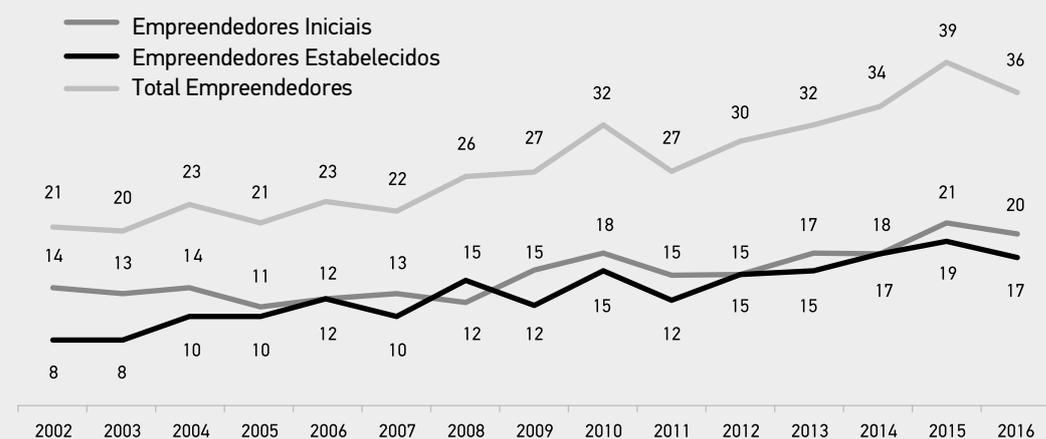
¹ Esta classificação é baseada no relatório de competitividade Global (Global competitiveness Report) – Publicação do fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela das exportações relativa aos bens primários.

O Gráfico 1.3 demonstra a evolução das taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento no período 2002-2016. Nota-se uma tendência de aumento na taxa total de empreendedores, particularmente entre o período de 2005 a 2010, saindo de 21% para 32%. Vale ressaltar que em 2015 o Brasil alcançou o valor de 39% na TTE, o maior da série analisada. Porém, em 2016 o número total de empreendedores decresceu 3,0 pp (pontos percentuais), obtendo o resultado de 36%, o equivalente a 48,3 milhões de indivíduos. Isso provém tanto da queda da TEE no ano de 2016 (17%) se comparada ao ano de 2015 (19%), quanto da TEA em um ponto percentual em 2016 (20%).

Deve-se ressaltar que a TEE, de forma

mais significativa se comparada a TEA, contribuiu para a queda da TTE no ano de 2016. Uma possível explicação para o ocorrido se dá pela instabilidade econômica vivenciada no Brasil após 2012. Vale ressaltar que a TEE é considerada um dos pilares econômicos das nações. Porém, mesmo com a atividade econômica nacional decrescendo, a TTE (36%) apresentou o segundo maior valor desde 2002. Portanto, observa-se ao longo da série a consolidação do empreendedorismo como alternativa ao emprego formal, bem como sua crescente importância para a manutenção do nível de atividade econômica no Brasil, uma vez que a atividade de empreender correlaciona-se diretamente ao PIB e ao contexto socioeconômico nacional.

Gráfico 1.3 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2016



Fonte: GEM 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

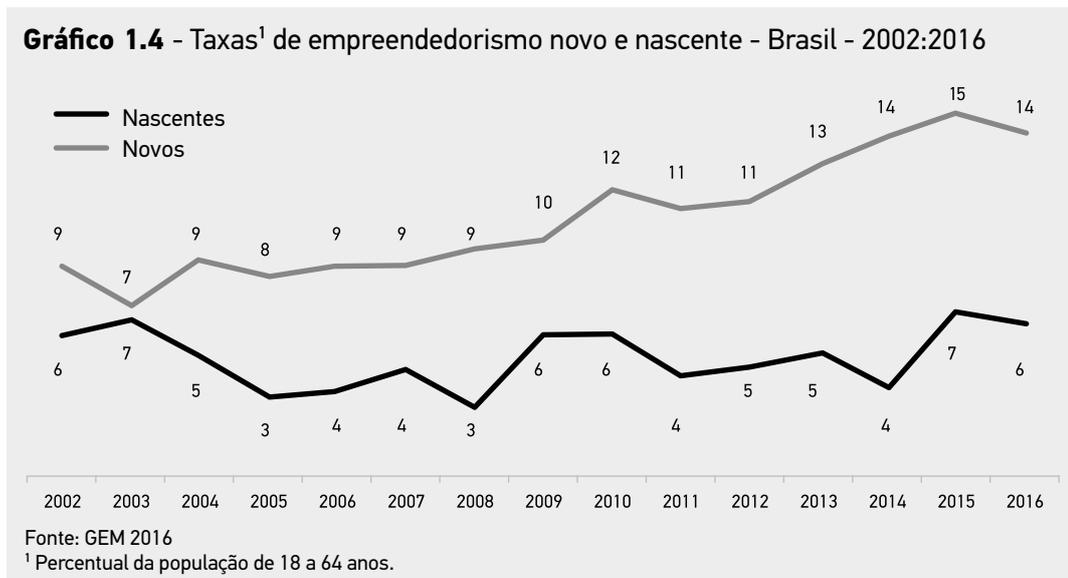
O Gráfico 1.4 apresenta a evolução histórica das taxas de empreendedores nascentes e novos no Brasil, os quais estão inseridos na classificação de empreendedores iniciais. Ao longo do período de análise percebeu-se uma constante variação da taxa de empreendedores nascentes, oscilando entre 3% e 7%. Para o ano de 2016 a referida taxa apresentou valor de 6,2%, valor menor ao encontrado em 2015 (6,7%). Portanto, constata-se a dificuldade da nação brasileira em romper o patamar de 7 em cada 100 brasileiros envolvidos em empreendimentos nascentes.

A respeito da taxa de empreendimentos novos os dados demonstram uma tendência de crescimento de 2003 a 2015, chegando ao maior nível da série. Já em 2016 houve uma redução da respectiva taxa, retornado ao patamar de 2014, cujo valor foi de 14%. Sob este aspecto, pode-se inferir que a crise econômica impactou diretamente ambas as taxas, resultando em desaquecimento da atividade empreendedora total no médio prazo, primordialmente em função da ausência de empreendedores iniciais que alcancem o estágio de empreendedor estabelecido. Observa-se, ainda que há no caso dos



empreendedores nascentes maior sensibilidade em relação à atividade econômica do país do que para os empreendedores novos. Isso por-

que empreendedores nascentes remuneraram proprietários e funcionários por até três meses.



O Gráfico 1.5 destina-se a apresentar a correlação entre as taxas de empreendedores iniciais e estabelecidos junto à taxa de crescimento do PIB brasileiro. As evidências apontam que no período de 2002-2010 as taxas de empreendedorismo supramencionadas acompanharam a do PIB. Contudo, a partir de 2012, constata-se uma correlação negativa das respectivas taxas de empreendedorismo à taxa do PIB, uma vez que ambas as taxas exibem cres-

cimento moderado até 2015, enquanto a taxa do PIB mostra uma queda abrupta. Já em 2016 a correlação entre as taxas volta a ser positiva, portanto, com a redução da atividade empreendedora no Brasil, houve impacto no PIB brasileiro. Em suma, apesar da conjuntura econômica desfavorável dos anos recentes, particularmente a partir de 2011, as taxas de empreendedorismo vêm apresentando resiliência, conforme pode ser notado no Gráfico 1.6.

Gráfico 1.5 - Taxas de crescimento do PIB e taxas¹ de empreendedorismo iniciais e estabelecidos no Brasil - 2002:2016

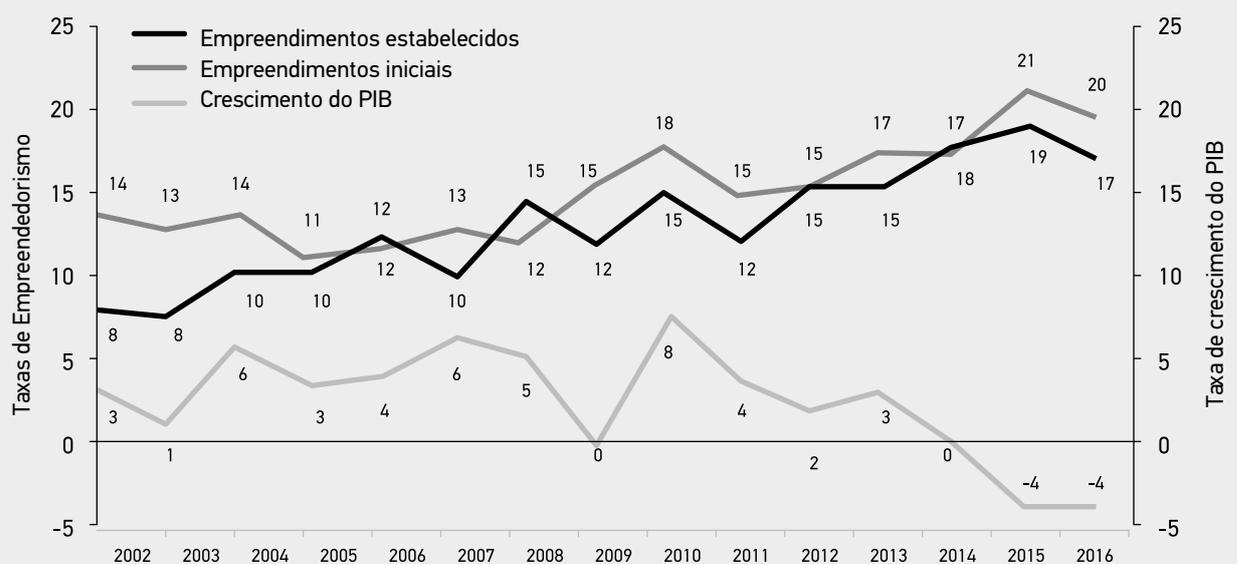
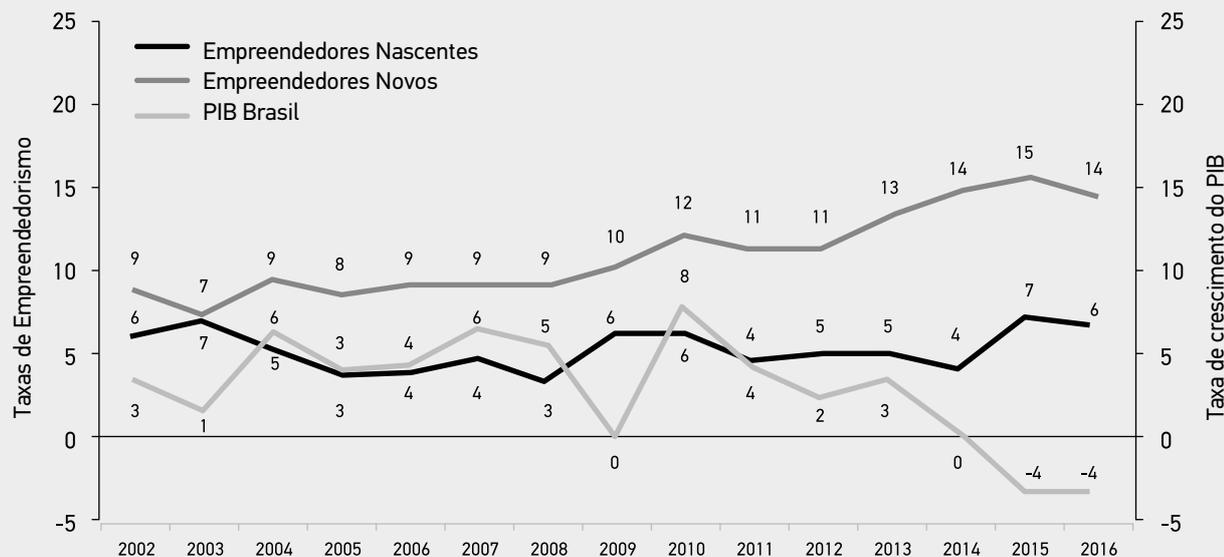


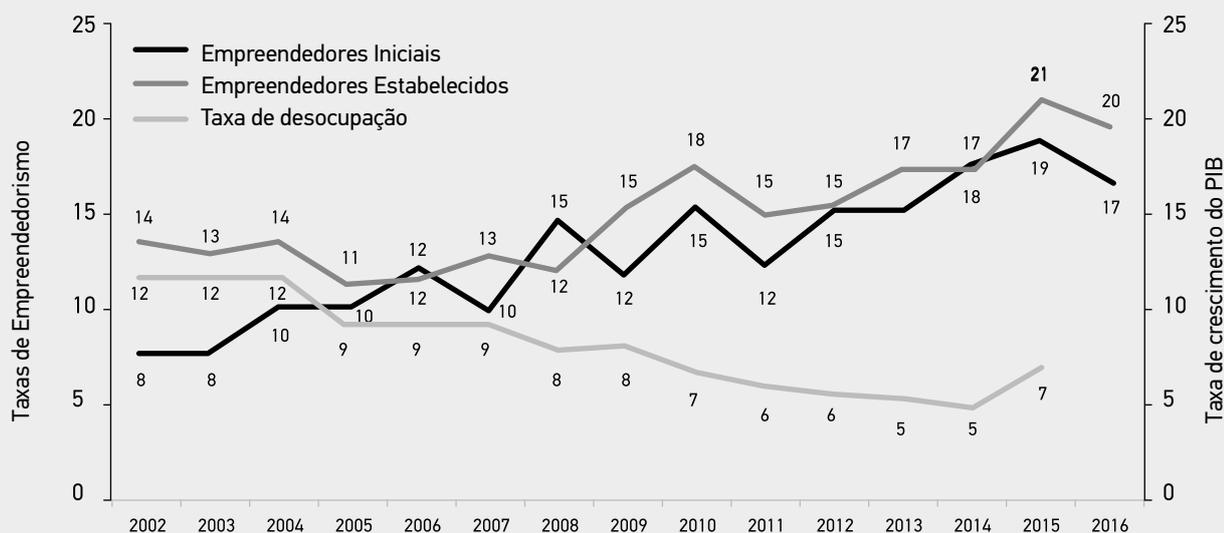
Gráfico 1.6 - Taxas de crescimento do PIB e taxas¹ de empreendedorismo nascente e novo no Brasil - 2002:2016



Fonte: GEM 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

Gráfico 1.7 - Taxas¹ de desocupação e taxas² de empreendedorismo iniciais e estabelecidos no Brasil - 2002:2016



Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

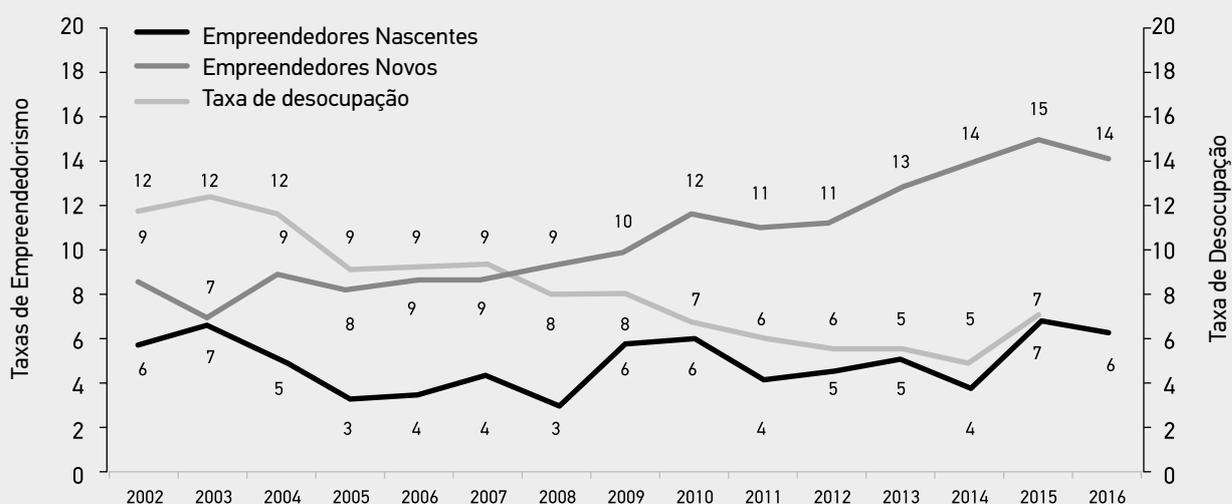
¹ Porcentagem da população brasileira de pessoas desempregadas ou desocupadas: aquelas que não estavam trabalhando, estavam disponíveis para trabalhar e tomaram alguma providência efetiva para conseguir trabalho nos trinta dias anteriores à semana em que responderam à pesquisa (segundo o IBGE).

² Percentual da população de 18 a 64 anos.

O Gráfico 1.7 corrobora com o presente estudo ao demonstrar a correlação das taxas de empreendimentos, iniciais e estabelecidos, com a taxa de desocupação da população brasileira. Nota-se uma relação inversa entre as respectivas taxas, indicando que de 2002 a 2014 o número de indivíduos desocupados diminuiu, puxado principalmente pelo aumento das taxas de empreendedorismo. No ano de 2015 nota-se uma considerável expansão da taxa de deso-

cupados, se comparado a 2014. Tal comportamento foi determinado pela queda do dinamismo do mercado interno. Uma menor taxa de desocupação tende a implicar em maiores rendimentos e crédito destinado ao consumo, que associados a políticas públicas de distribuição de renda, amplia o mercado para novos negócios. O mesmo comportamento ocorreu em relação às taxas de empreendedorismo nascente e novo (Gráfico 1.8).

Gráfico 1.8 - Taxas¹ de Desocupação e taxas² de Empreendedorismo Nascente e Novo - 2002:2016



Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

1 Porcentagem da população brasileira de pessoas desempregadas ou desocupadas: aquelas que não estavam trabalhando, estavam disponíveis para trabalhar e tomaram alguma providência efetiva para conseguir trabalho nos trinta dias anteriores à semana em que responderam à pesquisa (segundo o IBGE).

2 Percentual da população de 18 a 64 anos.

No período de retração da economia nacional pós 2012 o empreendedorismo continuou a crescer, porém, agora puxado pela sua componente por necessidade (Tabela 1.2). 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 e por negócios mais simples e de menor escala de faturamento, como a Lei responsável por criar o MEI; ou até mudanças na cultura brasileira, agora, cada vez mais propensa à ativi-

dade empreendedora (CARRER *et al.*, 2010).

A motivação dos empreendedores iniciais pode ocorrer pela necessidade ou oportunidade. Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares. No que concerne aos empreendedores por oportunidade, o GEM define-os como capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda. Assim, é possível decompor a TEA em duas taxas: a Taxa de Empreendedores por

Necessidade e a Taxa de Empreendedores por Oportunidade. Vale ressaltar que as taxas apresentam correlação negativa, ou seja, à medida que a taxa de empreendedores por necessidade diminui, aumenta a taxa de empreendedores por oportunidade, e vice-versa.

O Gráfico 1.9 evidencia que a proporção de empreendedores por oportunidade é mais

alta nos grupos de países impulsionados por inovação, isto é, que apresentam maiores níveis de desenvolvimento socioeconômico.

No Brasil, o ano de 2016 apresentou uma melhora sutil se comparado a 2015 (56,5%), com o valor de 57,4%. Portanto, a cada 100 empreendedores, 57 empreendem por oportunidade (Gráfico 1.10).

Tabela 1.2 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas¹ para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA², estimativas³ e razão oportunidade e necessidade - Brasil - 2016

Motivação	Taxas	Percentual da TEA	Número de Empreendedores
Oportunidade	11,2	57,4	15.022.742
Necessidade	8,3	42,4	11.113.080
Razão Oportunidade/Necessidade		1,4	

Fonte: GEM Brasil 2016

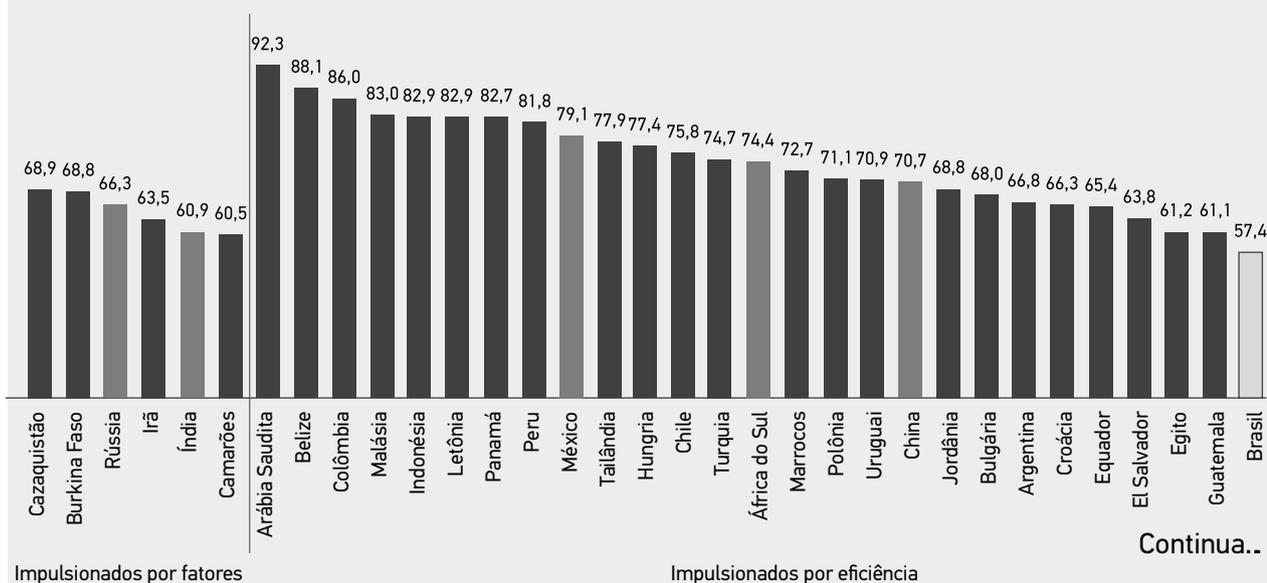
1 Percentual da população de 18 a 64 anos.

2 Proporção sobre a TEA: A soma dos valores pode não totalizar 100% quando houverem recusas e/ou respostas ausentes.

3 Estimativas calculadas a partir de dados da população de 18 a 64 anos para o Brasil em 2016: 133,9 milhões.

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2016).

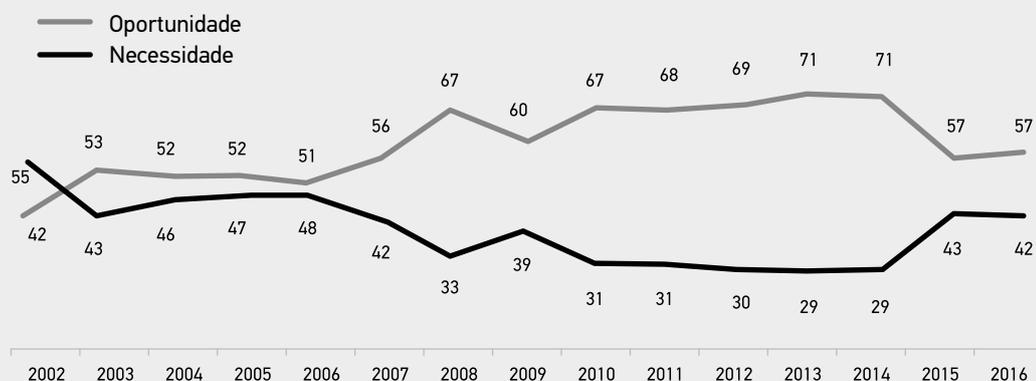
Gráfico 1.9 - Taxas de oportunidade como % TEA dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016



Fonte: GEM 2016

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

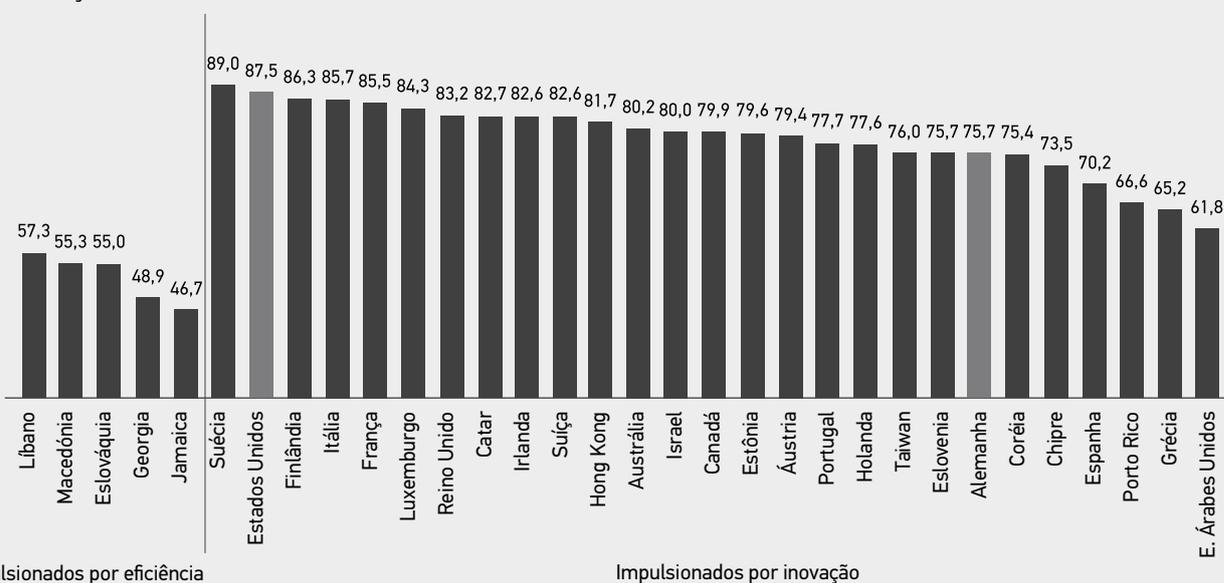
Gráfico 1.10 - Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial - Brasil - 2002:2016



Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata

*A soma pode não totalizar 100 % pelo fato de que alguns empreendimentos não é possível distinguir se é por oportunidade ou necessidade.

Gráfico 1.9 - (Continuação) Taxas de oportunidade como % TEA dos países participantes do GEM agrupados segundo as características de suas economias¹ : impulsionados por fatores, eficiência ou inovação - 2016



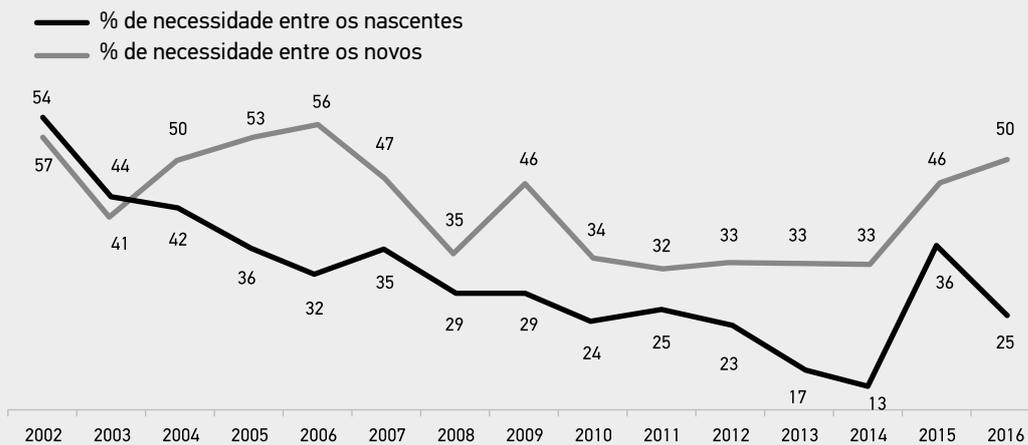
Fonte: GEM 2016

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

Observa-se no Gráfico 1.11 que no Brasil a proporção de empreendedores nascentes por necessidade diminuiu de 36% em 2015, para 25% em 2016. Já com relação aos novos empreendimentos por necessidade nota-se aumento de quatro pontos percentuais entre 2015 e 2016, alcançando o patamar de 50%. No en-

tanto, não se pode afirmar que a economia brasileira apresenta uma possível melhora, uma vez que a transição de empreendimentos nascentes para novos se dá de maneira mais rápida do que de novos para estabelecidos, mesmo com a taxa de empreendedores nascentes apresentando uma redução significativa.

Gráfico 1.11 - Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2002:2016



Fonte: GEM Brasil 2016





CAPÍTULO 2
TAXAS ESPECÍFICAS DE
EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E NO
MUNDO EM 2016.

As taxas específicas de empreendedorismo se referem ao estudo da intensidade da atividade empreendedora em segmentos da população total da pesquisa GEM. Estes segmentos ou estratos são uma divisão as características sociodemográficas de gênero, idade, escolaridade e renda.

Neste capítulo os dados do Capítulo 1 são apresentados de forma segmentada para cada estrato da população. Esta análise permite maior compreensão da atividade empreendedora e pode contribuir para a formulação de políticas públicas específicas para cada um destes estratos da população.

2.1 GÊNERO

Em relação ao gênero a maior parte dos países apresenta uma supremacia masculina no desenvolvimento de novos empreendimentos. As exceções ficam a cargo do Brasil e do México, que apresentam as taxas mais balanceadas de empreendedores entre homens e mulheres responsáveis por novos negócios.

No Brasil a TEA é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens o que pode ser considerado uma distribuição bastante equilibrada. Este dado demonstra a importância das mulheres para a formação da TEA e é coerente com dados anteriores, pois nos anos de 2013 e 2015 as diferenças entre as taxas masculina

e feminina foram de 0,2 e 1,4 pp (pontos percentuais) respectivamente. O México, por outro lado, apresentou uma diminuição expressiva na diferença entre homens e mulheres a frente de novos negócios, de 3,8 pp em 2013, e 3,9 pp em 2015, para apenas 0,7 pp em 2016.

Já a Índia e a Alemanha merecem destaque pela maior disparidade entre gêneros. Seguindo a tendência dos anos anteriores, a Índia apresenta 5,9 pp de diferença entre a TEA masculina e feminina. Enquanto 7,6% da amostra de mulheres indianas pesquisadas são responsáveis pela gestão de novos negócios, 13,5% dos homens pesquisados atuam em atividades empreendedoras iniciais, uma porcentagem que representa quase o dobro da taxa feminina. Na Alemanha a TEA da população masculina (6%) também é quase o dobro da feminina (3,1%).

A igualdade de gênero diminui quando são analisadas as taxas específicas de empreendimentos estabelecidos (TEE). Como pode ser observado na tabela 2.2, em todos os países listados a participação em empreendimentos com mais de 42 meses de funcionamento é mais alta entre os homens do que entre as mulheres. No Brasil, as taxas de empreendedorismo estabelecido segundo o gênero alcançaram 19,6% entre os homens e 14,3% entre as mulheres. Assim, a diferença que era de apenas 0,7 pp em relação aos empreendimentos iniciais (TEA), sobe para 5,3 pp nos empreendimentos estabelecidos (TEE).

Tabela 2.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados - 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,2	19,9	19,6
África do Sul	8,0	5,9	6,9
Alemanha	6,0	3,1	4,6
China	11,8	8,6	10,3
Estados Unidos	14,8	10,5	12,6
Índia	13,5	7,6	10,6
México	9,3	10,0	9,6
Rússia	6,9	5,7	6,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Este dado mostra que as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma proporção que os homens, porém enfrentam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem. Tal fenômeno pode estar associado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento³. Esta situação aponta para a necessidade de maiores investimentos para dar suporte

às empreendedoras, visando equilibrar a TEE.

A Alemanha e a África do Sul figuram entre os países com maior desigualdade de gênero em empreendimentos estabelecidos. Na Alemanha a TEE masculina (9,6%) é mais do que o dobro da feminina (4,4%).

Já na África do Sul, como pode ser visto na tabela 2.2, a TEE masculina (3,8%) é três vezes maior que a taxa feminina (1,2%). Esse resultado deve ser destacado, visto que em 2015 a África do Sul apresentava uma das maiores taxas de igualdade entre gêneros, com apenas 0,4 pp de diferença entre homens e mulheres à frente de negócios estabelecidos.

Tabela 2.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países selecionados - 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,6	14,3	16,9
África do Sul	3,8	1,2	2,5
Alemanha	9,6	4,4	7,0
China	8,5	6,4	7,5
Estados Unidos	10,9	7,6	9,2
Índia	5,7	3,4	4,6
México	8,7	6,5	7,5
Rússia	6,0	4,6	5,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

2.2 INTENSIDADE EMPREENDEDORA POR FAIXA ETÁRIA

A Tabela 2.3 apresenta as taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo as faixas etárias dos países selecionados para análise em 2016. A análise da TEA segundo faixas etárias mostra que no Brasil esta variou entre 15% para a faixa etária entre 55 e 64 anos, a 22,9% na faixa etária dos 25 aos 34 anos. Este resultado mostra que todas as faixas etárias apresentam índices significativos de empreendedorismo, porém com menor expressão para os indivíduos de mais idade. Este dado, junto com algumas tendências do Brasil como o envelhecimento da população e reforma da previdência social, aponta uma oportunidade para elaboração de políticas públicas de suporte às iniciativas empreendedoras da população com mais idade. De forma semelhante ao Brasil, a faixa de idade superior (55 a 64 anos) foi a que

apresentou menor TEA em todos os países listados na tabela 2.3.

A Alemanha apresentou uma mudança na faixa etária mais empreendedora em relação aos dados de 2015. No país, a TEA da faixa etária dos 25 aos 34 anos deixou de ser a mais expressiva, dando lugar à faixa entre 35 e 44 anos (5,7%). Essa expressividade de empreendedores iniciais mais experientes também foi verificada nos Estados Unidos (16,8%) e na Índia (11,5%), onde indivíduos com faixa etária entre 35 e 44 anos possui a maior taxa de empreendedorismo inicial.

Comparado aos demais países do grupo em análise, a África do Sul é o único em que a faixa etária com TEA mais alta foi a de indivíduos entre 45 e 54 anos (9,6%). Esse resultado mostra-se interessante pois, segundo os dados



da pesquisa GEM 2015, essa faixa etária ocupava a terceira colocação a frente de novos negócios, e em apenas um ano, se destacam pela

maior taxa de atividade empreendedora em estágio inicial.

Tabela 2.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países selecionados - 2016

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	TEA
Brasil	20,1	22,9	19,7	17,5	15,0	19,6
África do Sul	6,7	6,3	8,4	9,6	3,1	6,9
Alemanha	4,2	5,0	5,7	4,8	3,2	4,6
China	8,5	15,3	11,2	9,6	5,7	10,3
Estados Unidos	10,7	15,6	16,8	11,7	7,3	12,6
Índia	9,9	11,1	11,5	10,4	9,4	10,6
México	7,7	12,1	12,0	7,2	6,1	9,6
Rússia	6,5	9,6	6,3	6,5	1,5	6,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais em cada classe.

Em relação às taxas específicas de empreendedores estabelecidos (TEE) no Brasil, os dados apontam grande variação, com TEE de 5,5% para indivíduos entre 18 e 24 anos a 24,2% para respondentes com idades entre 45 e 54 anos. Isso significa que no Brasil a cada 100 pessoas com idade entre 45 e 54 anos, 24 são responsáveis por empreendimentos com mais de 42 meses de funcionamento. De forma geral no país a TEE ficou mais baixa para os indivíduos mais novos e mais alta (acima de 20%) para indivíduos com mais de 35 anos.

Maior expressividade da TEE na faixa etária de 45 a 54 anos é verificada na metade dos países selecionados para análise. Esta faixa etária tem maior TEE na África do Sul (4,1%), Alemanha (11,8%) e China (9,6%). Na Índia e nos Estados Unidos os indivíduos mais ativos como empreendedores estabelecidos possuem idades mais elevadas, se comparados aos demais países selecionados. Nestes dois países a TEE foi mais significativa na faixa etária mais alta (55-64 anos). O México é o país que apresenta indivíduos mais jovens no comando de

Tabela 2.4 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo faixa etária - Países selecionados - 2016

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	TEE
Brasil	5,5	11,7	22,4	24,2	23,9	16,9
África do Sul	0,7	3,9	1,7	4,1	1,7	2,5
Alemanha	1,1	2,9	6,1	11,8	8,4	7,0
China	3,1	6,5	8,7	9,6	8,1	7,5
Estados Unidos	2,2	4,8	10,9	12,3	14,4	9,2
Índia	3,0	4,8	4,6	4,7	7,2	4,6
México	2,3	8,1	10,9	8,8	7,4	7,5
Rússia	0,4	4,9	7,7	7,7	4,7	5,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos em cada classe.

negócios estabelecidos, pois a faixa etária dos 35 aos 44 anos é a que possui a maior TEE. Já na Rússia, duas faixas etárias, 35 a 44 anos e 45 a 54 anos, são as mais ativas, apresentando a mesma taxa de 7,7%.

Em todos os países selecionados para análise a TEE foi menor para respondentes com idades entre 18 e 24 anos. Como este índice refere-se a negócios estabelecidos há três anos e

meio é natural encontrarmos menor expressividade nesta faixa etária. Porém a diferença entre TEA e TEE para a população de 25 a 34 anos é mais difícil de explicar somente analisando a idade dos empreendedores. Esta diferença pode estar associada à curva de maturidade do próprio empreendedor, que resultaria em uma relação positiva entre idade do empreendedor e permanência do empreendimento.

2.3 INTENSIDADE EMPREENDEDORA POR ESCOLARIDADE

Para comparar a intensidade empreendedora entre países, o GEM adota quatro faixas de escolaridade: (i) “alguma educação”, para indivíduos que possuem ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; (ii) “secundário completo”, para indivíduos com ensino médio completo e superior incompleto; (iii) “pós-secundário”, para indivíduos com curso superior completo e especializações ou mestrado incompletos; e (iv) “experiência pós-graduação”, para indivíduos com mestrado completo e doutorado incompleto ou completo. A pesquisa GEM 2016 é a primeira a considerar a quarta faixa (experiência pós-graduação) na apresentação dos resultados. Nos anos anteriores essa faixa era desconsiderada devido ao número reduzido de observações desse tipo na amostra.

Ao analisar os dados do Brasil, verifica-se que justamente a faixa de “experiência pós-graduação” é a que tem maior índice de indivíduos engajados em novos empreendimentos (22,9%). Isto não significa que a maioria dos novos empreendimentos é constituída por mestres e doutores, pois a expressão desta parcela da população em números absolutos é mais baixa do que a de indivíduos com menor escolaridade. Segundo o PNAD 20143 apenas 13,1% da população brasileira acima de 25 anos tem curso superior completo. Vale destacar que a participação em novos empreendimentos é equilibrada nas diversas faixas de escolaridade, onde respondentes com “alguma educação” apresentam TEA de 19,5%, indivíduos com “secundário completo” possuem taxa de 20,5% e aqueles com “pós-secundário” tem menor TEA (14,4%). Este dado revela a necessidade de incluir na educação básica (fundamental e médio) discussões e conteúdos que deem suporte à ati-

vidade empreendedora, pois uma grande parcela dos empreendedores adultos do país possui apenas este nível de escolaridade.

Dos países selecionados para análise, além do Brasil outros três contam com maior TEA para indivíduos com “experiência pós-graduação”, são eles: Estados Unidos (14,0%), México (17,1%) e China (18,5%). Esses resultados mostram-se interessantes pela rápida evolução da presença de indivíduos da quarta faixa nos novos empreendimentos. Essa representatividade de indivíduos com formação mais avançada abre possibilidade para abertura de negócios mais bem planejados, visto que seus proprietários possuem mais conhecimentos técnicos, desenvolvidos ao longo da pós-graduação.

Outra possibilidade de análise é a de que seus empreendimentos sejam intensivos em conhecimento e inovação, portanto com maior probabilidade de gerar valor agregado. Dada a alta TEA nesta faixa de escolaridade, é possível afirmar que o desenvolvimento da pós-graduação stricto sensu, com ampliação do número de mestres e doutores, tende a resultar em um número também maior de empreendimentos intensivos em conhecimento e geração de valor. Esta associação reforça a relação entre investimento público na pós-graduação stricto sensu e o desenvolvimento econômico da nação. Ademais, há alta probabilidade de que o empreendedorismo desse grupo seja mais motivado por oportunidades do que por necessidade.

Pode ser observado na tabela 2.5 que, ao contrário do Brasil, indivíduos com “pós-secundário” apresentam a maior TEA na África do Sul (11,9%), Alemanha (7,1%), Rússia (7,1%) e Índia (14,1%). Isso significa que nestes países os que possuem ensino superior completo ou

3 Disponível em: <http://brasilemsintese.ibge.gov.br/educacao/anos-de-estudo.html>



estão realizando algum tipo de pós-graduação têm maior chance de estarem à frente de um empreendimento inicial do que em outras faixas de escolaridade. Essa situação também é inte-

ressante visto que nestes países, com exceção da Índia, não houve expressão significativa para a população com “experiência pós-graduação”.

Tabela 2.5 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade² - Países selecionados - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Experiência pós-graduação	TEA
Brasil	19,5	20,5	14,4	22,9	19,6
África do Sul	4,6	7,4	11,9		6,9
Alemanha	1,9	4,7	7,1		4,6
China	6,6	11,2	12,1	18,5	10,3
Estados Unidos	10,1	10,6	13,1	14,0	12,6
Índia	8,1	11,3	14,1	6,1	10,6
México	7,0	11,2	14,9	17,1	9,6
Rússia	6,4	2,8	7,1		6,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

² Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto;

Secundário Completo = Ensino médio completo e superior incompleto;

Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação = Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.

Em relação aos empreendedores estabelecidos, no Brasil, segundo o nível de escolaridade, indivíduos com “alguma educação” apresentam a maior taxa específica (21,7%). É interessante observar, na tabela 2.6, que a faixa “experiência pós-graduação” ainda não apresenta expres-

sividade em negócios estabelecidos no Brasil, estando por isso em branco. Isso provavelmente ocorre porque a escolaridade “experiência pós-graduação” teve ampliação recente no país. Dados do IBGE apontam que indivíduos com 15 anos ou mais de escolaridade, faixa onde mais

Tabela 2.6 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países selecionados - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Experiência pós-graduação	TEE
Brasil	21,7	14,6	13,3		16,9
África do Sul	1,6	3,1	4,1		2,5
Alemanha	5,3	6,6	9,5		7,0
China	5,0	9,8	8,2	9,2	7,5
Estados Unidos	4,8	8,7	8,5	13,0	9,2
Índia	5,4	4,0	3,3	25,6	4,6
México	7,5	6,8	10,8	34,3	7,5
Rússia	1,0	2,5	6,5		5,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

² Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto;

Secundário Completo = Ensino médio completo e superior incompleto;

Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação = Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.

frequentemente são encontrados os respondentes com mestrado completo e doutorado, subiu de 8,9% em 2007, para 12,4% em 2014. É de se esperar que a representatividade de indivíduos na quarta faixa de escolaridade a frente de negócios estabelecidos no Brasil aumente nos próximos anos, quando os novos empreendimentos por eles gerenciados completarem 42 meses de funcionamento.

É importante ressaltar a TEE do grupo “Experiência pós-graduação do México (34,3%),

da Índia (25,6%) e dos Estados Unidos (13%). Nesses três países os indivíduos com esse nível de escolaridade apresentam TEE muito superior à média do país, indicando alto índice de envolvimento com empreendimentos estabelecidos. Destes países, México e Estados Unidos também têm nesta faixa de escolaridade a maior intensidade de TEA (17,1% e 14,0% respectivamente), mostrando que esta faixa de escolaridade é bastante representativa para empreendimentos novos e maduros.

2.4 INTENSIDADE EMPREENDEDORA POR RENDA

O GEM determina três percentis de renda para comparar a intensidade empreendedora entre diferentes países. É importante destacar que os percentis são estabelecidos em função da distribuição de renda existente em cada um dos países selecionados para a análise. Dessa forma, as faixas de renda correspondentes a esses percentis em cada país tendem a ser diferentes. Feita essa ressalva, as faixas dividem-se em: (i) menor, (ii) central e (iii) maior, cada uma delas representando um terço da faixa de renda do país.

Em relação às taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA), é importante destacar que o Brasil apresenta o maior equilíbrio dentre os países selecionados para análise. Apesar de haver maior TEA na faixa central de renda (21,6%) as outras também tiveram índices significativos. Indivíduos da menor faixa

têm TEA de 19,4%, enquanto aqueles da faixa de renda superior apresentam 18,6%.

Na maioria dos demais países analisados os indivíduos do percentil de renda mais elevada (33% maior) são mais ativos na atividade empreendedora: África do Sul (10,8%), Alemanha (6,7%), China (13,8%), Estados Unidos (17,0%), Índia (19,8%) e Rússia (7,5%). Como é possível observar na tabela 2.7, além de existir o predomínio de indivíduos de maior renda à frente de novos negócios, a desigualdade em relação às outras classes é significativa na maioria dos países. Na China, por exemplo, os indivíduos da faixa de renda mais elevada têm uma taxa (13,8%) que é o dobro dos indivíduos a taxa da faixa central de renda (6,5%). O México, por sua vez, é o único país no qual a maior taxa TEA (10,9%) é relativa aos empreendedores da faixa com menor renda.

Tabela 2.7 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior	TEA
Brasil	19,4	21,6	18,6	19,6
África do Sul	3,7	6,6	10,8	6,9
Alemanha	3,9	4,5	6,7	4,6
China	6,9	6,5	13,8	10,3
Estados Unidos	10,8	11,9	17,0	12,6
Índia	7,2	10,8	19,8	10,6
México	10,9	7,5	9,2	9,6
Rússia	5,6	4,1	7,5	6,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.



Analisando-se a taxa específica para empreendimentos estabelecidos (TEE), o Brasil deixa de ser equilibrado. Neste indicador há predominância de TEE para indivíduos da maior faixa de renda (22,1%), seguido de empreendedores da faixa central (19,1%) e menor expressividade para indivíduos da faixa de renda inferior (12,1%). Esta situação pode ser derivada da dificuldade de financiamento para atividades empreendedoras no Brasil. Como o financiamento dos empreendimentos no país é derivado predominantemente de familiares, é possível esperar que famílias no estrato de renda superior tenham melhores condições de prover o investimento necessário para a manutenção do negócio. Já empreendedores de menor renda

enfrentam maior escassez de recursos, intensificando as dificuldades para fazer seu negócio prosperar e amadurecer. Esta situação evidencia a necessidade de maior investimento para prover financiamento para empreendedores de menor renda, mitigando a desvantagem de menores recursos familiares para investimento.

Na maioria dos países também são encontrados maiores índices de TEE na faixa de renda superior da população. Comportamento diferente nesta relação entre TEE e renda só foi encontrado no México onde a TEE é maior para indivíduos com a menor renda (8,5%), e na Índia onde tal taxa é mais expressiva na faixa central de renda (7,6%).

Tabela 2.8 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países selecionados - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior	TEE
Brasil	12,1	19,1	22,1	16,9
África do Sul	1,0	1,5	5,1	2,5
Alemanha	3,0	4,0	11,2	7,0
China	2,9	2,7	12,9	7,5
Estados Unidos	4,2	9,3	14,3	9,2
Índia	3,5	7,6	3,0	4,6
México	8,5	5,1	7,8	7,5
Rússia	1,2	4,3	7,0	5,3

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.





CAPÍTULO 3
PERFIL DOS EMPREENDEDORES SEGUNDO
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS
E ÓRGÃOS DE APOIO

O objetivo do Capítulo 3 é traçar um perfil sociodemográfico dos empreendedores brasileiros. Para isso foram analisadas variáveis como gênero, faixa etária, renda, escolaridade, estado civil e cor dos indivíduos responsáveis por empreendimentos iniciais e estabelecidos. Estas informações são tratadas de forma diferente da utilizada no Capítulo 2. Enquanto lá se trabalhava com a ideia de taxa específica de empreendedorismo inicial (TEA) e taxa específica de empreendedorismo estabelecido (TEE), neste capítulo trabalha-se com o percentual de empreendedores que apresentam as características sociodemográficas analisadas e

encontram-se à frente de negócios novos ou estabelecidos. Além disso, o capítulo traz uma breve análise sobre como os empreendedores brasileiros buscam ajuda para a gestão de seus negócios em órgãos de apoio como SEBRAE, SENAC e SENAI.

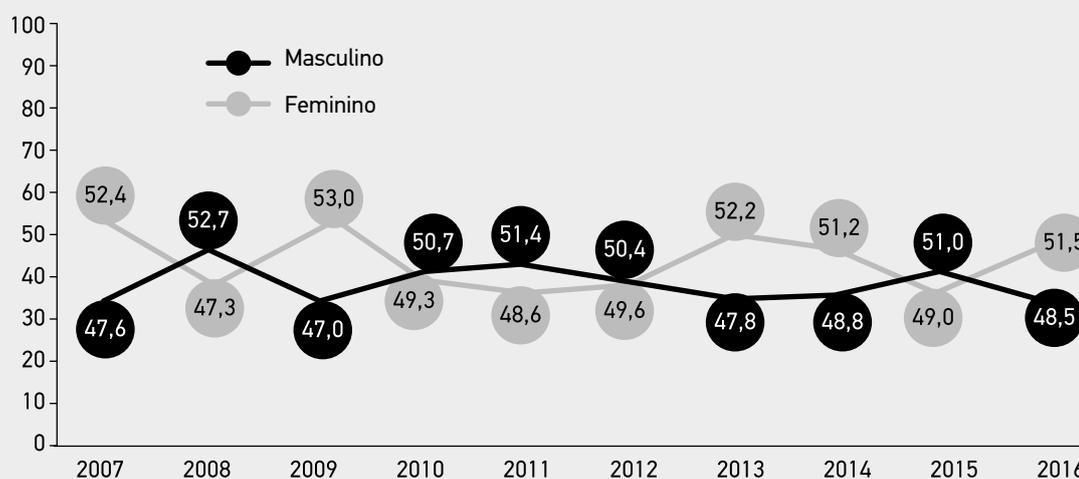
O conjunto de informações deste capítulo traça um perfil do empreendedor brasileiro, tornando mais claro o número de empreendedores em cada característica analisada. Este retrato do empreendedor brasileiro é importante visto que pode colaborar para a definição de programas e políticas públicas de apoio à atividade empreendedora.

3.1 DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE EMPREENDEDORISMO POR GÊNERO

O Gráfico 3.1 apresenta uma série histórica com as distribuições percentuais dos empreendimentos iniciais no Brasil segundo o gênero. Os percentuais de homens e mulheres entre os empreendedores iniciais têm se man-

tido semelhantes ao longo da década. Como é possível notar, os resultados de 2016 mostram uma leve supremacia feminina entre os empreendedores iniciais, com 51,5%, enquanto a participação masculina foi de 48,5%.

Gráfico 3.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA), segundo gênero - Brasil - 2007:2016



Fonte: GEM 2016

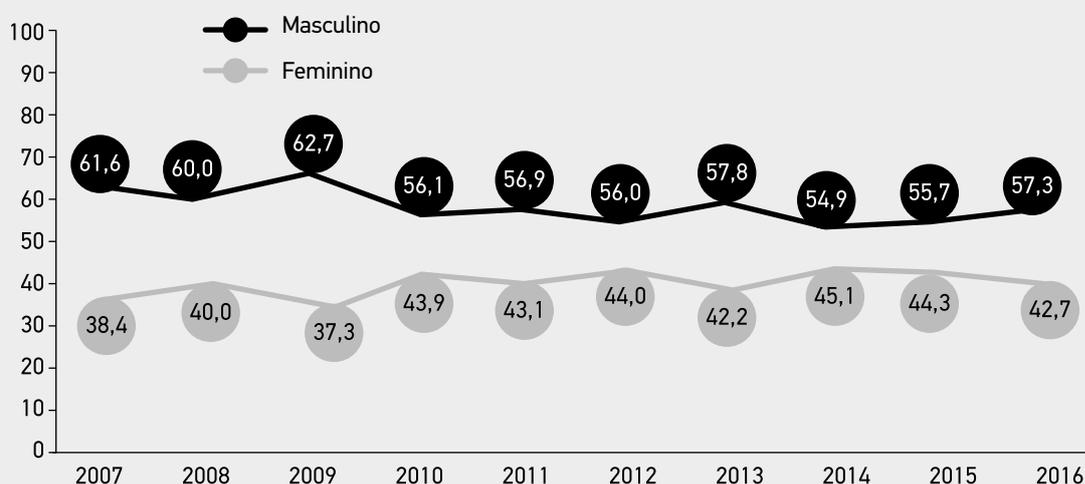
A equidade entre homens e mulheres à frente de novos negócios não se mantém quando é analisada a participação por gênero nos empreendimentos estabelecidos. No Gráfico 3.2 é retratado que entre os empreendedores brasileiros com negócios em funcionamento há

mais de 3,5 anos, 57,3% são homens, enquanto 42,7% são mulheres, representado, uma diferença de 14,6% entre os gêneros. Este indicador era ainda mais contrastante até 2009 quando alcançou 25,4%, com mulheres dirigindo somente 37,3% dos negócios estabelecidos, enquanto os

homens respondiam por 62,7%. Por outro lado, desde 2010 esta diferença segue relativamente estável, o que pode indicar a necessidade de

mais investimento em programas de apoio a mulheres com negócios já estabelecidos.

Gráfico 3.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE), segundo gênero - Brasil - 2007:2016

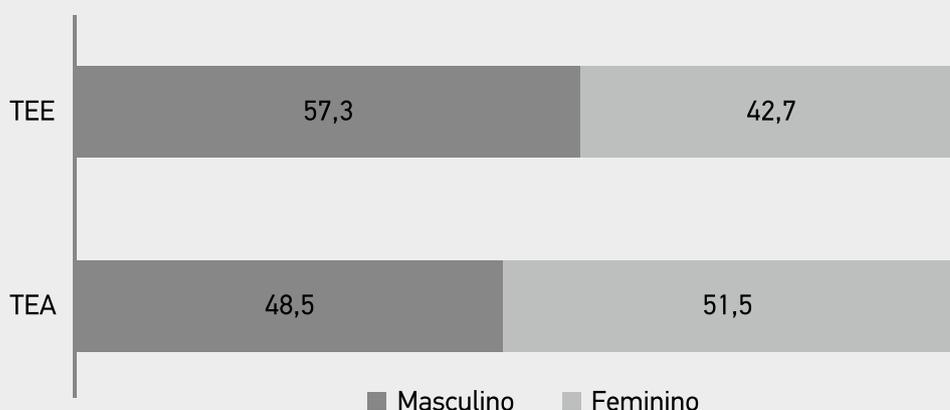


Fonte: GEM 2016

No Gráfico 3.3 é possível observar com maior clareza a inversão das participações masculina e feminina em empreendimentos iniciais e estabelecidos em 2016. Enquanto as mulheres são a maioria (51,5%) nos novos empreendimentos (até 42 meses), os homens representam a maior parte (57,3%) dos empreendedores res-

ponsáveis por negócios estabelecidos (mais de 42 meses). Os motivos desta inversão podem ser associados às dificuldades relatadas por empreendedoras como maiores entraves para conseguir financiamento, preconceito no ambiente de negócios e dificuldades em conciliar as demandas organizacionais e familiares⁴.

Gráfico 3.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo gênero - Brasil - 2016



Fonte: GEM Brasil 2016

⁴ ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM (2014); SILVA; LASSO; MAINARDES (2016).



3.2 DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE EMPREENDEDORISMO POR FAIXA ETÁRIA

Para a análise da distribuição por idade, o GEM divide os empreendedores de 18 a 64 anos em cinco faixas etárias, sendo elas: (i) 18 a 24 anos; (ii) 25 a 34 anos; (iii) 35 a 44 anos; (iv) 45 a 54 anos; e (v) 55 a 64 anos.

No Gráfico 3.4 são mostrados os resultados de 2016 para empreendimentos iniciais e estabelecidos por faixa etária. A maioria dos empreendedores iniciais no Brasil encontra-se na faixa dos 25 aos 34 anos (30,3%), seguida pela faixa de 35 a 44 anos (22,9%). A menor proporção desses empreendedores (10,4%) tem idades entre 55 e 64 anos.

Já nos empreendimentos estabelecidos existe predominância de indivíduos com idades entre 35 e 44 anos (30,1%) e de 45 a 54 anos (26,5%). Como era esperado, nesse grupo estão em menor proporção indivíduos de 18 a 24 anos (6,2%) e, se comparado aos empreende-

dores iniciais, é expressivamente mais alta a presença de indivíduos com idades entre 55 e 64 anos (19,2%).

Estes dados estimulam a reflexão sobre o perfil etário do empreendedor brasileiro. A representatividade dos indivíduos mais experientes em negócios iniciais e estabelecidos, por exemplo, demanda atenção. Podem ser apontadas como tendências atuais de diversos países, que passam por um período de transição demográfica, a diminuição da taxa de fecundidade e o aumento da expectativa de vida. Estas alterações sustentam a previsão de que para a América Latina e Caribe haverá um aumento de 71% na população com mais de 60 anos até 2030⁵. Dentre outras medidas de caráter social, uma ação necessária neste cenário é o delineamento de programas para apoiar o empreendedorismo de pessoas com mais idade.

Gráfico 3.4 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo faixa etária - Brasil - 2016



Fonte: GEM Brasil 2016

3.3 DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE EMPREENDEDORISMO POR ESCOLARIDADE

As faixas de escolaridade para apuração de suas frequências entre os empreendedores novos e estabelecidos diferem das utilizadas no capítulo anterior. Para esta análise foram estabelecidas quatro faixas de escolaridade: (i) Educ0: representando os empreendedores

sem educação formal até aqueles com ensino fundamental; (ii) Educ1: composta pelos respondentes com ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; (iii) Educ2: contemplando aqueles com ensino médio completo e superior incompleto; e, por último (iv) Educ3+:

⁵BRASILEt al (2017).

agregando as demais faixas de escolaridade (superior completo, e cursos completos ou não de pós-graduação: especialização, mestrado e doutorado).

O Gráfico 3.5 apresenta a distribuição percentual dos empreendedores segundo o nível de escolaridade. Analisando-se o gráfico é possível compreender melhor a participação dos empreendedores com maior escolaridade. No capítulo 2 eram destacadas as taxas de atividade empreendedora para novos negócios que era mais alta na população com pós-graduação stricto sensu (TEA = 22,9%), já a representatividade de indivíduos com formação superior ou pós-graduação responde apenas por 6,3% dos

empreendedores iniciais e 6,4% daqueles estabelecidos. Esta frequência é significativamente menor do que a parcela da população que tem esta faixa de escolaridade (13,1%)⁶. Isto indica que a maior escolaridade abre mais possibilidades de inserção no mercado de trabalho, afetando negativamente a representatividade desta parcela da população no contexto empreendedor. Dada a possibilidade de que indivíduos com formação acadêmica mais robusta abram negócios intensivos em conhecimento, a ampliação da parcela da população com acesso a formação superior e pós-graduação deve afetar positivamente o cenário do empreendedorismo no país.

Gráfico 3.5 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo nível de escolaridade¹ - Brasil - 2016



Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Educ0 = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Educ1 = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Educ2 = Ensino médio completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

O estrato da população com menor escolaridade (sem educação formal ou com ensino fundamental incompleto) tem uma representação significativa de 29,2% dentre os estabelecidos e 27,4% dentre os que estão iniciando um negócio. Também foi encontrada uma grande parcela da população de empreendedores na faixa de 'ensino fundamental completo e médio incompleto'. Estes representam aproximadamente um em cada quatro empreendedores estabelecidos (26,2%) e um em cada cinco (19,9%) empreendedores iniciais. Já a faixa de escolari-

dade 'ensino médio completo a superior incompleto' foi a mais frequente para negócios novos (46,6%) e estabelecidos (38,1%).

A apuração da escolaridade dos empreendedores permite afirmar que cerca de metade dos empreendedores brasileiros (estabelecidos - 55,4% e iniciais - 47,3%) não concluiu sequer o nível básico de ensino composto pelos ciclos fundamental e médio. Este quadro aumenta os desafios impostos para a sobrevivência dos empreendimentos, pois a baixa escolaridade do empreendedor pode ser associada à mortalida-

⁶ PNAD, 2014. Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94935.pdf>.



de precoce de empresas⁷. Outra possibilidade de análise é propor uma relação entre a universalização do ensino básico e o aprimoramento das iniciativas empreendedoras no país. Dada a precariedade do perfil educacional de grande

parcela dos empreendedores, é possível esperar que iniciativas para incrementar a escolaridade dos brasileiros, dentre outras coisas, redundem na formação de empreendimentos mais sólidos.

3.4 DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE EMPREENDEDORISMO POR RENDA

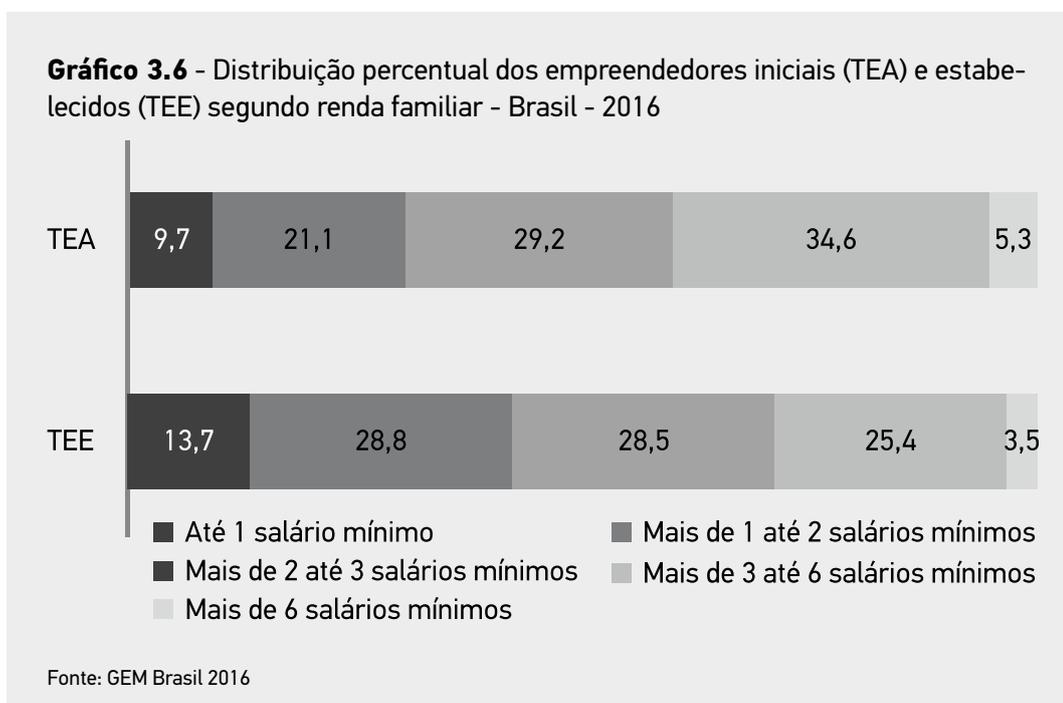
No que se refere à renda familiar dos empreendedores, o GEM analisa cinco faixas diferentes, como pode ser notado no Gráfico 3.6: (i) um salário mínimo; (ii) dois salários mínimos; (iii) três salários mínimos; (iv) mais de três até seis salários mínimos; e (v) mais de seis salários mínimos.

Mais de um terço dos empreendedores estabelecidos (34,6%) estão em famílias com renda maior que três até seis salários mínimos. A faixa com menor participação em negócios estabelecidos é a com renda familiar maior que seis salários mínimos (5,3%). As faixas de renda intermediárias, dois salários mínimos e três salários mínimos, concentram respectivamente 21,1% e 29,2% dos empreendedores estabelecidos.

Para os empreendimentos iniciais a representatividade das faixas de renda muda um pouco. Os resultados mostram que a maior parte dos empreendedores iniciais no Brasil (71%) possui renda familiar entre um e três

salários mínimos. Este número é de 60% se considerados os empreendimentos estabelecidos. A faixa salarial com maior participação considerando os empreendedores iniciais é a renda familiar de dois salários mínimos (28,8% dos empreendedores iniciais), enquanto que a menor participação é da última faixa composta por famílias com renda de mais de seis salários mínimos (3,5%).

Assim como no Capítulo 2, é possível perceber que a renda dos empreendedores iniciais é menor do que aquela associada aos que atuam em negócios estabelecidos. Pode-se especular que existe uma relação positiva entre a renda familiar e o sucesso do empreendimento. Isto pode ser associado às dificuldades de financiamento e à dependência do empreendedor brasileiro de empréstimos provenientes de familiares. Outra possibilidade é a maturidade do empreendimento implicar em aumento na taxa de retorno do investimento, possibilitando um aumento na renda do empreendedor.



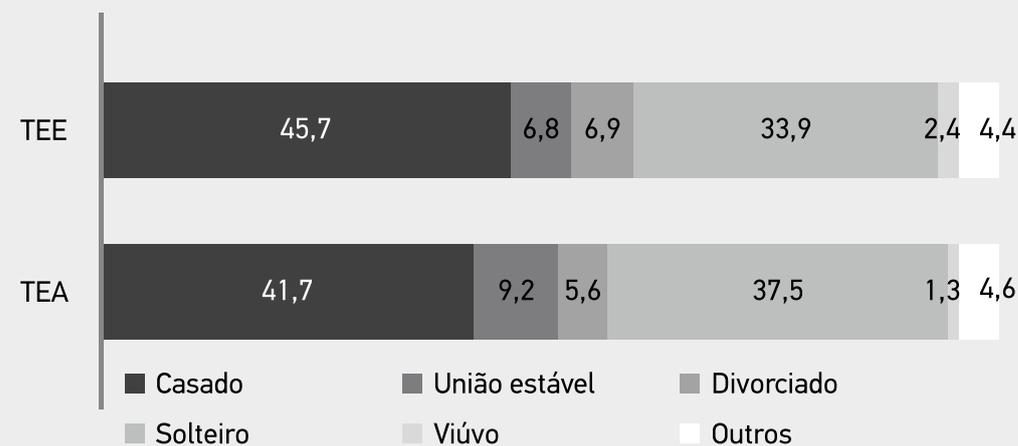
⁷ FERREIRA et al (2012).

3.5 DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE EMPREENDEDORISMO POR ESTADO CIVIL

O Gráfico 3.7 mostra a distribuição percentual de empreendedorismo segundo estado civil. A partir dos resultados apresentados é possível afirmar que os indivíduos casados são maioria tanto entre os empreendedores iniciais

(41,7%) como entre os estabelecidos (45,7%). Os solteiros também têm bastante representatividade no empreendedorismo. São 37,5% entre os empreendedores iniciais e 33,9% entre os empreendedores estabelecidos.

Gráfico 3.7 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo estado civil - Brasil - 2016



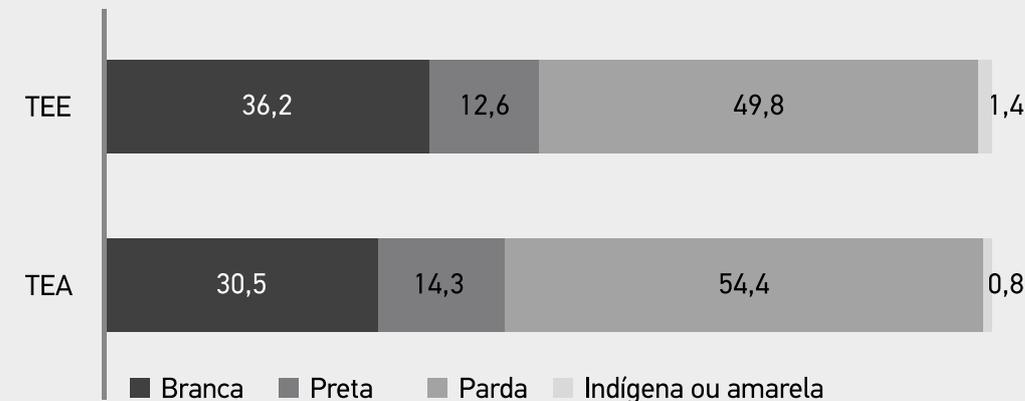
Fonte: GEM Brasil 2016

3.6 DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE EMPREENDEDORISMO POR COR

A pesquisa GEM utiliza quatro estratos para classificar os empreendedores segundo a cor da pele: (i) branca, (ii) preta, (iii) parda e (iv) indígena ou amarela. O Gráfico 3.8 mostra que o estrato mais representativo é o de pessoas com cor de pele parda, tanto entre os empre-

endedores iniciais (54,4%) como entre os estabelecidos (49,8%). A segunda cor de pele mais representativa é a branca, com participação de 30,5% entre novos negócios e 36,2% em negócios estabelecidos.

Gráfico 3.8 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo cor - Brasil - 2016



Fonte: GEM Brasil 2016



Em resumo, pode-se dizer que os empreendedores iniciais no Brasil são predominantemente mulheres (51,5%), têm entre 25 e 34 anos (30,3%), possuem renda familiar de dois salários mínimos (28,8%), têm segundo grau ou estão cursando o ensino superior (46,4%), são casadas (41,7%) e tem pele parda (54,4%).

Já os empreendedores estabelecidos são homens (57,3%), com idade entre 35 e 44 anos (30,1%), possuem renda familiar entre três e seis salários mínimos (34,6%), possuem segundo grau completo ou estão cursando o ensino superior (38,1%), são casados (45,7%) e têm pele parda (49,8%).

3.7 BUSCA POR ÓRGÃOS DE APOIO

No Brasil, diversas instituições prestam serviços de apoio ao empreendedor. Esses órgãos têm o objetivo de auxiliar no desenvolvimento de novos negócios, oferecendo ajuda na análise de viabilidade de mercado, na elaboração do plano de negócios, no desenvolvimento de propostas para obtenção de recursos, entre outras atividades. Porém, como mostra a Tabela 3.1, apenas uma pequena parcela (13,4%) dos empreendedores brasileiros procuram órgãos de apoio para gerenciar seus negócios.

A baixa incidência de busca por órgãos de apoio em conjunto com a baixa escolaridade do empreendedor — cerca de metade deles não chegou a completar sequer o ensino médio — resulta em um quadro que requer mais atenção. É possível esperar que empreendedores de baixa escolaridade e sem apoio de especialistas

encontrem maiores dificuldades em planejamento, gestão financeira e mercadológica, dentre outras demandas relevantes para o sucesso do negócio⁸.

Dentre os que buscam ajuda, 68,1% procura apoio no SEBRAE, sendo esta a entidade mais reconhecida entre os empreendedores. O segundo lugar de buscas fica com o SENAC (19,0%), seguido pelo SENAI (14,9%). A maior participação relativa de empreendimentos nas áreas de comércio e serviços frente aos empreendimentos industriais explica a maior procura pelo SENAC. Outras instituições, como a ENDEAVOR, as Associações Comerciais, e os Sindicatos Patronais somam 12,3% de procura. Este quadro demonstra a relevância do sistema S para o desenvolvimento das atividades empreendedoras no país.

Tabela 3.1 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 2016

Órgãos de apoio	%
Procurou algum órgão de apoio	13,4
Principais órgãos de apoio procurados¹	
SEBRAE	68,1
SENAC	19,0
SENAI	14,9
Outros ²	12,3

Fonte: GEM Brasil 2016

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, ENDEAVOR, SENAR, SENAT, Sindicatos.

⁸ BONACIM; CUNHA; HAMILTON (2009); MACHADO; ESPINHA (2005)

A Tabela 3.2 detalha o comportamento dos empreendedores brasileiros em relação aos órgãos de apoio. Entre os homens é maior a proporção dos que buscam ajuda em órgãos de apoio, 60,1%, enquanto entre as mulheres são 39,9%. A faixa de idade que mais busca apoio é a de pessoas entre 35 e 44 anos (35,4%). Aque-

les que terminaram o ensino médio são os que mais procuram (60%) ajuda especializada para a gestão de seus negócios. Ainda é possível destacar que entre os que buscam apoio, 43,2% possuem renda familiar entre três e seis salários mínimos.

Tabela 3.2 - Distribuição percentual dos empreendedores por características sociodemográficas segundo a busca de órgãos de apoio¹ - Brasil - 2016

Características sociodemográficas	% de empreendedores	
	Não buscaram órgãos de apoio	Buscaram órgãos de apoio
Gênero		
Masculino	51,2	60,1
Feminino	48,8	39,9
Faixa etária		
18 a 24 anos	13,9	11,0
25 a 34 anos	25,3	19,4
35 a 44 anos	24,9	35,4
45 a 54 anos	20,8	26,8
55 a 64 anos	15,2	7,5
Escolaridade²		
Educ0	31,2	9,5
Educ1	23,6	17,9
Educ2	39,7	60,0
Educ3+	5,5	12,6
Renda familiar		
Até 1 salário mínimo	12,5	7,5
Mais de 1 até 2 salários mínimo	27,8	9,9
Mais de 2 até 3 salários mínimo	28,5	30,4
Mais de 3 até 6 salários mínimos	27,6	43,2
Mais de 6 salários mínimos	3,6	9,0

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Órgãos de apoio são descritos na tabela 5.1

² Educ0 = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Educ1 = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Educ2 = Ensino médio completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

A pesquisa buscou entender os motivos que levam os empreendedores a não buscarem ajuda em órgãos de apoio. Entre os motivos destacam-se, primeiramente, a falta de conhecimento ou de informações sobre a disponibilidade desses serviços (42,2%), seguido da falta de interesse dos empreendedores nesse tipo de

ajuda (40,8%), da falta de necessidade (21,5%) e da falta de tempo (12,2%). Este dado é importante, pois aponta a necessidade de maior divulgação dos serviços oferecidos conjuntamente com ações para conscientizar os empreendedores de que tais serviços podem ser relevantes para o sucesso de seu negócio.



Como é possível notar na Tabela 3.3, os motivos para não buscar ajuda variam dependendo do grau de desenvolvimento do empreendimento. A falta de conhecimento/informação decresce em função da maturidade do empreendimento. Entre os empreendedores com negócios nascentes, não ter informação ou conhecimento é um motivo apontado por 60,9% dos respondentes. Esta mesma causa é apontada por 41,4% dos empreendedores à frente de novos negócios e cerca de um terço (36,9%) dos estabelecidos. Este dado aponta a possibilidade de maior divulgação dos serviços junto àqueles que iniciam seus negócios.

Já o desinteresse por este tipo de apoio cresce com a maturidade do negócio. Este motivo é apontado por 44,1% dos empreendedores estabelecidos e 43,8% dos novos empreende-

dores. Dentre aqueles com negócios nascentes o interesse pode ser considerado grande, pois apenas um em cada quatro (23,4%) afirmou não ter interesse neste tipo de apoio. Este interesse maior dos empreendedores responsáveis por negócios nascentes pode fundamentar o desenvolvimento de produtos e serviços específicos para este público.

A falta de necessidade neste tipo de apoio teve uma representatividade menor dentre os motivos para não buscar órgãos de apoio. Este índice foi citado por 14,3% dos empreendedores responsáveis por negócios nascentes, um quarto (24,9%) daqueles com novos negócios e um quinto (20%) dos estabelecidos. Por fim, a falta de tempo afeta com mais gravidade os empreendimentos nascentes (19,7%) em comparação com os novos (9,4%) e os estabelecidos (12,4%).

Tabela 3.3 - Distribuição percentual¹ dos motivos indicados para não buscar órgãos de apoio segundo estágio - Brasil - 2016

Motivos pela falta de busca de órgãos	% de empreendedores			
	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Por falta de conhecimento/informação	60,9	41,4	36,9	42,2
Por não ter interesse	23,4	43,8	44,1	40,8
Por não ter necessidade	14,3	24,9	20,0	21,5
Por falta de tempo	19,7	9,4	12,4	12,2
Falou apenas com o contador	0,0	0,5	0,8	0,5
Outro	4,0	0,4	1,0	1,3

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos que tem como motivo o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.



Este capítulo apresenta a distribuição dos empreendimentos nos setores da economia, bem como a participação das empresas nascentes, novas e estabelecidas em cada grupo. São apresentados também os tipos de clientes atendidos pelos empreendimentos, a motivação dos empreendedores para a abertura dos empreendimentos nascentes e o percentual dos diversos negócios segundo o gênero dos empreendedores e sua faixa etária.

A pesquisa evidenciou que no Brasil o setor de serviços orientados para o consumidor foi o grupo que mais recebeu novos empreendimentos (69%). O que se pode notar é que essa não é uma particularidade do Brasil, mas é realidade para os demais países que aparecem na Tabela 4.1. A explicação para isso pode estar relacionada à menor necessidade de capital e um retorno mais rápido dos valores investidos no negócio no setor de serviços se comparado com os outros setores. No entanto, o resulta-

do apresentado não pode prescindir de análise da conjuntura econômica brasileira e global. Os dados apresentados guardam semelhança com estudos⁹ que mostram o declínio da atividade industrial e o crescimento do setor de serviços. Sendo assim, a mudança estrutural que vem ocorrendo no sistema produtivo como um todo mostra seu efeito na atividade empreendedora.

Dos países que possuem as maiores proporções de serviços orientados para o consumidor, a Índia cresceu no ano de 2016 mais do que a China e o México e, segundo dados do Banco Mundial¹⁰, está entre os países em desenvolvimento que mais exportam produtos de alta tecnologia.

Os valores relativos aos serviços orientados para os negócios mostram que, enquanto países como Alemanha e Estados Unidos apresentam proporções maiores do que 25%, o Brasil apresenta 5%, estando atrás da Índia, México e Rússia.

Tabela 4.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2016

Países selecionados	% de empreendedores iniciais				Total
	Setor extrativo	Indústria de transformação	Serviços orientados para negócio	Serviços orientados para o consumidor	
Brasil	2,1	24,0	5,0	69,0	100,0
África do Sul	2,9	25,3	14,6	57,2	100,0
Alemanha	1,2	19,1	25,0	54,6	100,0
China	6,3	18,6	12,5	62,7	100,0
Estados Unidos	3,8	20,4	33,6	42,2	100,0
Índia	1,4	14,9	7,0	76,7	100,0
México	0,5	15,1	7,4	76,9	100,0
Rússia	5,7	37,4	8,5	48,4	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

Já entre os empreendedores estabelecidos, que são apresentados na Tabela 4.2, o cenário das atividades sofre variação. Especialmente no caso do Brasil, a indústria de transformação ganha espaço em relação aos empreendedores iniciais e chega à 42%. Os serviços orientados para o consumidor ainda predominam, mas agora em um percentual menor

(51,4%), uma diferença de 17,6 pontos percentuais. O setor extrativo e os serviços orientados para negócio permaneceram quase inalterados.

Os serviços orientados para o consumidor recebem o maior percentual em todos os países listados, principalmente na Índia (78,3%) e no México (76,3%). A Índia justifica-se pelo seu crescimento explosivo, conforme já dis-

⁹ BIDERMAN; LOPES (2015); MACEDO; MONASTYÉRIO (2016).

¹⁰ World Bank. <http://blogs.worldbank.org/opendata/chart-which-developing-economies-are-known-high-tech-exports>.

cutido. Já o México parece ser um resíduo da expansão de competitividade vivida em 2015¹¹. Uma alta concentração de serviços para o consumidor podem ser o reflexo de uma conjuntura industrial frágil ou do baixo suporte de fornecimento de serviços às empresas.

Estes serviços de suporte de outros negócios parecem ser relevantes para o desenvolvimento do país, uma vez que os maiores percentuais são observados nos Estados Unidos (35,1%) e na Alemanha (24,8%), países industrializados e impulsionados pela inovação¹². Já os menores percentuais pertencem ao México (2,8%) e a África do Sul (3,6%), classificados como países impulsionados pela eficiência. Já com relação à Indústria de transformação, ela apresenta o segundo maior percentual em todos os países, com exceção dos Estados Unidos. Possui números expressivos no Brasil

(42%), Rússia (40,3%) e África do Sul (37,8%). Por fim, o setor extrativo é o que possui o menor percentual em todos os países, sendo inferior a 2,2% em 5 dos 8 países listados. A Rússia (11,2%) apresenta o maior percentual na atividade e a China (1%) apresenta o menor. O percentual da Rússia é motivado pela extração de commodities energéticas (como carvão, petróleo e gás), segmento em que o país é um dos maiores produtores mundiais¹³.

Quanto ao equilíbrio dos percentuais das atividades, os Estados Unidos e a Alemanha são os que se mostram mais equilibrados, especificamente nas atividades de indústria de transformação, serviços orientados para negócio e serviços orientados para o consumidor. O setor extrativo é a atividade com o menor percentual nos dois países, porém superiores a 4% nos dois casos.

Tabela 4.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados - 2016

Países selecionados	% de empreendedores estabelecidos				
	Setor extrativo	Indústria de transformação	Serviços orientados para negócio	Serviços orientados para o consumidor	Total
Brasil	2,0	42,0	4,5	51,4	100,0
África do Sul	1,7	37,8	3,6	57,0	100,0
Alemanha	4,3	33,5	24,8	37,5	100,0
China	1,0	36,4	14,5	48,1	100,0
Estados Unidos	5,6	28,1	35,1	31,2	100,0
Índia	1,4	16,1	4,2	78,3	100,0
México	2,1	18,8	2,8	76,3	100,0
Rússia	11,2	40,3	14,9	33,7	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

No que tange a clientes, a venda para pessoa física, no geral, é mais rápida, em menor quantidade, e recebida no curto prazo. Por outro lado, atender clientes corporativos pode acarretar um risco financeiro, uma vez que demanda uma estrutura maior e um fôlego de caixa que suporte maiores prazos e estoques. Neste sentido, a Tabela 4.3 traz informações acerca dos tipos de

clientes atendidos pelos empreendedores novos, estabelecidos e nascentes.

Nota-se um predomínio do cliente/pessoa física nas três classificações de empreendedores, com destaque para os novos (75,9%) e estabelecidos (73,2%). Isto significa que os empreendedores têm preferido atuar na venda direta para o consumidor, em detrimento de trabalhar junto a

¹¹ IMD World Competiveness Center (2016).

¹² United Nations Development Programme. <http://hdr.undp.org/en/countries>.

¹³ BP Statistical Review of World Energy June 2016. <https://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/energy-economics/statistical-review-2016/bp-statistical-review-of-world-energy-2016-full-report.pdf>.

empresas e governo. Uma das possíveis explicações para essa escolha é que as transações entre empresas envolvem uma maior soma de recursos e o não pagamento por parte do cliente pode comprometer a vida do empreendimento¹⁴.

O pequeno número de empreendedores que optam somente por focar no nicho de mercado formado por pessoas jurídicas, em especial entre os nascentes (1%), pode indicar uma baixa confiança de que estes clientes permanecerão ativos e garantirão o sucesso da empresa no longo prazo. Pode também indicar uma alta concorrência de empresas já estabelecidas para este público-alvo ou a exigência de uma estrutura dispendiosa, o que pode inibir a entrada de novos empreendedores direcionados aos clientes corporativos. Pode ainda denotar a baixa formalização dos empreendimentos que, ao optarem por clientes corporativos, precisam estar regularizados perante o município e o es-

tado e fornecer notas fiscais para substituições tributárias entre outras exigências de mesma natureza. A oscilação deste número à medida que os empreendedores vão se estabelecendo fortalecem estas ponderações.

Neste mesmo entendimento, atender aos dois públicos concomitantemente parece ser uma alternativa melhor do que apenas às pessoas jurídicas. Mesmo assim, comparando-se empreendedores nascentes e novos, há uma queda de 13 pontos percentuais seguida de uma recuperação parcial de aproximadamente 4 pontos para os empreendedores estabelecidos. Estes dados podem indicar que os empreendedores possuem uma expectativa quanto ao mix de clientes que difere com o passar do tempo, à medida que a empresa é estabelecida. Todavia, as proporções não se invertem, o que pode denotar uma fidelidade por parte do empreendedor às suas intenções iniciais.

Tabela 4.3 - Distribuição percentual¹ dos empreendedores nascentes, novos e estabelecidos segundo tipos de clientes de seus empreendimentos - Brasil - 2016

Países	% de empreendedores		
	Nascentes	Novos	Estabelecidos
Pessoa física	67,2	75,9	73,2
Pessoa jurídica	1,0	5,3	4,2
Ambos	31,9	18,9	22,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual do número de respostas em cada estágio.

Na distribuição dos empreendedores segundo a atividade de seus empreendimentos que é apresentada na tabela 4.4, pode-se notar o predomínio da prestação de serviços em comparação da produção de bens, o que é bastante coerente com a discussão que abriu este capítulo. A ampliação da participação da prestação de serviços aliada à alta produtividade que vem sendo constatada no Brasil desde 2002¹⁵ tem sua influência e também é influenciado pela atividade empreendedora.

Entre os nascentes destacam-se empreendimentos relacionados a restaurantes (14,4%), comércio de vestuário (8,7%), serviços

de comida preparada (7%), manutenção de veículos (6,8%) e cabeleireiros (5,1%). O setor de alimentação, seja preparar, servir ou entregar refeições e bebidas, tem se destacado e figura em três das sete classificações de atividades. Isso pode ocorrer em virtude do baixo investimento inicial necessário, da alta capilaridade deste tipo de negócio e ainda da flexibilidade de horários que o mesmo pode permitir. Apesar de se mostrar um setor preferencial dos empreendedores, existem dificuldades associadas a este tipo de negócio, especialmente no primeiro ano de funcionamento, e também relacionado a um cenário não lucrativo vivenciado pelo setor em 2016¹⁶.

¹⁴ Sebrae. Retrieved from: <http://www.mercados.sebrae.com.br/como-vender-para-o-governo-minimize-riscos/>.

¹⁵ JACINTO; RIBEIRO (2015).

¹⁶ ABRASEL. <http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/4617-26082016-1-em-cada-5-restaurantes-podem-fechar-as-portas-em-um-ano.html>.

Já quanto aos empreendedores novos e estabelecidos, as três atividades mais citadas se repetem, embora em percentuais diferentes. São elas: serviços especializados para a construção, cabeleireiros e serviços domésticos. O fato dos serviços especializados para construção constarem com o maior percentual em empreendedores novos e estabelecidos e não figurarem entre os nascentes pode ser explicado pelo cenário do setor, que experimentou franco crescimento até 2014, com vultuosos investimentos governamentais¹⁷. Porém o setor viu a demanda interna cair e subirem a carga tributária, os juros e a inadimplência, o que gerou grandes prejuízos¹⁸ em 2015 e 2016. O setor

tem projeções menos pessimistas para 2017.

A atividade de cabeleireiros, que aparece com destaque nas três categorias de empreendedores, sendo a segunda atividade mais citada entre os empreendedores novos e estabelecidos e a quinta mais citada entre os nascentes. Até o fim do primeiro semestre de 2016 já havia 400 mil CNPJs de MEI, micro e pequenas empresas cadastrados nesta atividade. O negócio tem impactado positivamente a economia brasileira e o mercado se mostra em crescimento constante, alavancado especialmente pela transformação do papel da mulher¹⁹. Não obstante, o setor apresenta um alto grau de mortalidade e de informalidade.

Tabela 4.4 - Distribuição percentual dos empreendedores por estágio segundo as atividades de seus empreendimentos - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores					
Nascentes		Novos		Estabelecidos	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	14,4	Serviços especializados para construção	9,6	Serviços especializados para construção	14,4
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	9,4	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	13,3
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	7,0	Serviços domésticos	9,4	Serviços domésticos	6,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	6,8	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,1	Obras de acabamento	5,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,1	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	7,0	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,4
Serviços ambulantes de alimentação	4,8	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	6,8	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	4,3
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,3			Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,8
Outras Atividades	49,9	Outras Atividades	49,7	Outras Atividades	48,2

Fonte: GEM Brasil 2016

17 Portal Brasil. <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/06/industria-da-construcao-civil-busca-crescimento-sustentavel>.

18 CNI. http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/cni_estadistica_2/2017/01/24/7/SondagemIndstriadaConstruo_Dezembro2016.pdf.

19 SEBRAE. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/vale-a-pena-montar-um-salao-de-beleza,efb8d62b2b886410VgnVCM-1000003b74010aRCRD>.



Na Tabela 4.5 são apresentados os percentuais das atividades dos empreendedores nascentes, ou seja, aqueles que possuem empreendimentos que ainda não os remuneraram por mais de três meses, segundo a sua motivação, se por necessidade ou por oportunidade.

Estes números são intrinsecamente relacionados com o desenvolvimento do país e podem refletir a percepção dos empreendedores da existência ou não de outras possibilidades de renda e de incentivos à inovação²⁰.

Tabela 4.5 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos segundo a motivação - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores nascentes			
Oportunidade		Necessidade	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	9,5	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	29,3
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	9,3	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	9,3
Manutenção e reparação de veículos automotores	6,9	Serviços ambulantes de alimentação	6,9
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,2	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	6,8
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,6		
Serviços ambulantes de alimentação	4,1		
Serviços especializados para construção	3,4		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,3		
Comércio varejista de bebidas	2,3		
Outras atividades	49,3	Outras Atividades	47,7

Fonte: GEM Brasil 2016

O empreendedorismo por oportunidade é quando o empreendedor, mesmo com outras possibilidades de renda, prefere criar seu próprio negócio. Por já ter proventos não advindos da nova empresa, este empreendedor, que normalmente tem maior escolaridade e capacitação quando comparado aos empreendedores por necessidade, tem mais tempo e recursos para criar e conduzir o negócio. Por esta motivação, as atividades que se destacaram foram a de “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (9,5%), “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (9,3%) e “Manutenção e reparação de veículos automotores” (6,9%).

Por outro lado, o empreendedorismo por necessidade é quando o empreendedor não tem outra opção de renda melhor que a de criar um negócio para o sustento de si e de sua família. Obviamente, este tipo de empreendimento traz consigo uma urgência no recebimento de lucros e, em muitos casos, alguma precariedade em sua condução, dado a falta de planejamento, o desconhecimento do mercado e as restrições quanto aos investimentos iniciais. Em 2016 os empreendedores de empresas nascentes que criaram seu negócio por necessidade se empenharam em “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (29,3), “Serviços de catering, bufê e

²⁰ Portal Brasil. <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/oportunidade-e-necessidade>.

outros serviços de comida preparada” (9,3%) e “Serviços ambulantes de alimentação” (6,9%).

Bastante coerente com a discussão da seção anterior sobre o setor de alimentação, a atividade de “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” é a que apresenta o maior número entre os empreendedores nascentes, sejam motivados por oportunidade ou necessidade, chegando a quase um terço das atividades desenvolvidas pelos empreendedores por necessidade. Em ambos os casos, há outras atividades ligadas a alimentação ao longo da lista, do que se pode depreender pelo menos duas considerações. A primeira é de que estes empreendedores nascentes, dado o estágio inicial de suas empresas, desconhecem o atual cenário do setor, vendo-o apenas de forma fragmentada e sendo induzido pela existência de vários negócios que servem refeições e parecem bem-sucedidos.

Uma segunda possibilidade seria a de

que estes novos empreendedores estejam esperançosos com o ano de 2017 e pretendam trazer ao mercado algo que crie valor ao cliente, e o permita se diferenciar, sendo preferidos em detrimento de restaurantes já estabelecidos.

Alterando o enfoque para empreendedores novos (Tabela 4.6), ou seja, aqueles que já receberam algum provento de seu novo negócio por mais de 3 meses e por menos de três anos e meio, os empreendimentos ligados à atividade “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas e outras atividades de alimentação” figuram de forma expressiva apenas nos empreendedores por oportunidade (10,4%).

Tal constatação permite inferir que apesar da abertura deste tipo de negócio ter se mostrado atrativa aos dois tipos de empreendedores, a sua condução pode trazer entraves que apenas os empreendedores por oportunidade conseguem transpor.

Tabela 4.6 - Distribuição percentual das atividade dos empreendimentos novos segundo a motivação - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores Novos			
Oportunidade		Necessidade	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	10,4	Serviços especializados para construção não especificados	15,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	9,2	Serviços domésticos	14,9
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,9	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	9,7
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	7,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	7,3
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	5,0		
Serviços domésticos	4,1		
Serviços especializados para construção	3,7		
Serviços ambulantes de alimentação	3,0		
Outras atividades	48,0	Outras Atividades	52,4

Fonte: GEM Brasil 2016



No empreendedorismo por oportunidade, os restaurantes são seguidos por “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (9,2%), “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (8,9%), “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (7,7%) e outros. Por outro lado, no empreendedorismo por necessidade figuram “Serviços especializados para construção” (15,6%), “Serviços domésticos” (14,9%), “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (9,7%) e “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (7,3%).

Tanto os “Serviços especializados para construção” como os “Serviços domésticos”, que estão entre as primeiras atividades mais desenvolvidas por empreendedores novos por necessidade, figuram em posições de menor destaque entre os empreendedores por oportunidade. Este interesse menor dos empreendedores por oportunidade pode indicar uma baixa rentabilidade da atividade, ou devido ao

preço por serviço ou ao tamanho do mercado, se comparada a suas outras fontes de renda ou outras atividades.

Já a atividade “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” e “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”, que figuram bem posicionadas nos dois tipos de empreendedores novos (por oportunidade e por necessidade) com pequena variação percentual. Isso demonstra interesse de ambos na atividade e a capacidade deles de conduzi-la com êxito, o que pode ser atribuído ao controle de fluxo de caixa mais simplificado que a atividade possui.

Quando esta classificação é alternada de motivação para gênero, conforme Tabela 4.7, a atividade “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” permanece na frente entre os empreendedores nascentes, tanto para homens (12,9%), quanto para mulheres (16,7%). Outros dois serviços relacionados com a alimentação figuram entre

Tabela 4.7 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos nascentes segundo o gênero - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores nascentes			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	12,9	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	16,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	11,5	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	13,2
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	6,5	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	11,8
Serviços especializados para construção não especificados	4,4	Serviços ambulantes de alimentação	9,8
Comércio varejista de bebidas	2,9		
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	2,9		
Comércio varejista de carnes e pescados - açougues e peixarias	2,8		
Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	2,8		
Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	2,8		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	2,8		
Outras atividades	47,7	Outras Atividades	48,4

Fonte: GEM Brasil 2016

as mulheres: “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (13,2%) e “Serviços ambulantes de alimentação” (9,8%), denotando alto interesse das mulheres neste segmento.

Além dos restaurantes, os empreendedores do gênero masculino se engajam na “Manutenção e reparação de veículos automotores” (11,5%), no “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (6,5%) e em “Serviços especializados para construção” (4,4%), entre outros. Os dados também indicam que as atividades de comércio têm participação expressiva entre os homens, sendo que das 10 atividades mais empreendidas por eles, seis estão relacionadas ao comércio.

Homens e mulheres empreendedores concordam nas dificuldades enfrentadas e são similares em nível de educação e interesse em criar seu próprio negócio. No entanto, eles diferem quando o assunto é parceria. Por meio de empresas parceiras as mulheres conseguem

obter financiamento antecipado, que chegam inclusive a considerá-las um gatilho para início de sua atividade empreendedora²¹. Em especial no caso do Brasil, onde predomina um empreendedorismo por meio de atividades de prestação de serviço ou comércio (em detrimento da manufatura) estes parceiros podem ser fornecedores ou clientes.

Mantendo-se a distribuição das atividades por gênero, mas agora com relação aos empreendimentos novos, conforme Tabela 4.8, os empreendedores homens estão engajados principalmente em “Serviços especializados para construção” (21,6%), “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (5,8%), “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (4,4%) e “Manutenção e reparação de veículos automotores” (4,4%).

Já as empreendedoras iniciais têm despendido esforços em “Serviços domésticos” (17%), “Cabeleireiros e outras atividades de tra-

Tabela 4.8 - Distribuição percentual dos empreendedores novos segundo o gênero - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores novos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção não especificados	21,6	Serviços domésticos	17,0
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,8	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	14,3
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	4,4	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	12,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	4,4	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	9,0
Atividades de serviços pessoais não especificadas	3,4		
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,3		
Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	3,2		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,1		
Obras de acabamento	2,4		
Outras atividades	48,4	Outras Atividades	47,7

Fonte: GEM Brasil 2016

²¹ Kauffman Foudation. http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20co-vers/2009/07/successful_women_entrepreneurs_510.pdf.



tamento de beleza” (14,3%), “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (12%) e “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (9%). Estas três últimas atividades também figuram entre os homens, mas em percentual menor. A preferência da atividade de “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” expandiu-se em 0,2 ponto percentuais se comparada com as empreendedoras nascentes.

Os dados também indicam que os empreendedores novos possuem perspectivas diferentes em relação às atividades mais predominantes, uma vez que os “Serviços especializados para construção” que é a atividade mais comum entre os homens, não figura entre as mulheres. Semelhantemente, os “Serviços do-

mésticos” primeiro colocado entre as mulheres, com expressivo percentual, não figura entre os homens.

Já com relação aos empreendimentos estabelecidos, que são apresentados na Tabela 4.9, a atividade “Serviços especializados para construção” permanece na liderança entre os homens (24,7%), seguida por “Obras de acabamento” (9,1%), “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (5,2%) e “Manutenção e reparação de veículos automotores” (4,8%).

Com relação às mulheres, as duas atividades mais comuns entre as empreendedoras novas se inverteram nas estabelecidas, “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” assumiu a primeira posição (24,1%) e “Serviços domésticos” (11,3%) a segunda, se-

Tabela 4.9 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo ao gênero - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores estabelecidos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção não especificados	24,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	24,1
Obras de acabamento	9,1	Serviços domésticos	11,3
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,2	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	9,8
Manutenção e reparação de veículos automotores	4,8	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,6
Instalações elétricas	3,8		
Fabricação de esquadrias de metal	3,5		
Outras atividades	48,9	Outras Atividades	46,2

Fonte: GEM Brasil 2016

guidos de “Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal” (9,8%) que não figurou no anterior, e “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (8,6%) que apresentou uma queda de 0,4 ponto percentual também em comparação com os empreendedores novos.

Entre os homens há o predomínio de atividades ligadas à construção (41,1%), ao passo que entre as mulheres, as atividades ligadas a tratamento de beleza e cosméticos respondem por 33,9% das empreendedoras. A atividade de

“Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”, que entre os homens figurou nos empreendimentos nascentes (12,9%) e nos novos (5,8%), já não é tão comum entre os estabelecidos e não foram destacadas. Já os “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” esteve presente entre as mulheres em todos os tipos de empreendimentos, embora demonstrando queda, uma vez que detinha 13,2% dos empreendimentos nascentes, caindo para 9% nos novos e 8,6% nos estabelecidos.

Na Tabela 4.10 as atividades foram redistribuídas de acordo com três faixas etárias: de 18 a 34; de 35 a 54; e de 55 a 64 anos. Na primeira faixa, os empreendedores nascentes atuam principalmente em “Manutenção e reparação de veículos automotores” (11,2%), “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (9,7%) e “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (8,4%).

Quanto aos empreendedores nascentes de 35 a 54 anos, suas atividades predominantes são “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (26,8%), “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (11%) e “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (4,3%). Na última faixa, as quatro atividades

mais comuns são “Serviços ambulantes de alimentação” (9,8%), “Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal” (9,8%), “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (9,8%) e “Atividades de serviços pessoais” (9,8%). Coincidentemente, as quatro atividades obtiveram o mesmo percentual na pesquisa.

A faixa etária mais concentrada é a de 35 a 54 anos, onde apenas duas atividades respondem por 37,8% dos empreendimentos. A atividade “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” esteve nas três classificações em diferentes proporções: na primeira alcançou 4,6%, depois chegou à 26,8% e finalizou em 9,8% com os empreendedores de 55 a 64 anos. A atividade “Serviços

Tabela 4.10 - Distribuição percentual dos empreendimentos nascentes segundo a faixa etária - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores nascentes					
18-34 anos		35-54 anos		55-64 anos	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Manutenção e reparação de veículos automotores	11,2	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	26,8	Serviços ambulantes de alimentação	9,8
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	9,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	11,0	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	9,8
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,4	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	4,3	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	9,8
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	6,5	Serviços ambulantes de alimentação	4,0	Atividades de serviços pessoais não especificadas	9,8
Serviços ambulantes de alimentação	5,9	Serviços domésticos	3,9	Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	8,2
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,7			Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis	8,2
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,6				
Outras atividades	49,0	Outras atividades	49,9	Outras atividades	44,1

Fonte: GEM Brasil 2016



ambulantes de alimentação” também apareceu nas três posições e correspondeu à 5,9%, 4% e 9,8% dos empreendimentos, respectivamente.

Um dado que merece destaque é a atividade “Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis”, única diretamente ligada a tecnologia e sistemas de informação, e que aparece somente nos empreendedores de 55 a 64 anos (8,2%). Poderia se esperar que, dado a Geração Y ser tida como a mais conectada, suas atividades empreendedoras poderiam girar em torno de tecnologia, o que não se confirmou.

Considerando os empreendedores novos, sua distribuição é apresentada na Tabela 4.11. Naqueles entre 18 e 34 anos as principais atividades são “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (15,7%), “Serviços especializados para construção” (7,8%) e “Res-

taurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (7,3%).

Com relação aos empreendedores novos de 35 a 54 anos, as atividades mais comuns são “Serviços especializados para construção não especificados anteriormente” (12,6%), “Serviços domésticos” (12,1%) e “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (10,1%). Na última faixa etária, de 55 a 64 anos, os “Serviços domésticos” ficaram com 16,2%, o “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” com 10,4% e “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” com 9,3%.

À exceção de “Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos”, as outras quatro atividades da última faixa etária, também estão presentes nos empreendedores de 18 a 34 e de 35 a 54 anos, oscilan-

Tabela 4.11 - Distribuição percentual dos empreendimentos novos segundo a faixa etária - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores novos					
18-34 anos		35-54 anos		55-64 anos	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	15,7	Serviços especializados para construção não especificados	12,6	Serviços domésticos	16,2
Serviços especializados para construção não especificados	7,8	Serviços domésticos	12,1	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,4
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,3	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,1	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	9,3
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,2	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,1	Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados	8,6
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,8	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,6	Serviços especializados para construção não especificados	6,8
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	5,8	Manutenção e reparação de veículos automotores	4,0		
Serviços domésticos	5,6				
Outras atividades	45,7	Outras atividades	47,5	Outras atividades	48,7

Fonte: GEM Brasil 2016

do as proporções. O nível de concentração se mostra equilibrado entre as três faixas etárias, sendo que as duas principais atividades de cada uma delas somam 23,5%, 24,7%, e 26,6%, respectivamente.

Quanto aos empreendedores estabelecidos (Tabela 4.12), a atividade “Serviços especializados para construção” é uma das duas principais em todas as três faixas etárias, especialmente para empreendedores de 55 a 64 anos (22,7%). Isso é reflexo do bom momento vivido pelo setor em 2014, como já comentado. Por não figurar com destaque em nenhuma faixa etária entre os empreendedores nascidos, a atração do setor para novos negócios sofreu queda.

Uma outra atividade predominante foi

a de “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza”, especialmente na faixa de 18 a 34 anos (26,7%), mas também presente com um percentual relevante nos empreendedores de 35 a 54 anos (10,3%), e uma participação menor nos de 55 a 64 anos (5,2%). “Obras de acabamento” também figura nas três faixas de idade, porém têm maior percentual entre os empreendedores com 55 a 64 anos (6,7%) onde é a segunda atividade mais realizada.

A atividade “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” que era uma das mais comuns nas três faixas etárias, tanto em empreendimentos nascidos como em novos, não é citada entre as com maior percentual em nenhuma das faixas etárias nos empreendimentos estabelecidos.

Tabela 4.12 - Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos estabelecidos segundo a faixa etária - Brasil - 2016

Atividades dos empreendedores estabelecidos					
18-34 anos		35-54 anos		55-64 anos	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	26,7	Serviços especializados para construção não especificados	12,9	Serviços especializados para construção não especificados	22,7
Serviços especializados para construção não especificados	11,3	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,3	Obras de acabamento	6,7
Obras de acabamento	6,3	Serviços domésticos	7,2	Comércio varejista com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	5,9
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,6	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,7	Serviços domésticos	5,6
		Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	6,3	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,2
		Obras de acabamento	4,9	Atividades imobiliárias de imóveis próprios	4,0
		Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,9		
Outras atividades	50,2	Outras atividades	47,8	Outras atividades	49,8

Fonte: GEM Brasil 2016





CAPÍTULO 5

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS



No presente capítulo as características dos empreendimentos são destacadas, evidenciando o faturamento anual, o número de em

pregados, o nível de formalização e o potencial de inovação dos empreendimentos.

5.1 FATURAMENTO E PORTE DOS EMPREENDIMENTOS

No que diz respeito ao faturamento, a Tabela 5.1 nos apresenta que 30,6% dos empreendimentos iniciais ainda não faturou e 45,7% fatura até R\$12.000,00 por ano. Um percentual mínimo (0,3%) fatura entre R\$ 60.000,01 e R\$ 100.000,00, e não houve empreendedores que tivessem auferidos mais de R\$ 100.000,00 anuais. Desta forma, todos os empreendimentos pesquisados que informaram faturamento e número de empregados podem ser considerados como prováveis microempreendedores individuais (92,7%) ou microempresas (5,6%).

Sobre o número de empregados, a maior parte dos negócios (52%) não possui nenhum funcionário, sendo que 38,7% fatura até

R\$ 12.000,00 por ano. Um percentual relevante deixou de informar o número de empregados (32,9%) e 28,8% ainda não obteve faturamento. Apenas 5,9% dos empreendimentos contam com de 2 a 6 empregados, sendo que a maior parte deste percentual (1,7%) fatura de R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00 anuais.

Os números demonstram que os empreendimentos iniciais, ou seja, aqueles que não remuneraram seus proprietários por mais de três meses e aqueles que por menos de 42 meses, predominantemente não empregam funcionários, faturam até R\$ 12.000,00 por ano e seriam tributariamente enquadrados como microempreendedores individuais (MEI).

Tabela 5.1 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2016

Países	% dos empreendedores iniciais	Número de empregados ¹			
		Não informaram o número de empregados	Não têm empregados	1	De 2 a 6
Não informaram faturamento	1,8	0,3	0,6	0,3	0,6
Ainda não faturou nada	30,6	28,8	1,6	0,2	0,0
Até R\$ 12.000,00	45,7	2,3	38,7	3,2	1,5
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	14,4	1,0	8,8	2,9	1,7
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	5,3	0,5	2,0	1,4	1,4
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	1,3	0,0	0,0	0,5	0,7
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	0,7	0,0	0,0	0,7	0,0
De R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00	0,3	0,0	0,3	0,0	0,0
Acima de R\$ 100.000,00	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	32,9	52,0	9,3	5,9

Fonte: GEM Brasil 2016

Nota: a área cinza total compreende empreendedores considerados como os prováveis microempresas representando 98,2% dos empreendedores iniciais e a área menor em cinza escuro compreende empreendedores considerados prováveis microempreendedores individuais (MEI), representando 92,7% dos empreendedores iniciais.

¹ As demais faixas não foram apresentadas por não conterem nenhum resultado na amostra.

O micro empreendedor individual (MEI) é um regime fiscal brasileiro criado em 2008, com a finalidade de diminuir a informalidade no país. Nele, empreendedores que faturam até R\$ 60.000,00 por ano (média de R\$ 5.000,00 por mês), que não tenham participação societária em outras empresas e que contratem até um funcionário, recebem isenção de impostos federais²². Considerando este limite de R\$ 60.000,00 anuais de faturamento, nota-se a necessidade de incremento de receita nos empreendedores iniciais, que pode advir da diferenciação do produto ou de um serviço personalizado, ou ainda da oferta de uma maior variedade de produtos.

Os empreendimentos estabelecidos, ou seja, aqueles que já remuneraram seus proprietários por mais de 3 anos e meio, apresentam maiores valores em uma consideração geral (Tabela 5.2). Entretanto, o maior percen-

tual entre as faixas de faturamento se mantêm em até R\$ 12.000,00 por ano como nos iniciais, com um percentual um pouco maior (50,2%). Dada a diferença de amadurecimento entre os empreendedores iniciais e os estabelecidos, este número demanda atenção. Pode ser que estas empresas apresentem dificuldade para crescer que ainda não foram satisfatoriamente atendidas por seu ecossistema de apoio. Uma segunda possibilidade poderia ser que muitos empreendedores não têm interesse na escalabilidade isto porque a julgam arriscada ou por que ameaçaria seus proventos.

Ainda em faturamento, nota-se que um percentual considerável (28,8%), exatamente o dobro do verificado para os empreendedores iniciais, auferiram faturamento entre R\$ 12.000,00 e R\$ 24.000,00. Os crescimentos percentuais continuam nas demais faixas, sendo que os empreendedores iniciais que faturavam

Tabela 5.2 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores estabelecidos (TEE) - Brasil - 2016

Faturamento	% dos empreendedores iniciais	Número de empregados ¹				
		Não informaram o número de empregados	Não têm empregados	1	De 2 a 6	De 7 a 10
Não informaram faturamento	2,9	0,2	1,3	0,3	1,1	0,0
Até R\$ 12.000,00	50,2	1,1	39,7	5,9	3,4	0,0
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	28,8	0,3	19,9	5,6	2,7	0,3
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	7,7	0,0	4,9	1,8	1,1	0,0
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	4,0	0,0	2,2	0,4	1,4	0,0
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	3,2	0,0	1,4	0,9	0,9	0,0
De R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00	2,0	0,0	0,6	0,6	0,4	0,4
De R\$ 100.000,01 a R\$ 240.000,00	1,2	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0
Acima de R\$ 240.000,00	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	1,6	70,1	15,4	12,2	0,7

Fonte: GEM Brasil 2016

Nota: a área cinza total compreende empreendedores considerados como os prováveis microempresas representando 97,1% dos empreendedores estabelecidos e a área menor em cinza escuro compreende empreendedores considerados prováveis microempreendedores individuais (MEI), representando 84,1% dos empreendedores estabelecidos.

1 As demais faixas não foram apresentadas por não conterem nenhum resultado na amostra.

²² Portal do empreendedor - MEI. <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>.



entre R\$ 48.000,00 e R\$ 100.000,00 somaram 1%, agora, entre os estabelecidos, passaram a somar 5,2%. Além disso, não havia empresa que tivesse faturado mais de R\$ 100.000,00 entre os iniciais, o que passou a ver entre os estabelecidos na razão de 1,2 para cada 100.

O número das empresas que não informaram o número de empregados caiu consideravelmente (1,6%), sendo que o percentual atribuído a estes, entre os empreendedores iniciais, parecem agora serem transferidos para empreendimentos que não têm empregados, que somaram 70,1% dos empreendedores estabelecidos. Apesar disso, 15,4% dos empreendedores estabelecidos contratam 1 funcionário, 12,2% de 2 a 6 funcionários e apenas 0,7% de 7 a 10 funcionários.

5.2 FORMALIZAÇÃO

O percentual de empreendedores que declararam ter CNPJ e que são, portanto, formalmente reconhecidos pelo governo e órgãos reguladores é de 17,5% (Tabela 5.3). Este valor apresentou leve queda em relação à pesquisa GEM de 2014 (20,2%). Em parte, isso pode ser reflexo da piora da situação da economia. Com a queda da demanda decorrente da recessão, menos empreendedores se sentiram estimulados a formalizar seu empreendimento. O aumento do número de MEI na economia em 2016 (entre 2015 e 2016 o número de MEI passou de 5,6 milhões para 6,5 milhões, um aumento de quase 1 milhão de novos MEI), não foi suficiente para que houvesse uma continuidade do aumento da taxa de formalização.

No entanto, este alto percentual de empreendedores informais pode significar uma

Apesar do percentual menor, a grande maioria dos empreendimentos estabelecidos se encaixam como MEI (84,1%) e outros 13% como microempresas. O que novamente denota que mesmo remunerando seus proprietários, grande parte das empresas estabelecidas não cresceram ou cresceram pouco. O que pode ser associado ao predomínio do empreendedorismo por necessidade, onde o empreendedor se limita, muitas vezes, a retirar do negócio apenas a subsistência da família, sem planejar e implementar grandes inovações nele. Ou ainda, à falta de condições (inclusive governamentais) que fomentem este crescimento, sejam incentivos à inovação, financiamento e demais variáveis macroeconômicas (juros, nível de emprego, incentivos à importação e exportação).

ampla gama de negócios pouco estruturados e consideravelmente pequenos. Uma vez que sem CNPJ não é possível obter empréstimos de quantias maiores e com prazo mais alongados, prestar serviços que exijam notas fiscais (especialmente às empresas), concorrer em licitações, emitir boletos de cobrança, entre outros.

Deixando de lado a questão histórica e remontando apenas o contexto de 2016 no Brasil, o país viveu um ano de intensa recessão, sofreu uma crise política e viu os juros e déficit das contas públicas subirem rapidamente²³. Olhando por este ângulo, pode ser que os números também reflitam a falta de confiança na economia do país, de modo que em 2016 os empreendedores não se mostravam preocupados com o crescimento, mas apenas com a sobrevivência das suas empresas, formais ou não.

Tabela 5.3 - Empreendedores cujos empreendimentos possuem CNPJ - Brasil - 2016

Registros	% de empreendedores		
	Sim	Não	Total
CNPJ	17,5	82,5	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

²³ Agência Brasil. <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-12/ajuste-fiscal-crise-nos-estados-infla%C3%A7%C3%A3o-veja-o-que-marcou-a-economia-em-2016>.

5.3 POTENCIAL DE INOVAÇÃO

Em relação ao potencial de inovação em empreendedores iniciais (Tabela 5.4), o país com maior percentual de inovação em produto ou serviço é a China (76,9%), seguido pela Índia (62,6%) e pela África do Sul (47,9%). O Brasil apresenta o segundo menor percentual (20,4%) acima apenas da Rússia (17,5%). Apesar de todos estes países citados serem considerados em desenvolvimento, os percentuais podem refletir seus investimentos em pesquisa e desenvolvimento. China e Índia foram os países que mais cresceram no cenário econômico mundial em 2016, enquanto o Brasil caiu algumas posições no mesmo ranking²⁴. Além disso, o Brasil está na 32ª posição no que diz respeito a complexidade econômica, ou seja, tem exportado mais produtos com baixos graus de capacidades e conhecimentos empregados em sua produção²⁵. Especialmente em 2016 esta queda de competitividade pode ser atribuída ao cenário vivido pelo país.

No que diz respeito à existência de concorrentes, a posição do Brasil melhora e fica em segundo lugar (48,5%), atrás apenas dos Estados Unidos (61,6%). Isto significa que apesar do baixo investimento em inovação, os empreendedores iniciais brasileiros têm conseguido comercializar produtos e serviços que apre-

sentam algum grau de diferenciação, quando comparados a outros produtores ou prestadores de serviço. Pode também ser um indicativo de que os empreendimentos iniciais atuam em nichos específicos.

Já quanto a tecnologia, o país fica em último lugar, com o percentual ínfimo de 4%, sendo que tanto a Índia, como a África do Sul apresentam percentuais acima dos 50%. Isto significa que os empreendedores iniciais do país, estão em desvantagem com relação a competitividade global, utilizando tecnologias já tidas com obsoletas em outros países. Minimizar este problema, um maior investimento, tanto governamental quanto privado, em ciência, tecnologia, inovações e comunicações.

No que tange a consumidores no exterior, os empreendedores iniciais do Brasil têm novamente o menor percentual (1,8%), ficando muito atrás dos Estados Unidos (85,1%), da Alemanha (68,1%) e da África do Sul (53,1%). Este número pode ser considerado a soma de pelos menos dois fatores já ponderados, a baixa inovação e o uso de tecnologia obsoleta que culmina em baixa competitividade global. Pode também ser um reflexo das políticas de importação e exportação do país, bem como da sua imagem internacional.

Tabela 5.4 - Percentual dos empreendedores iniciais (TEA), segundo às características relacionadas à inovação dos produtos e serviços produzidos pelos seus empreendimentos - Países selecionados - 2016

Países	% de empreendedores iniciais			
	Produto/ serviço novo para alguns ou para todos	Poucos ou nenhum concorrente	Tecnologia com menos 5 anos	Consumidores no exterior
Brasil	20,4	48,5	4,0	1,8
África do Sul	47,9	43,3	55,1	53,1
Alemanha	38,4	47,5	23,0	68,1
China	76,9	33,3	35,4	34,7
Estados Unidos	47,6	61,6	28,4	85,1
Índia	62,6	44,1	55,7	53,0
México	37,7	44,6	15,5	24,0
Rússia	17,5	27,8	23,6	2,7

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ O parâmetro para cada valor é 100,0

²⁴ IMD World Competiveness Center. <http://www.imd.org/wcc/news-wcy-ranking/>.

²⁵ The Observatory of Economic Complexity. <http://atlas.media.mit.edu/pt/profile/country/bra/>.



Já quando o assunto são os empreendedores estabelecidos, conforme apresentado na Tabela 5.5, o Brasil sobe uma posição e fica na sexta colocação (21,2%), antes da Alemanha (19,3%) e do México (15,8%). Vale ressaltar que o México também apresentou queda de competitividade em 2016. Entre os primeiros colocados, os países permanecem os mesmos, com apenas alguma variação percentual que assegura a primeira posição à China (82,1%). Isto indica que em comparação com os empreendedores iniciais, os estabelecidos estão em melhor condição no que diz respeito a um produto ou serviço novo, embora a diferença seja pequena e possa ser atribuída aos esforços dos próprios empreendedores em aprender e se adaptar ao mercado.

Quanto à baixa concorrência, os empreendedores estabelecidos apresentaram o segundo pior percentual (32,1%), ficando acima somente da Rússia (29,6%). Índia (51,7%), China (47,5%) e México (43,2%) foram as que apresentaram a melhor performance neste quesito. Os números brasileiros denotam que os empreendedores estabelecidos, apesar de mais

inovadores, sofrem maiores concorrências que os iniciais.

No que diz respeito a novidade da tecnologia, o Brasil permanece com os 4% que apareceram entre os empreendimentos iniciais. Mas o México apresentou um percentual ainda menor (2,4%). Também têm de ser consideradas as quedas neste percentual sofridas pelos Estados Unidos (9%) e pela Alemanha (6,9%). Estes dados denotam que os empreendedores não têm atualizados suas tecnologias à medida que vão se estabelecendo, seja por falta de interesse, ou por falta de recursos e incentivos. E este pode ser um considerável entrave para penetração no mercado global.

Quando o assunto são os consumidores no exterior, os empreendedores estabelecidos (1,4%) apresentam percentual ainda menor que nos iniciais (1,8%). Bastante distante dos Estados Unidos (77,9%), da África do Sul (67,1%) e da Alemanha (44,3%). Os Estados Unidos figuram na terceira posição no ranking de competitividade global, ao passo que a África do Sul aparece na 52ª, a Alemanha na 12ª e o Brasil na 56ª colocação²⁶.

Tabela 5.5 - Percentual¹ dos empreendedores estabelecidos (TEE), segundo às características relacionadas à inovação dos produtos e serviços produzidos pelos seus empreendimentos - Países selecionados - 2016

Países	% de empreendedores estabelecidos			
	Produto/ serviço novo para alguns ou para todos	Poucos ou nenhum concorrente	Tecnologia com menos 5 anos	Consumidores no exterior
Brasil	21,2	32,1	4,0	1,4
África do Sul	52,2	34,0	53,2	67,1
Alemanha	19,3	32,4	6,9	44,3
China	82,1	47,5	38,5	33,8
Estados Unidos	24,6	34,1	9,0	77,9
Índia	53,3	51,7	40,4	39,6
México	15,8	43,2	2,4	20,7
Rússia	25,3	29,6	24,0	13,3

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ O parâmetro para cada valor é 100,0

²⁶ IMD World Competiveness Center – Ranking 2016. <http://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/scoreboard.pdf>.

Cruzando as informações de formalidade e de inovatividade, obtém-se que apenas 23,91% dos empreendedores que possuem CNPJ no Brasil comercializam inovação (Tabela 5.6). Um número considerado pequeno, a julgar que desde 1934 a inovação de um país é atribuída aos empreendedores²⁷. Depreende-se deste número que a maior parte dos empreendedores formais brasileiros estão engajados em atividades tidas como não inovadoras. O motivo deste posicionamento por parte deles pode ser a percepção de um baixo retorno da inovação, além de outras considerações já debatidas desde o início deste capítulo.

Quanto à existência de concorrentes, 37,5% dos empreendedores devidamente formalizados usufruem de mercados com poucos ou nenhum concorrente. A isto depreende-se que os empreendedores brasileiros têm desenvolvido produtos e serviços direcionados a públicos específicos e, portanto, sofrem baixos impactos advindos de retaliação de concorrentes.

Com relação a tecnologia, 95,2% dos empreendedores com CNPJ utilizam tecnologias com mais de 5 anos. Ou seja, mesmo com a abertura a financiamentos concedidas pelo governo para quem possui CNPJ, a atualização das máquinas e equipamentos não se mostram viáveis a grande parte dos empreendimentos. O que pode ser em função das altas taxas de juros praticadas pelo sistema financeiro brasileiro ou mesmo decorrente da percepção de um cenário pouco otimista de crescimento da economia ou do mercado.

No que diz respeito aos consumidores no exterior, apenas 2,88% das empresas brasileiras com CNPJ atendem a estes clientes. Tal percentual reflete o grande desafio do Brasil em ampliar a exportação de seus produtos, bem como as altas taxas e impostos envolvidos nestas transações. Além da complexidade dos processos burocráticos de movimentação e documentação.

Tabela 5.6 - Distribuição Percentual dos empreendedores segundo CNPJ em relação as características Inovadoras - Brasil - 2016

Inovação	% de empreendedores	
	Possuem CNPJ	Não possuem CNPJ
Produto/serviço novo para alguns ou para todos	23,91	20,04
Poucos ou nenhum concorrente	37,53	41,87
Tecnologia com menos 5 anos	4,82	3,78
Consumidores no exterior	2,88	1,14

Fonte: GEM Brasil 2016

Com relação aos empreendedores sem CNPJ, 20,04% deles comercializam algum tipo de inovação (Tabela 5.6). Percentual considerável, já que sem a devida formalização junto ao governo estes empreendimentos não têm acesso a financiamentos e nem tampouco podem vender em grandes escalas atendendo empresas privadas ou o próprio governo. Além disso, só são menores em 3,87 pontos percentuais em comparação com aqueles que possuem CNPJ e podem tomar estas iniciativas.

No que tange aos concorrentes, 41,87%

dos empreendedores sem CNPJ estão em mercados com pequena ou nenhuma concorrência, o que pode servir como uma propulsora do desenvolvimento e a formalização destas empresas, mas também como uma forma de acomodação, que acabaria por manter o status quo destes empreendedores.

No que diz respeito à tecnologia com menos de 5 anos, apenas 3,78% dos empreendimentos sem CNPJ fazem uso delas. Novamente, pode ser em função de que a informalidade impossibilita o acesso a financiamentos

²⁷ SCHUMPETER (1934).



e demais incentivos do governo. Logo, investir sozinho em nova tecnologia pode parecer muito arriscado ou se tornar inviável.

Quanto aos consumidores no exterior, apenas 1,14% dos empreendimentos informais exportam seus produtos e serviços. Um pouco menos que a metade dos clientes internacionais de empresas com CNPJ. Este percentual ínfimo pode ser em virtude do desconhecimento das regras de exportação que o Brasil adota.





CAPÍTULO 6

AMBIENTE PARA EMPREENDER NO BRASIL



Diversos fatores contribuem para o surgimento de uma cultura empreendedora e para a criação de novos negócios, envolvendo itens mais amplos como economia, legislação, questões sociodemográficas até fatores familiares e pessoais. Nesse capítulo são apresentadas as percepções dos empreendedores quanto ao ambiente para empreender no Brasil e outras influências que afetam o surgimento de novos negócios. A percepção dos especialistas sobre as condições para empreender no Brasil também fazem parte deste capítulo.

6.1 MENTALIDADE EMPREENDEDORA

A mentalidade empreendedora é um conceito que está associado à percepção e avaliação interna do indivíduo sobre o ambiente no qual ele está inserido e a existência de condi-

ções que podem influenciar de forma positiva ou negativa na decisão de empreender. Essa avaliação considera questões próprias de cada indivíduo, como maior abertura para novas experiências, mas também influências sociais tais como o relacionamento com empreendedores e acesso a informações dos meios de comunicação e de instituições que apoiam a criação de novos empreendimentos. A pesquisa realizada com a população adulta do Brasil e de países selecionados evidenciam algumas dessas influências. A Tabela 6.1 destaca que 41,3% da população brasileira conhece alguém que iniciou um novo negócio nos últimos 2 anos. Comparando-se com os demais países do BRICS (Rússia, Índia, China e África do Sul) o Brasil só fica atrás da China, onde 50,5% da população conhece alguém que empreendeu nos últimos 2 anos.

Tabela 6.1 - Percentual¹ da população segundo a mentalidade empreendedora: convivência com empreendedores - Países selecionados - 2015:2016

Países	% da população que afirma conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos	
	2015	2016
Brasil	51,7	41,3
África do Sul	35,0	31,0
Alemanha	23,6	22,4
China	50,4	50,5
Estados Unidos	29,8	30,6
Índia	37,6	33,3
México	47,9	50,8
Rússia	...	37,4

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

O que chama a atenção é que, comparado com outros países, apenas o Brasil teve uma queda significativa neste índice entre 2015 e 2016. Esse fato pode ser um indício da idiosincrasia da situação macro econômica brasileira em relação ao resto do mundo. Ou seja, existem fatos que afetam apenas o Brasil e que não estão afetando significativamente nenhum outro país (ex. impeachment presidencial, déficit fiscal agudo).

Outra conclusão que pode ser inferida dos dados da Tabela 6.1 é que o empreendedorismo brasileiro no ano de 2016 se tornou um pouco mais concentrado em menos atores. Isso quer dizer que menos pessoas estão empreendendo e por isso um percentual menor da população conhece algum empreendedor recente. Já em relação às oportunidades percebidas para os próximos seis meses, ou seja, para um futuro de curtíssimo prazo, os brasileiros parecem não

ter mudado muito sua avaliação entre os anos de 2015 e 2016. Segundo a Tabela 6.2, 42,4% da população brasileira percebia em 2015 boas oportunidades de negócio. Em 2016, 40,2% da população ainda via com otimismo alguma oportunidade. O provável fato desta relativa estabi-

lidade é o fato de que, apesar do ápice da crise político-econômica brasileira ter sido em 2016, a percepção dos brasileiros já havia caído sensivelmente se ajustado no ano anterior. Afinal, em 2014 mais de 55% dos brasileiros enxergavam boas oportunidades de negócio a curto prazo.

Tabela 6.2 - Percentual¹ da população segundo a mentalidade empreendedora: oportunidades de novos negócios - Países selecionados - 2015:2016

Países	% da população que afirma perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem	
	2015	2016
Brasil	42,4	40,2
África do Sul	40,9	35,0
Alemanha	38,3	37,6
China	31,7	37,3
Estados Unidos	46,6	57,3
Índia	37,8	44,3
México	44,7	39,4
Rússia	...	17,9

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

Não obstante, percebe-se que o brasileiro continua sendo um dos povos que mais acredita em boas oportunidades no curto prazo. Apenas os Estados Unidos, com 57,3%, e a Índia, com 44,3%, possuem um percentual da população maior prevendo oportunidades de bons negócios para o curto prazo. Talvez a explicação para isso seja cul-

tural, afinal o brasileiro é reconhecidamente um povo otimista. Outra explicação é a própria crise que o país vive. Se no início da crise as percepções de bons negócios futuros tenderam a cair (o que aconteceu entre 2014 e 2015), com passar do tempo a tendência é voltar a surgirem novas e boas oportunidades de negócio.

Tabela 6.3 - Percentual¹ da população segundo a mentalidade empreendedora: conhecimento, habilidade e experiência - Países selecionados - 2015:2016

Países	% da população que afirma ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio	
	2015	2016
Brasil	58,3	53,6
África do Sul	45,4	37,9
Alemanha	36,2	37,4
China	27,4	29,8
Estados Unidos	55,7	55,1
Índia	37,8	44,0
México	45,8	40,7
Rússia	...	28,4

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.



A criação e o desenvolvimento de um novo negócio estão relacionados também ao conhecimento, habilidades e experiência para iniciar e gerenciar o novo negócio. Neste quesito o Brasil e Estados Unidos possuem as populações que se sentem mais preparadas para empreender. Na Tabela 6.3 nota-se que mais de 50% da população desses dois países se sentem preparada para iniciar um novo negócio.

A maioria dos países analisados não apresentou mudanças significativas entre os anos de 2015 e 2016. Uma exceção foi a Índia, onde o percentual da população que se diz pre-

parada para empreender subiu seis pontos percentuais. Outro caso interessante é o da África do Sul, que entre os anos de 2015 e 2016 caiu de 45,4% para 37,9% da população que se diz preparada para iniciar um negócio. No entanto, o índice de 2016 é praticamente o mesmo de 2014 (37,7%) o que não configura uma tendência.

O medo de fracassar pode ser um limitante da atividade empreendedora. No entanto, como pode ser observado na Tabela 6.4, a maior parte da população nos países apresentados afirma que o medo de fracassar não é um fator impeditivo para iniciar um novo negócio.

Tabela 6.4 - Percentual¹ da população segundo a mentalidade empreendedora: medo de fracassar - Países selecionados - 2015:2016

Países	% da população que afirma que o medo de fracassar não impediria que comessem um novo negócio	
	2015	2016
Brasil	50,5	57,6
África do Sul	67,0	64,4
Alemanha	53,3	55,7
China	62,5	59,0
Estados Unidos	68,5	65,1
Índia	69,2	65,3
México	66,9	68,9
Rússia	...	55,3

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

Interessante notar na mesma Tabela que o Brasil subiu 7 pontos percentuais entre 2015 (50,5%) e 2016 (57,6%), quase voltando a atingir o patamar de 2014 (60,9%). Ainda assim, percebe-se que embora por uma margem de diferença pequena, Brasil, Rússia e Alemanha são os países onde o medo de fracassar é mais impactante na decisão de iniciar uma atividade empreendedora. Na outra ponta desse contínuo está México, onde 68,9% da população afirma que o medo de fracassar não é impeditivo para criar um novo negócio.

Quando considera-se a divisão da população entre empreendedores e não empreendedores os resultados apresentam claras diferenças. Conforme pode ser observado na Tabela 6.5, os empreendedores conhecem significativamente mais pessoas que começaram um negó-

cio nos últimos 2 anos (51% contra 35% dos não empreendedores). Os empreendedores também tem melhor percepção sobre boas oportunidades nos próximos seis meses (47,8%) do que os não empreendedores (35,7%).

A confiança nos próprios conhecimentos, habilidades e experiência para empreender, conforme esperado, é muito superior para empreendedores (75,9%) do que para não empreendedores (40,6%). Além disso o medo de fracasso é um impeditivo menor para iniciar um novo negócio para os empreendedores do que para os não empreendedores.

Na Tabela 6.6 são apresentados os sonhos da população brasileira entre 18 e 64 anos categorizado pelo percentual da população. Percebe-se que o desejo de ter um negócio próprio é compartilhado por 31,7% dos brasileiros adul-

tos. Esse número, bem como dos demais sonhos dos brasileiros mantiveram-se praticamente estáveis nos últimos dois anos. Os destaques continuam sendo o desejo de viajar pelo Brasil (47,5% da população), comprar a casa própria (45,8%) e adquirir um automóvel (32,9%).

Tabela 6.5 - Percentual¹ da população segundo a mentalidade empreendedora: Comparação entre indivíduos considerados empreendedores com não empreendedores - Brasil - 2016

Mentalidade	% de não empreendedores	% de empreendedores
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos	35,7	51,0
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem	35,7	47,8
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio	40,6	75,9
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que comessem um novo negócio	52,9	66,0

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos. Cada indivíduo pode optar por mais de um quesito.

Tabela 6.6 - Percentual¹ da população segundo o sonho - Brasil - 2015:2016

Mentalidade	% da população	
	% de não empreendedores	% de empreendedores
Viajar pelo Brasil	48,8	47,5
Comprar a casa própria	47,1	45,8
Comprar um automóvel	38,4	32,9
Ter seu próprio negócio	34,5	31,7
Viajar para o exterior	28,6	29,2
Ter um diploma de ensino superior	28,8	24,1
Ter plano de saúde	31,2	22,6
Fazer carreira numa empresa	22,7	19,5
Casar ou constituir uma nova família	14,9	12,9
Comprar um computador/tablet/smartphone	8,1	4,8
Outro	9,9	10,6
Nenhum	3,2	3,3

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos que tem como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

É curioso notar que o sonho de ter um negócio próprio é compartilhado por muito mais pessoas do que o sonho de fazer carreira em uma empresa (31,7% contra 19,5% do total da população). Além disso, o sonho de casar ou construir uma nova família é ainda menor, sendo compartilhado por apenas 12,9% da população. Esses

números, em conjunto, mostram que a cultura brasileira bem como os valores compartilhados estão sendo depositados mais em experiências individuais (ter casa, carro, empreender) do que em compartilhamento (formar família, fazer carreira em uma empresa).



Tabela 6.7 - Características da população segundo o sonho: comparação entre os indivíduos que “sonham ter o próprio negócio” com os que “sonham fazer carreira numa empresa”, segundo características sociodemográficas - Brasil - 2016

Características sociodemográficas	% da população que sonha	
	Ter seu próprio negócio	Fazer carreira em uma empresa
Gênero		
Masculino	52,9	50,4
Feminino	47,1	49,6
Total	100,0	100,0
Faixa etária		
18 a 24 anos	25,2	30,3
25 a 34 anos	31,4	33,3
35 a 44 anos	22,0	21,2
45 a 54 anos	14,9	12,8
55 a 64 anos	6,4	2,5
Total	100,0	100,0
Escolaridade¹		
Educ0	23,2	20,6
Educ1	22,5	19,9
Educ2	47,0	49,9
Educ3+	7,4	9,6
Total	100,0	100,0
Renda		
Até 1 salário mínimo	15,1	21,2
Mais de 1 até 2 salários mínimos	32,7	29,0
Mais de 2 até 3 salários mínimos	24,7	24,8
Mais de 3 até 6 salários mínimos	23,9	22,1
Mais de 6 salários mínimos	3,7	2,8
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Educ0 = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Educ1 = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Educ2 = Ensino médio completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

Quanto às características sociodemográficas das pessoas que sonham em ter seu próprio negócio ou querem fazer carreira em uma empresa, a Tabela 6.7 mostra que praticamente não há diferença de gênero para ambos os projetos. Todavia, o percentual de homens que sonham em ter ser próprio negócio (52,9%) é um pouco maior que o de mulheres com o mesmo sonho (47,1%).

Ainda, na mesma tabela pode-se observar que a faixa etária mais representativa tanto no sonho de fazer carreira em uma empresa (33,3%) como no sonho de ter o próprio negócio (31,4%) é a faixa dos 25 aos 34 anos. Nas faixas etárias mais avançadas (+45 anos) diminui essa representatividade.

Percebe-se que os jovens têm mais expectativas e sonhos do que os mais velhos. Pode-se ainda perceber um fenômeno interessante na faixa etária de 55 a 64 anos. Nessa faixa etária o sonho de ter um negócio próprio (6,4% da população) é mais que o dobro do sonho de fazer carreira em uma empresa (2,5%). Isso demonstra que o “espírito empreendedor” arrefece menos do que a vontade de fazer carreira durante o envelhecimento.

Os dados evidenciam que não há grande diferença entre o percentual de pessoas que querem ter seu negócio e as que querem fazer carreira em uma empresa quando é considerada a faixa de renda. Entretanto, percebe-se na Tabela 6.7 que pessoas com menor nível de educação tendem a ter mais vontade de ter seu próprio negócio e pessoas com maior nível de educação tendem mais a buscar carreira em uma empresa. Apesar disso, ambos os sonhos diminuem bastante após a conclusão do ensino superior.

A Tabela 6.8 divide a população entre

empreendedores e não empreendedores e analisa as diferenças entre os sonhos dos dois grupos. Apesar da ordem de prioridade e dos percentuais relativos a cada sonho serem parecidos entre empreendedores e não empreendedores, alguns pontos merecem destaque. O sonho de ter o próprio negócio é compartilhado por 34,4% da população não empreendedora e por apenas 27% da população empreendedora. A hipótese mais plausível para explicar este fato contra intuitivo é que os empreendedores já possuem o seu negócio, ou seja, o desejo já não existe pois foi realizado. De forma análoga, o percentual de não empreendedores que sonham em fazer carreira em uma empresa (21,9%) é mais de 40% superior ao percentual de empreendedores com o mesmo sonho (15,3%). Essa comparação é semelhante ao sonho de formar família, que está presente em 14,2% dos não empreendedores, mas dentre os empreendedores apenas 10,6% possuem esse sonho, pois uma parcela deles já constituiu sua família.

Tabela 6.8 - Percentual¹ da população segundo o sonho - Brasil - 2016

Sonho	% da população que sonha	
	% de não empreendedores	% de empreendedores
Viajar pelo Brasil	47,0	48,3
Comprar a casa própria	46,3	45,0
Comprar um automóvel	32,6	33,3
Viajar para o exterior	29,5	28,5
Ter seu próprio negócio	34,4	27,0
Ter plano de saúde	21,4	24,6
Ter um diploma de ensino superior	25,4	21,8
Fazer carreira numa empresa	21,9	15,3
Casar ou constituir uma nova família	14,2	10,6
Comprar um computador/tablet/smartphone	5,0	4,5
Outro	10,0	11,7
Nenhum	3,5	2,8

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18-64 anos da referida classificação que tem como sonho o item especificado, cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.



6.2 CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL

Além das questões pessoais e familiares, aspectos econômicos, sociais, culturais e institucionais de um país interferem na criação de novos negócios, podendo atuar tanto como fatores inibidores como incentivadores.

A pesquisa GEM contempla, além da população adulta entrevistada, a percepção de diversos especialistas sobre as condições de se empreender no Brasil. Esses dados são levantados por meio de instrumentos de pesquisas

respondidos por profissionais escolhidos que atuam de forma contundente no ecossistema empreendedor brasileiro, assim como é feito nos demais países participantes da pesquisa GEM. A seleção desses especialistas é feita de forma intencional, não probabilística. É solicitado a cada especialista indicar três fatores favoráveis e três limitantes para o desenvolvimento dos novos negócios. As tabelas 6.9.1 e 6.9.2 apresentam a síntese desses dados.

Tabela 6.9.1 - Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	% de especialistas				
	Países selecionados - BRICS				
	Brasil	Rússia	Índia	China	África do Sul
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	51,6	40,6	16,4	15,4	7,8
Capacidade Empreendedora	41,9	40,6	12,7	26,9	23,5
Programas Governamentais	24,7	40,6	45,5	3,9	17,7
Normas Culturais e Sociais	20,4	6,3	21,8	30,8	13,7
Pesquisa e Desenvolvimento	18,3	6,3	14,6	15,4	21,6
Políticas Governamentais	14,0	28,1	25,5	69,2	49,0
Clima Econômico	10,8	12,5	16,4	15,4	5,9
Composição da População Percebida	10,8	0,0	9,1	0,0	3,9
Características da Força de Trabalho	5,4	6,3	9,1	11,5	43,1
Educação e Capacitação	4,3	25,0	30,9	26,9	15,7
Informações	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Internacionalização	4,3	3,1	3,6	7,7	5,9
Apoio Financeiro	3,2	12,5	29,1	26,9	27,5
Contexto Político, Institucional e Social	2,2	3,1	10,9	3,9	3,9
Acesso à Infraestrutura Física	1,1	3,1	9,1	7,7	19,6
Infraestrutura Comercial e Profissional	1,1	15,6	5,5	19,2	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	1,1	3,1	1,8	3,9	0,0
Crise Internacional	0,0	6,3	1,8	0,0	0,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	0,0	3,1	1,8	0,0	0,0

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual dos respondentes que mencionaram o fator. O especialista pode ter mencionado mais de um fator.

Tabela 6.9.2 - Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	% de especialistas			
	Países selecionados			
	Brasil	Alemanha	Estados Unidos	México
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	51,6	4,7	14,3	22,9
Capacidade Empreendedora	41,9	7,0	9,5	22,9
Programas Governamentais	24,7	55,8	26,2	42,9
Normas Culturais e Sociais	20,4	20,9	57,1	14,3
Pesquisa e Desenvolvimento	18,3	7,0	4,8	25,7
Políticas Governamentais	14,0	4,7	14,3	20,0
Clima Econômico	10,8	0,0	7,1	8,6
Composição da População Percebida	10,8	0,0	4,8	5,7
Características da Força de Trabalho	5,4	4,7	16,7	14,3
Educação e Capacitação	4,3	34,9	26,2	40,0
Informações	4,3	18,6	2,4	14,3
Internacionalização	4,3	0,0	2,4	5,7
Apoio Financeiro	3,2	44,2	31,0	5,7
Contexto Político, Institucional e Social	2,2	14,0	11,9	5,7
Acesso à Infraestrutura Física	1,1	14,0	11,9	5,7
Infraestrutura Comercial e Profissional	1,1	9,3	23,8	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	1,1	0,0	0,0	2,9
Crise Internacional	0,0	0,0	0,0	0,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	0,0	0,0	0,0	2,9

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual dos respondentes que mencionaram o fator. O especialista pode ter mencionado mais de um fator.

As tabelas 6.9.1 e 6.9.2 mostram a posição do Brasil em relação aos países do BRICS e outros países selecionados segundo o número de citações de especialistas entrevistados. Quanto aos países do BRICS, o país que mais se aproxima do Brasil é a Rússia. Em ambos os países os principais fatores ambientais que favorecem o empreendedorismo são: a abertura de mercado e as reduzidas barreiras à entrada de novas empresas (51,6% e 40,6% de citações); a capacidade empreendedora (41,9% e 40,6% de citações); e programas governamentais que favorecem o empreendedorismo (24,7% e 40,6% de citações). Já quanto a Índia, o principal fator apontado pelos especialistas foi a existência de programas governamentais com 45,5% de citações e o apoio financeiro existente, citado por 29,1% dos entrevistados.

Entretanto, a comparação mais interes-

sante a ser feita seria com a China, pois esse país é o que tem apresentado a maior taxa de crescimento econômico na última década. Os principais fatores que favorecem o empreendedorismo chinês são as políticas governamentais (69,2%) e o apoio financeiro existente (26,9%). Tomando esses dados em conjunto, a hipótese que pode ser levantada é que a existência de políticas governamentais seria mais favorável, ou pelo menos está produzindo melhores resultados, do que programas governamentais. Ou seja, os agentes econômicos conseguem um desenvolvimento maior quando o governo adota políticas de longo prazo, mais estáveis, do que com programas públicos, que podem ser alterados ao sabor de mudanças na chefia do executivo.

Já no caso da Alemanha, que possui as maiores taxas de crescimento da zona do euro, 55,8% dos especialistas entrevistados



apontam que a existência de programas governamentais são sua principal fortaleza (Tabela 6.9.2). Entretanto, a estabilidade do governo alemão contrabalança o aspecto potencialmente efêmero aos programas governamentais.

Um ponto que pode ser visto tanto nas economias de grande crescimento como (Índia e China) quanto em economias desenvolvidas que apresentam crescimento econômico (como os Estados Unidos e Alemanha) é que o apoio financeiro é apontado como um fator importante para a atividade empreendedora. Percebe-se que em países como Brasil (3,2%) e México (5,7%) os sistemas de apoio financeiro aos empreendedores não tem contribuído de forma efetiva para o surgimento de novos negócios.

A tabela 6.10.1 aponta os fatores clas-

sificados pelos especialistas consultados pela pesquisa GEM como limitantes à atividades empreendedora nos países do BRICS e a Tabela 6.10.2 complementa a comparação do Brasil com outros três países selecionados. Independentemente do país pesquisado, os especialistas são unânimes em apontar a falta de políticas governamentais e a falta de apoio financeiro com os principais limitadores da atividade empreendedora. No Brasil esses problemas são apontados, respectivamente, por 77,4% e 31,2% dos especialistas. Outro fator limitante apontado pelos especialistas brasileiros é o baixo nível de educação e capacitação. Quase um terço dos especialistas entrevistados (31,2%) apontou esse item como limitante à abertura e manutenção de novos negócios.

Tabela 6.10.1 - Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	% de especialistas				
	Países selecionados - BRICS				
	Brasil	Rússia	Índia	China	África do Sul
Políticas Governamentais	77,4	82,9	18,0	50,0	53,9
Apoio Financeiro	31,2	34,3	49,2	50,0	57,7
Educação e Capacitação	31,2	14,3	32,8	15,4	51,9
Características da Força de Trabalho	17,2	2,9	1,6	7,7	3,9
Normas Culturais e Sociais	16,1	25,7	45,9	23,1	19,2
Clima Econômico	9,7	11,4	11,5	15,4	11,5
Pesquisa e Desenvolvimento	9,7	0,0	19,7	7,7	1,9
Acesso à Infraestrutura Física	7,5	2,9	14,8	3,9	1,9
Capacidade Empreendedora	7,5	5,7	8,2	23,1	11,5
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	7,5	0,0	8,2	3,9	17,3
Contexto Político, Institucional e Social	6,5	8,6	14,8	11,5	7,7
Programas Governamentais	6,5	11,4	16,4	3,9	3,9
Infraestrutura Comercial e Profissional	5,4	0,0	3,3	11,5	0,0
Informações	4,3	5,7	6,6	0,0	15,4
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	3,2	0,0	0,0	7,7	0,0
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	2,2	20,0	8,2	34,6	19,2
Corrupção	2,2	28,6	14,8	0,0	3,9
Composição da População Percebida	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0
Crise Internacional	0,0	5,7	3,3	0,0	0,0
Internacionalização	0,0	0,0	3,3	0,0	1,9

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual dos respondentes que mencionaram o fator. O especialista pode ter mencionado mais de um fator.

Tabela 6.10.2 - Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	% de especialistas			
	Países selecionados			
	Brasil	Alemanha	Estados Unidos	México
Políticas Governamentais	77,4	40,0	39,5	50,0
Apoio Financeiro	31,2	60,0	55,8	55,6
Educação e Capacitação	31,2	15,6	32,6	27,8
Características da Força de Trabalho	17,2	4,4	23,3	2,8
Normas Culturais e Sociais	16,1	48,9	9,3	27,8
Clima Econômico	9,7	11,1	7,0	11,1
Pesquisa e Desenvolvimento	9,7	2,2	0,0	2,8
Acesso à Infraestrutura Física	7,5	4,4	14,0	2,8
Capacidade Empreendedora	7,5	13,3	14,0	25,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	7,5	6,7	14,0	0,0
Contexto Político, Institucional e Social	6,5	15,6	7,0	11,1
Programas Governamentais	6,5	15,6	9,3	8,3
Infraestrutura Comercial e Profissional	5,4	8,9	2,3	0,0
Informações	4,3	0,0	2,3	5,6
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	3,2	2,2	2,3	0,0
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	2,2	4,4	14,0	8,3
Corrupção	2,2	0,0	0,0	27,8
Composição da População Percebida	0,0	0,0	2,3	0,0
Crise Internacional	0,0	0,0	0,0	0,0
Internacionalização	0,0	0,0	2,3	0,0

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual dos respondentes que mencionaram o fator. O especialista pode ter mencionado mais de um fator.

Merece destaque que também nos Estados Unidos, a principal economia do mundo e país com sistema educacional bem desenvolvido, 32,6% dos especialistas apontam a falta de educação e capacitação como fator limitante ao empreendedorismo. Neste ponto vale ressaltar que, embora a pesquisa seja realizada globalmente, os especialistas avaliam apenas o ambiente de negócio do seu país. Dessa forma, os Estados Unidos, dadas as suas demandas atuais, vivem um problema de capacitação semelhante ao brasileiro.

No Brasil, outro fator de destaque é a corrupção que, apesar das suas consequências, é considerada um fator limitante à atividade

empreendedora por apenas 2,2% dos especialistas. Esse número é mais próximo dos países desenvolvidos – EUA e Alemanha não possuem nenhuma menção desse fator – do que países como Rússia, com 28,6%, e Índia, com 14,8%. No entanto, isso não quer dizer que a corrupção não seja um fator limitante no Brasil. Apenas que os especialistas brasileiros não a vêem como tão impactante na atividade empreendedora. Ou seja, mesmo em um ano onde a corrupção ganhou muita notoriedade na imprensa – especialmente com a operação lava jato – os analistas não a percebem como sendo uma barreira ao empreendedorismo.



Já os empreendedores brasileiros têm uma perspectiva um pouco diferente sobre os fatores favoráveis à atividade empreendedora do que a apresentada pelos especialistas. A Tabela 6.11 mostra que para quem empreende

os três fatores mais importantes são o acesso a recursos financeiros (14,1%), a formação e capacitação de mão de obra (20,1%) e os programas de orientação para criar ou manter um negócio (26,1%).

Tabela 6.11 - Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os empreendedores¹ - Brasil - 2016

Fatores	% de empreendedores			
	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total de empreendedores
Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos)	21,5	14,2	11,2	14,1
Educação fundamental, médio ou superior	3,7	7,8	8,5	7,4
Entendimento da população brasileira sobre iniciativas empreendedoras	13,3	6,9	3,7	6,5
Estrutura tecnológica dos meios de comunicação (cobertura telefônica, acesso internet)	4,5	4,8	3,9	4,3
Formação e capacitação de mão de obra	30,6	16,6	19,0	20,1
Fornecimento de água e energia, rede de esgoto e coleta de resíduos sólidos	5,1	3,5	5,7	4,8
Legislação e impostos (leis e carga tributária)	7,4	4,5	3,6	4,6
Mercado dominado por grandes empresas	0,8	1,3	1,3	1,2
Programas de orientação para criar ou manter um negócio	26,1	10,4	9,2	12,5
Serviços de apoio especializados (contador, consultor, advogado, etc.)	6,1	4,9	7,8	6,4
Sistema de transporte (estradas, rodovias, portos)	2,6	2,8	3,9	3,3
Outro	1,4	1,1	2,2	1,6
Nenhum	4,9	17,0	19,4	16,1
Não Sabe	20,0	25,8	23,6	23,8

Fonte: GEM Brasil 2016

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

A Tabela 6.12 indica que a falta de acesso a recursos financeiros é apontada como o principal limitante à abertura e manutenção de novos negócios por 58,6% dos empreendedores.

Entre os empreendedores nascentes, 21,5% apontam que o acesso ao capital é um fator favorável ao empreendedorismo, opinião compartilhada por apenas 14,2% dos empreendedores novos e por 11,2% dos empreendedores estabelecidos. Essa mesma diferença é observada quanto à opinião sobre formação e capacitação de mão de obra, onde 30,6% dos nascentes, 16,6% dos novos e 19% dos em-

preendedores estabelecidos apontam como fator positivo. Além disso, os programas de orientação também são vistos como mais importantes pelos empreendedores nascentes (26,1%) do que para os novos (10,4%) e estabelecidos (9,2%).

Todos esses dados refletem que os empreendedores nascentes valorizam mais o ambiente de negócios do que os empreendedores que já estão estabelecidos. Outra explicação plausível é que o otimismo ao analisar o ambiente é maior entre os empreendedores mais recentes.

Tabela 6.12 - Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os empreendedores¹ - Brasil - 2016

Fatores	% de empreendedores			
	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total de empreendedores
Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos)	60,2	60,0	57,6	58,6
Educação fundamental, médio ou superior	1,7	1,5	1,9	1,8
Entendimento da população brasileira sobre iniciativas empreendedoras	4,4	0,3	1,1	1,4
Estrutura tecnológica dos meios de comunicação (cobertura telefônica, acesso internet)	1,5	1,4	0,9	1,2
Formação e capacitação de mão de obra	6,7	4,9	4,1	5,0
Fornecimento de água e energia, rede de esgoto e coleta de resíduos sólidos	1,5	0,9	1,2	1,0
Legislação e impostos (leis e carga tributária)	40,3	42,7	49,3	44,8
Mercado dominado por grandes empresas	13,0	7,7	5,6	7,6
Programas de orientação para criar ou manter um negócio	6,3	4,1	8,3	6,3
Serviços de apoio especializados (contador, consultor, advogado, etc.)	2,4	2,2	1,1	1,8
Sistema de transporte (estradas, rodovias, portos)	0,0	1,1	0,3	0,6
Outro	19,5	5,4	9,2	9,6
Nenhum	0,0	3,1	1,9	2,1
Não Sabe	1,7	8,0	6,1	6,1

Fonte: GEM Brasil 2016

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



Como já mencionado, a Tabela 6.12 mostra que 58,6% dos empreendedores brasileiros considera a dificuldade de acesso a recursos financeiros como um fator limitante a abertura e manutenção de novos negócios. Este percentual não muda sensivelmente entre os empreendedores nascentes (60,2%), novos (60,0%) e estabelecidos (57,6%), o que indica que essa é uma barreira persistente.

Outrossim, a legislação e a carga tributária também são considerados por uma grande parcela dos empreendedores (44,8%) como um fator limitante da atividade empreendedora. Nesse caso, o percentual aumenta com o passar do tempo, sendo de 40,3% entre os empreendedores nascente e chegando a 49,3% dos empreendedores estabelecidos. A possível explicação para esses dados é que, quanto mais o empreendedor se relaciona com o sistema tributário brasileiro pior é sua percepção sobre seu funcionamento.

As tabelas 6.13.1 e 6.13.2 apresentam as médias de notas atribuídas pelos especialistas referentes ao ambiente de negócios em diversos países (1 a 9). Nelas percebemos que os países do BRICS tem suas maiores notas no item “dinâmica do mercado interno”, com notas variando entre 5,2 e 7,0. Isso quer dizer que para esses países, o mercado interno é o principal ponto positivo para a atividade empreendedora. Já para a Alemanha e para os Estados Unidos, o acesso a infraestrutura física e de serviços é o item que recebe as maiores notas (6,2 e 7,0). Dentre os países do BRICS o país que possui a maior nota sobre o acesso à infraestrutura física e de serviços é a China (7,3). Isso sugere que a economia chinesa se aproximou das economias desenvolvidas neste aspecto na percepção dos especialistas chineses consultados pela pesquisa GEM.

Tabela 6.13.1 - Médias das notas¹ atribuídas pelos especialistas para as questões de cada tópico - Países selecionados - 2016

Fatores	Médias				
	Países selecionados - BRICS				
	Brasil	Rússia	Índia	China	África do Sul
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	4,4	3,1	5,7	5,5	4,3
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	3,5	3,3	5,6	5,2	4,8
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	2,2	3,0	4,3	4,7	2,7
Programas governamentais	3,4	2,9	4,7	4,4	3,0
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	2,2	3,1	4,0	3,3	2,9
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	4,1	4,7	5,1	5,3	3,8
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	3,0	2,7	4,8	4,1	3,3
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	4,5	4,9	5,2	4,2	5,1
Dinâmica do mercado interno.	5,7	5,8	6,3	7,0	5,2
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação.	3,7	3,3	5,0	4,4	3,3
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	4,7	5,6	6,5	7,3	5,8
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	3,9	3,4	5,2	5,8	4,0

Fonte: GEM 2016

¹ Notas atribuídas em escala de 1 a 9, sendo 1 totalmente falso e 9 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o tópico.

Tabela 6.13.2 - Médias das notas¹ atribuídas pelos especialistas para as questões de cada tópico - Países selecionados - 2016

Fatores	Médias			
	Países selecionados			
	Brasil	Alemanha	Estados Unidos	México
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	4,4	5,0	5,1	4,0
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	3,5	3,9	4,1	4,3
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	2,2	4,1	4,1	3,8
Programas governamentais	3,4	5,7	4,5	4,9
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	2,2	2,8	3,2	3,2
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	4,1	4,3	4,5	5,2
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	3,0	4,1	4,1	4,1
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	4,5	5,6	5,5	4,7
Dinâmica do mercado interno.	5,7	5,2	5,2	4,7
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	3,7	5,2	4,7	4,2
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	4,7	6,3	7,0	6,6
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	3,9	4,2	6,9	5,2

Fonte: GEM 2016

¹ Notas atribuídas em escala de 1 a 9, sendo 1 totalmente falso e 9 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o tópico.

A principal deficiência para praticamente todos os países apresentados nas tabelas 6.13.1 e 6.13.2 são relativas ao nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio. Isso sugere que essa questão não é localizada, ou seja, que a educação empreendedora ainda não é uma prioridade para o ensino básico e médio em todo o mundo.

Percebe-se nessas tabelas que em média o Brasil, Rússia e África do Sul têm médias inferiores às dos demais países selecionados. Por sua vez, China e Índia têm médias superiores às de Alemanha e Estados Unidos. Isso demonstra que é possível países em desenvolvimento terem um ambiente de negócios com melhores oportunidades do que países desenvolvidos.



Tabela 6.14.1 - Principais recomendações para melhoria das condições para empreender no país segundo os especialistas entrevistados¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	% de especialistas				
	Países selecionados - BRICS				
	Brasil	Rússia	Índia	China	África do Sul
Políticas Governamentais	75,3	60,0	40,0	64,0	69,2
Educação e Capacitação	49,5	28,6	53,3	52,0	57,7
Apoio Financeiro	31,2	28,6	31,7	44,0	46,2
Programas Governamentais	24,7	22,9	21,7	12,0	17,3
Pesquisa e Desenvolvimento	14,0	0,0	23,3	24,0	9,6
Informações	7,5	8,6	6,7	0,0	7,7
Normas Culturais e Sociais	5,4	11,4	38,3	4,0	9,6
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	5,4	2,9	1,7	0,0	5,8
Internacionalização	5,4	5,7	0,0	0,0	1,9
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	4,3	2,9	6,7	12,0	28,9
Capacidade Empreendedora	4,3	17,1	5,0	4,0	3,9
Contexto Político, Institucional e Social	4,3	2,9	6,7	24,0	1,9
Infraestrutura Comercial e Profissional	4,3	5,7	6,7	12,0	1,9
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	4,3	0,0	5,0	4,0	0,0
Acesso à Infraestrutura Física	3,2	5,7	16,7	4,0	3,9
Características da Força de Trabalho	3,2	0,0	0,0	8,0	0,0
Composição da População Percebida	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Clima Econômico	0,0	8,6	8,3	4,0	0,0
Corrupção	0,0	14,3	1,7	0,0	1,9
Crise Internacional	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM 2016

¹ Notas atribuídas em escala de 1 a 9, sendo 1 totalmente falso e 9 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o tópico.

As tabelas 6.14.1 e 6.14.2 trazem as principais recomendações para a melhoria do ambiente de negócios aos empreendedores segundo os especialistas consultados pela pesquisa GEM. Nessas tabelas fica claro que para todos os países em desenvolvimento a principal recomendação é a criação de políticas governamentais que atendam aos empreendedores. Em segundo lugar, vem a questão de educação e capacitação. Enquanto isso, para os países desenvolvidos que aparecem na Tabela 6.14.2, a educação vem em primeiro lugar, procedido pelo apoio financeiro. Especificamente sobre o Brasil, 75% dos especialistas afirmam que a melhoria das políticas governamentais é a principal recomendação

para a melhoria do ambiente econômico. Esse número é muito superior ao da Índia (40%), China (64%) e Rússia (60%). Isso quer dizer que o Brasil, dentre todos os países apresentados, ainda tem muito que avançar na área das políticas governamentais. Consequentemente, se tais políticas forem acertadas, o Brasil tem as melhores oportunidades de melhoria no ambiente de negócios para empreendedores.

Nas mesmas tabelas é válido destacar a recomendação dos especialistas quanto a melhoria em pesquisa e desenvolvimento. Enquanto no Brasil este número está em 14%, na Índia e na China este número gira em torno de 24%, o que é praticamente o dobro da Alemanha (11,9%) e muito maior do que os Estados Unidos (2,4%).

Tabela 6.14.2 - Principais recomendações para melhoria das condições para empreender no país segundo os especialistas entrevistados¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	% de especialistas			
	Países selecionados			
	Brasil	Alemanha	Estados Unidos	México
Políticas Governamentais	75,3	28,6	36,6	66,7
Educação e Capacitação	49,5	47,6	39,0	38,9
Apoio Financeiro	31,2	42,9	51,2	27,8
Programas Governamentais	24,7	11,9	24,4	27,8
Pesquisa e Desenvolvimento	14,0	11,9	2,4	19,4
Informações	7,5	14,3	7,3	16,7
Normas Culturais e Sociais	5,4	38,1	2,4	16,7
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	5,4	0,0	9,8	0,0
Internacionalização	5,4	0,0	0,0	2,8
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	4,3	2,4	7,3	16,7
Capacidade Empreendedora	4,3	7,1	17,1	2,8
Contexto Político, Institucional e Social	4,3	16,7	7,3	2,8
Infraestrutura Comercial e Profissional	4,3	2,4	29,3	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	4,3	2,4	0,0	0,0
Acesso à Infraestrutura Física	3,2	4,8	7,3	2,8
Características da Força de Trabalho	3,2	2,4	4,9	0,0
Composição da População Percebida	1,1	0,0	4,9	0,0
Clima Econômico	0,0	0,0	0,0	0,0
Corrupção	0,0	0,0	0,0	2,8
Crise Internacional	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual dos respondentes que mencionaram o fator. O especialista pode ter mencionado mais de um fator.





CAPÍTULO 7
INVESTIDORES E POTENCIAIS
EMPREENDEDORES



Este capítulo apresenta dados sobre os potenciais empreendedores e investidores. Os primeiros foram identificados por meio da pesquisa ao responderem sobre a pretensão de criar um novo negócio nos próximos três anos, independentemente de já possuírem algum negócio em 2016. Os investidores, por outro lado, são pessoas que nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estra-

nhos com uma boa ideia).

O potencial para empreender é, muitas vezes, restringido pela falta de recursos próprios e pela dificuldade de acessar recursos de terceiros. Desta forma, as informações deste capítulo podem auxiliar a formulação e implementação de políticas públicas de fomento à criação de novos negócios, bem como orientar a elaboração de ações de financiamento de potenciais empreendedores.

7.1 POTENCIAIS EMPREENDEDORES

Tabela 7.1 - Taxa de potenciais empreendedores¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	Taxa de potenciais empreendedores
Brasil	28,1
África do Sul	12,4
Alemanha	8,1
China	26,4
Estados Unidos	16,4
Índia	19,7
México	16,1
Rússia	5,0

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos que afirmaram, em 2016, pretender abrir um novo negócio nos próximos três anos, independentemente de possuírem ou não algum negócio.

Percebe-se claramente na Tabela 7.1 que o Brasil e a China são os países em que há maior potencial de empreendedores. Ou seja, mais de um quarto da população adulta (entre 18 e 64 anos) pretende empreender nos próximos três anos. Além disso, a vontade de empreender não parece ser vinculada às diferentes condições da economia dos países. Percebe-se que entre países emergentes há países com menor ímpeto empreendedor como a Rússia, com apenas 5% da população adulta pretendendo iniciar um novo negócio em breve; níveis médios como o México, com taxas semelhantes aos Estados Unidos (16,1% no México e 16,4% nos Estados Unidos), e o próprio Brasil, com taxas de empreendedorismo potencial acima de 28%.

Poderia se inferir que quanto maior a estabilidade política do país, mais a população

buscaria atividades empreendedoras e, pelo contrário, quanto maior a instabilidade política, o empreendedorismo se contraria face a escala do risco. Essa hipótese é rapidamente rejeitada quando se observa que o Brasil viveu em 2016 uma grave crise política e, mesmo assim, possui a maior proporção da população entre os empreendedores potenciais dentre todos os países. Além disso, a Alemanha, que possui o mesmo governo desde 2005 e, está em uma situação política estável há vários anos, tem proporção de potenciais empreendedores na população relativamente baixa (8%). Portanto, a hipótese que é levantada aqui é que a proporção de empreendedores potenciais em uma determinada região é mais influenciada por fatores culturais do que por fatores econômicos ou de estabilidade política.

Tabela 7.2 - Distribuição percentual dos potenciais empreendedores¹ segundo características socio-demográficas - Brasil - 2016

Características sociodemográficas	Fazer carreira em uma empresa
Gênero	
Masculino	50,8
Feminino	49,2
Total	100,0
Faixa etária	
18 a 24 anos	24,0
25 a 34 anos	30,9
35 a 44 anos	25,1
45 a 54 anos	13,0
55 a 64 anos	7,1
Total	100,0
Escolaridade²	
Educ0	14,8
Educ1	27,9
Educ2	26,6
Educ3+	26,9
Total	3,8
Total	100,0
Renda	
Até 1 salário mínimo	20,9
Mais de 1 até 2 salários mínimos	20,0
Mais de 2 até 3 salários mínimos	50,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	9,0
Mais de 6 salários mínimos	100,0
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

1 Percentual da população de 18 a 64 anos que afirmaram, em 2016, pretender abrir um novo negócio nos próximos três anos, independentemente de possuírem ou não algum negócio.

2 Educ0 = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Educ1 = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Educ2 = Ensino médio completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

Como pode ser visto na Tabela 7.2, no Brasil o gênero parece não fazer tanta diferença entre os empreendedores potenciais. Pois a diferença é de menos de 2 pontos percentuais entre as taxas verificadas para homens e mulheres. Aliás, esse resultado é consistente com as taxas de empreendedorismo inicial de mulheres e homens no Brasil apresentadas no Capítulo 2.

A faixa etária parece ser um fator influente para se identificar potenciais empreendedores. A faixa de idade entre 18 e 44 anos concentra o maior número de potenciais empreendedores,

sendo que o pico ocorre entre os 25 e 34 anos. A população com mais de 45 anos (até 64 anos) representa, apenas 20,1% dos que tem intenção de empreender.

Esses números corroboram com a percepção de que a população mais jovem é mais disposta a correr os riscos inerentes à prática empreendedora e que os mais velhos preferem situações de maior estabilidade. De todo modo, percebe-se que mesmo entre os jovens de 25 a 34 anos é a minoria que pretende empreender em breve. O fenômeno do empreendedorismo



jovem, tem sido investigado recentemente por pesquisadores brasileiros que sugere a educação para o empreendedorismo em todos os níveis de ensino como mecanismo de estímulo a essa opção de carreira e de aumento da sustentabilidade de novos negócios iniciados por jovens.²⁸

Quanto ao perfil de renda das pessoas que pretendem empreender nos próximos 3 anos, a Tabela 7.2 mostra que aproximadamente 80% delas tem renda familiar entre 1 e 6 salários mínimos. Enquanto aqueles com renda superior a 6 salários mínimos representam apenas 3,8% dos potenciais empreendedores. Estes dados podem ter implicações sobre os tipos de empreendimentos que podem ser criados. É muito provável que os futuros empreendimentos sejam vinculados a setores em que não haja barreiras de entrada muito elevadas, já que estes, em geral, demandam menor volume de recursos financeiros para sua criação.

Os números da pesquisa GEM permitem uma conclusão interessante: para quase 25% da população brasileira o limiar para se buscar a atividade empreendedora é o valor de 6 salários mínimos. Isso tem impacto tanto para a política de retenção de talentos das empresas como para os órgãos que fomentam e incentivam o empreendedorismo. Por exemplo, uma palestra de capacitação e incentivo ao empreendedorismo entre pessoas com renda acima de 6 salários mínimos tem menor probabilidade de atingir seu resultado do que se os ouvintes ganha-se entre 2 e 6 salários.

A Tabela 7.2 nos mostra ainda que metade (60%) da população brasileira com o ensino médio completo pretende empreender nos próximos três anos. No caso dos que estão cursando ensino superior, enquadrados na classe de maior percentual de intenção empreendedora, estudo recente²⁹ evidenciou a necessidade de aperfeiçoamento da educação para o empreendedorismo, visto que quanto maior a intenção empreendedora dos estudantes de ensino superior, maior é sua busca por aprendizagem empreendedora.

²⁸ GOMES (2014); GOULART; SANTOS (2014).

²⁹ OLIVEIRA (2015).

7.2 INVESTIDORES

Um importante impulsionador da atividade empreendedora é a existência de capital de risco³⁰. E é justamente este tipo de capital que está menos disponível no Brasil conforme mostra a Tabela 7.3. O percentual da população adulta que emprestou dinheiro ou financiou um negócio

de outra pessoa caiu quase um terço em 1 ano (de 1,4% da população para 1%). O mais preocupante sobre este número é que ele não se trata de um movimento pontual, pois o percentual da população que investe em negócios de terceiros vem caindo desde 2013, quando era de 2,4%.

Tabela 7.3 - Taxa de potenciais empreendedores¹ - Países selecionados - 2016

Fatores	Taxa de investidores	
	2015	2016
Brasil	1,4	1,0
África do Sul	1,3	1,2
Alemanha	3,1	3,1
China	8,7	9,5
Estados Unidos	4,7	4,2
Índia	2,2	1,3
México	6,1	5,8
Rússia	...	1,7

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos 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 ideia).

Esse movimento de queda na disposição de investir em negócios de terceiros pode estar relacionado com os baixos índices de confiança da indústria e dos consumidores³¹.

A taxa de investidores brasileiros é consideravelmente menor que as de países desenvolvidos como os Estados Unidos e também menor que de países em desenvolvimento como a

China e o México. Esta informação mostra que a busca por investimentos no Brasil ocorre em um ambiente mais hostil que em os outros países citados. Verifica-se na Tabela 7.3 que países como a Rússia, Índia e África do Sul possuem aproximadamente a mesma baixa proporção de investidores que o Brasil.

Tabela 7.4 - Valor médio investido (por investidor¹) - Países selecionados - 2015:2016

Fatores	Valor médio investido (mil US\$)	
	2015	2016
Brasil	3,1	1,4
África do Sul	5,2	2,7
Alemanha	29,1	43,4
China	25,6	13,1
Estados Unidos	37,4	16,3
Índia	2,3	0,5
México	0,7	0,8
Rússia	...	2,8

Fonte: GEM 2016

¹ São considerados investidores as pessoas de 18 a 64 anos 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 ideia).

³⁰ BURKE et al (2016).

³¹ <http://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/icei-indice-de-confianca-do-empleado-industrial/> file:///C:/Users/flavi/Downloads/Sondagem%20do%20Consumidor%20FGV_press%20release_Jan17.pdf



Além do percentual da população brasileira que investe em novos negócios ter reduzido no ano de 2016, a Tabela 7.4 mostra que o valor médio investido também caiu. Essa queda foi bastante expressiva visto que o valor médio que era de US\$ de 3.100,00 em 2015 caiu para US\$ 1.400,00 em 2016. A primeira explicação poderia ser a diferença cambial do período, no entanto, segundo o Banco Central do Brasil³², a cotação do dólar em 30/06/2015 era de R\$3,10 e em 30/06/2016 era de R\$ 3,20, portanto a variação cambial não explica a queda do investimento medido em dólar.

Outra informação relevante apresentada na Tabela 7.4 é que o valor médio investido (em dólares) caiu em todos os países com exceção da Alemanha. Embora não se possa fazer nenhuma afirmação categórica, as incertezas no cenário político internacional, tais com o

Brexit, a guerra na Síria e a eleição norte americana, podem ter reduzido a propensão ao risco dentre os investidores.

A Tabela 7.5 mostra que os investidores brasileiros têm o hábito de financiar negócios de pessoas de seu círculo mais próximo. Além disso, os brasileiros não financiam colegas de trabalho ou pessoas estranhas que possuam uma boa ideia. Dentre todos os investimentos realizados por investidores brasileiros, 75,2% foram direcionados a parentes próximos e 16,2% para outros parentes. Ou seja, mais de 90% de todo o investimento em negócio de terceiros foram direcionados a familiares. Esse comportamento provavelmente tem raízes culturais e baseia-se na formação histórica brasileira, que privilegia os mais próximos e não necessariamente a coletividade³³.

Tabela 7.5 - Distribuição percentual dos investidores¹ segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2016

	2016
Familiar próximo (cônjuge, irmão, filho, pais ou neto)	75,2
Algum outro parente	16,2
Um colega de trabalho	0,0
Um amigo ou vizinho	8,6
Um estranho com uma boa ideia	0,0
Outro	0,0
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ São considerados investidores as pessoas de 18 a 64 anos 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 ideia).

³² <http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpesq.asp?id=txcotacao>

³³ HOLANDA, (2004 [1936]).

REFERÊNCIA

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, p. 221-234, 2014.

BIDERMAN, C.; LOPES, M. The geographic dynamics of industry employment in Brazilian metropolitan areas: lessons for São Paulo. *Brazilian Journal of Political Economy*, v. 35, n. 3 (140), pp. 492-509, July-September/2015.

BONACIM, C. A. G.; CUNHA, J. A. C. da; HAMILTON, L. C. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. *Gestão & Regionalidade*, v. 25, n. 74, 2009.

BORGES, C. et al Perfil das recomendações dos pesquisadores brasileiros às políticas públicas de empreendedorismo. *Administração Pública e Gestão Social*, v. 5, n. 1, p. 1-19, 2013.

BRASIL, C. et al Brasil 2050: desafios de uma nação que envelhece. Brasil. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. Centro de Estudos e Debates Estratégicos. Consultoria Legislativa, 2017.

BUARQUE DE HOLANDA, S. Raízes do Brasil. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

BURKE, J. et al Mitigação de riscos em investimento-anjo: modelo conceitual e evidências qualitativas. *Revista Gestão e Planejamento*, v. 17, n. 2, p. 348-366, 2016.

CARRER, C. D. C.; PLONSKI, G. A.; CARRER, C. R. O.; OLIVEIRA, C. E. L. D. Innovation and entrepreneurship in scientific research. *Revista Brasileira de Zootecnia*, v.39, p.17-25, 2010.

CUNHA, S. K. da et al O sistema nacional de inovação e a ação empreendedora no Brasil. *BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, v. 6, n. 2, p. 120-137, 2009.

FERREIRA, L. F. et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Gestão e Produção*, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.

FIORIN, M. M. B.; MELLO, C. M. de; MACHADO, H. V. Empreendedorismo e inovação: análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do GEM de 2006, 2007 e 2008. *Revista de Administração da UFSM*, v. 3, n. 3, p. 411-423, 2010.

GÓIS, Z. Considerações sobre o empreendedorismo no Brasil: reflexões a partir da pesquisa do GEM. *Conjuntura e Planejamento*, n.148, p.46-51, 2006.

GOMES, D. C. et al Empreendedorismo jovem: da escola para o mercado de trabalho. *Holos*, v. 5, ano 30, p. 324-330, 2014

GOULART, MARCOS VINICIUS da SILVA; SANTOS, NAIR IRACEMA SILVEIRA dos Protagonismo juvenil e capital humano: uma análise da participação política da juventude. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 50, n. 2, p. 127-136, 2014.

JACINTO, P. A.; RIBEIRO, E. P. Crescimento da produtividade no setor de serviços e da indústria no brasil: dinâmica e heterogeneidade. *Economia Aplicada: Ribeirão Preto*, v.19, n.3, pp. 401-427, July/September/2015.



- LIMA, C. E. A.; DINIZ, A. G. F.; GABARDO, L. O. S. Empreendedorismo e competitividade global brasileira: um estudo longitudinal – 2005/2013. *Gestão e Desenvolvimento em Revista*, v. 1, n. 2, p. 51-65.
- MACEDO, G.; MONASTERIO, L. Local multiplier of industrial employment: Brazilian mesoregions (2000-2010). *Brazilian Journal of Political Economy*, v. 36, n. (145), pp. 827-839, October-December/2016.
- MACHADO, H. V.; ESPINHA, P. G. Reflexões sobre as dimensões do fracasso e mortalidade de pequenas empresas. *Revista Capital Científico-Eletrônica*, v. 3, n. 1, p. 51-64, 2005.
- MEZA, M. F. L. G. de et al O perfil do empreendedorismo nos países latino-americanos na perspectiva da capacidade de inovação. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 2, n. 2, p. 58-75, 2008.
- NOGAMI, V. K. C.; MEDEIROS, J.; FAIA, V. S. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 3, n. 3, p. 31-76, 2014.
- NOGAMI, V. K. da C.; MACHADO, H. V. Atividade empreendedora nos países do BRIC: uma análise a partir dos relatórios GEM no período de 2000 a 2010. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 5, n. 3, p. 114-128, 2011.
- OLIVEIRA, E. et al Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015.
- REYNOLDS, P. D., HAY, M. AND CAMP, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999. Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Kaufman Foundation.
- SILVA, M. S. da; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. W. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.



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 17 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, 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; e
- 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 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 dispõem 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 e cientes para ampliar a competitividade desses e para fomentar a atividade empreendedora, reduzindo os desperdícios de recursos públicos.

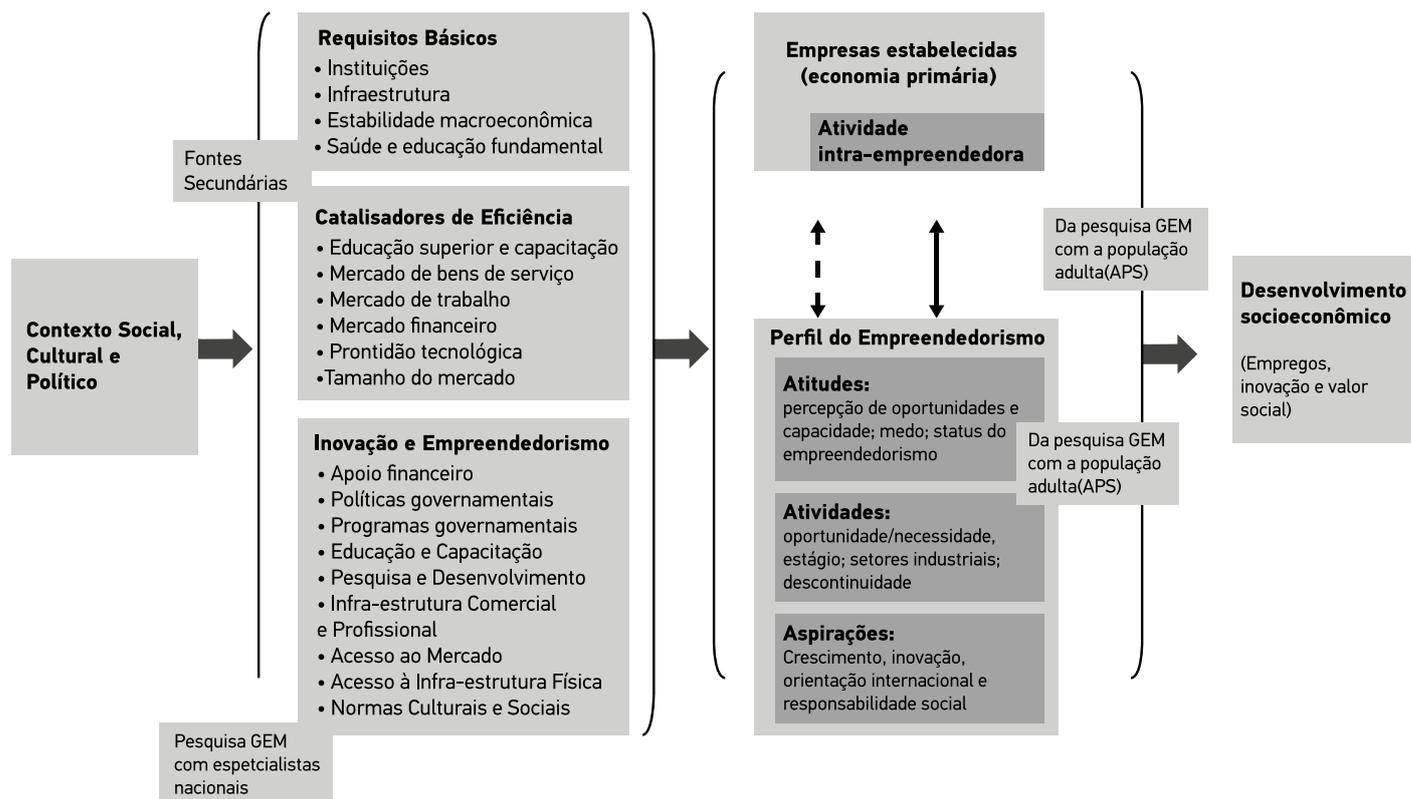
Por fim, os próprios empreendedores que, ao observarem como se posicionam em relação a seus parceiros e competidores, internos e externos, podem planejar suas ações futuras e explorar com mais propriedade as oportunidades econômicas disponíveis a cada ano.

A.5 O modelo GEM

O modelo GEM (Fig A1.1) 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 refere-se à 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.

Figura A1.1 - O modelo GEM



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 categorias³⁴: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, tratadas 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, denominados países impulsionados pela eficiência; e (iii) economias baseadas na inovação ou simplesmente países impulsionados pela inovação (SCHWAB, 2009).

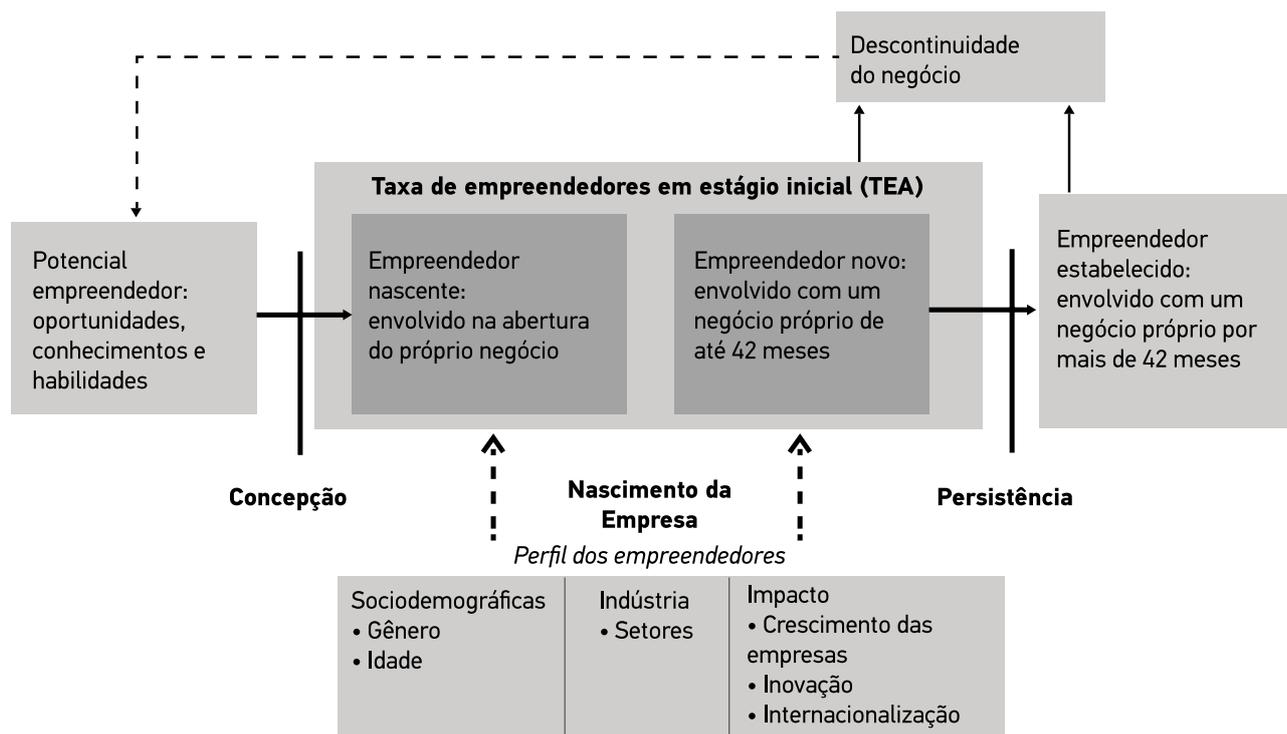
A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas

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).

³⁴ Essa classificação coincide com a utilizada no Relatório de Competitividade Global do Fórum Econômico Mundial (Schwab, 2009).

Figura A1.2 - O processo empreendedor



A.7.2 Indicadores e taxas

O Quadro A1.1 contém definições específicas dos indicadores de atitudes, atividades 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, pró-labores 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, pró-labores 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, pró-labores 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).

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

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.	



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

Empreendedorismo por escolaridade	Alguma educação	Inclui: Ensino fundamental completo até o ensino médio incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa alguma educação em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Secundário completo	Inclui: Ensino médio completo até superior incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa secundário completo de escolaridade em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Pós-secundário	Inclui: Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa pós-secundário de escolaridade em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Experiência pós-graduação	Inclui: Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa Experiência pós-graduação de escolaridade em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	OU	
	Educ 0	Inclui: Nenhuma educação formal até ensino fundamental incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa Educ 0 em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Educ 1	Inclui: Fundamental completo até ensino médio incompleto.
		Taxas específicas - % de empreendedores na faixa Educ 1 em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.
	Educ 2	Inclui: Ensino médio completo até superior incompleto.
Taxas específicas - % de empreendedores na faixa Educ 2 em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.		
Educ 3 +	Inclui: Superior Completo, Especialização incompleta e completa, Mestrado incompleto e completo, Doutorado incompleto e completo.	
	Taxas específicas - % de empreendedores na faixa Educ 3+ em relação à população de indivíduos do mesmo nível de escolaridade.	
Proporção - Distribuição percentual dos empreendedores segundo a escolaridade.		

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

Proporção - Distribuição percentual dos empreendedores segundo a escolaridade.		
Empreendedorismo por 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.
	OU	
	1 salário mínimo	Taxas específicas - % de empreendedores com renda de 1 salário mínimo em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	2 salários mínimo	Taxas específicas - % de empreendedores com renda de 2 salários mínimos em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	3 salários mínimo	Taxas específicas - % de empreendedores com renda de 3 salários mínimos em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	Mais de 3 até 6 salários mínimos	Taxas específicas - % de empreendedores com renda de mais de 3 até 6 salários mínimos em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	Mais de 6 salários mínimos	Taxas específicas - % de empreendedores com renda de mais de 6 salários mínimos em relação a população de indivíduos com o mesmo percentil de renda.
	Proporção - 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.	
Características dos empreendimentos		
Setor da atividade econômica	Indústria extrativa	% de empreendimentos cuja principal atividade é indústria extrativa (extração de matéria-prima da natureza).
	Indústria de transformação	% de empreendimentos cuja principal atividade é indústria 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).



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

Faturamento x Nº empregados	Distribuição percentual dos empreendedores segundo todas as combinações entre faturamento e nº de empregados.	
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 classificação ¹ 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.	
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.	

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

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 ideia) – 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	% de empreendedores por estágio segundo os principais obstáculos para abertura e manutenção de novos negócios .
	Especialistas	% dos especialistas que citaram cada fator limitante.
Fatores favoráveis	Empreendedores	% de empreendedores por estágio segundo os principais fatores favoráveis para abertura e manutenção de novos negócios .
	Especialistas	% dos especialistas que citaram cada fator favorável.
Recomendações	Especialistas	% dos especialistas que citaram cada recomendação.
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 2016



A.8 Condições que afetam o empreendedorismo

As condições que afetam o empreendedorismo (EFC – Entrepreneurship Framework Conditions) 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 <i>start-up</i> , 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; e custos 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. Esta 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.

EFC 10: Capacidade Empreendedora

Fatores relacionados aos níveis de disseminação do espírito empreendedor entre a população, a influência dos padrões culturais nos resultados, os níveis de envolvimento da população em empreendedorismo ou a sua capacidade de se tornar empreendedora, a posse da população em termos de conhecimento e habilidades para gerar um negócio.

EFC 11: Clima Econômico

Fatores relacionados ao ambiente econômico, recessões, crises, como a situação econômica influencia o empreendedorismo, as características e mudanças econômicas, posição relativa da economia nacional...

EFC 12: Características da Força de Trabalho

Fatores relacionados com a situação do mercado de trabalho, desemprego como um fator que favorece o empreendedorismo por necessidade, o pleno emprego como um limitador do empreendedorismo, demanda e oferta de postos de trabalho...

EFC 13: Composição da População Percebida

Fatores relacionados com a imigração, a presença de estrangeiros no mercado de trabalho, no contexto empresarial, conflitos ou outros problemas derivados da composição da população (gênero, idade, cor, etc) regresso de imigrantes...

EFC 14: Contexto Político, Institucional e Social

Fatores relacionados com o ambiente político ou social, atuação política, política internacional, conflitos políticos, ações sociais ou políticas, clima social...

EFC 15: Crise Internacional

Fatores que mencionam explicitamente que a crise em curso tem qualquer tipo de influência no processo empreendedor nacional.

EFC 16: Corrupção

Fatores que mencionam explicitamente a corrupção.



EFC 17: Diferenças Devido ao Porte da Empresa
Fatores que indicam que as diferenças entre as empresas ou negócios são influenciadas pelas suas dimensões em algum sentido: estágio, impostos, regulamentos, operações, competência...
EFC 18: Internacionalização
Fatores relacionados com o processo internacional do empreendedorismo, relações com parceiros, clientes, instituições externas, diferentes regulamentos, leis de comércio...
EFC 19: Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação
Fatores relacionados com o custos e formalidades para contratação de empregados, gestão de recursos humanos, acesso a pessoas qualificadas, e semelhantes...
EFC 20: Informações
Avalia os efeitos que as políticas atuais, a administração política/pública, o sistema jurídico, a taxa de criminalidade e a corrupção dentro de órgãos governamentais ou ligados a ele têm sobre as atividades empreendedoras.

Fonte: GEM Brasil 2016

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 6 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 2016

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM																Total
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
África do Sul	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Alemanha	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Angola								-		-		-	-	-			5
Arábia Saudita									-	-						-	3
Argélia									-		-	-					4
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Austrália	-	-	-	-	-	-				-	-			-	-	-	11
Áustria					-		-					-		-		-	5
Bangladesh											-						1
Barbados											-	-		-	-		4
Bélgica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		15
Belize														-		-	2
Bolívia								-		-				-			3
Bósnia e Herzegovina								-	-	-	-	-	-				7
Botsuana												-	-	-	-		4

Continua...

Quadro A1.3 - (Continuação) Países participantes do GEM de 2001 a 2016

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM																Total
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Bulgária															-	-	2
Burkina Faso														-	-	-	3
Camarões														-	-	-	3
Canadá	-	-	-	-	-	-							-	-	-	-	10
Catar														-		-	2
Cazaquistão							-							-	-	-	4
Chile		-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
China		-	-		-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	13
Chipre																-	1
Cingapura	-	-	-	-	-	-					-	-	-	-			10
Cisjordânia e Faixa de Gaza									-	-							2
Colômbia						-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Coréia do Sul	-	-						-	-	-	-	-	-		-	-	10
Costa Rica										-		-		-			3
Croácia		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Dinamarca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-			13
Egito								-		-		-			-	-	5
El Salvador												-		-		-	3
Emirados Árabes Unidos						-	-		-		-					-	5
Equador				-				-	-	-		-	-	-	-	-	9
Eslováquia											-	-	-	-	-	-	6
Eslovênia		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Espanha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Estônia												-	-	-	-	-	5
Etiópia												-					1
Filipinas						-							-	-	-		4
Finlândia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
França	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	15
Gana										-		-	-				3
Georgia														-		-	2
Grécia			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
Guatemala									-	-	-		-	-	-	-	7
Holanda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Hong Kong		-	-	-			-		-							-	6
Hungria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Iêmen									-								1
Índia	-	-				-	-	-				-	-	-	-	-	10

Continua...



Quadro A1.3 - (Continuação) Países participantes do GEM de 2001 a 2016

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM																Total
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Indonésia						-							-	-	-	-	5
Irã								-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Irlanda	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	15
Islândia		-	-	-	-	-	-	-	-	-							9
Israel	-	-		-			-	-	-	-		-	-		-	-	11
Itália	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	15
Jamaica					-	-		-	-	-	-	-	-	-		-	10
Japão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		15
Jordânia				-					-							-	3
Kosovo														-			1
Letônia					-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	11
Líbano									-						-	-	3
Líbia													-				1
Lituânia											-	-	-	-			4
Luxemburgo													-	-	-	-	4
Macedônia								-		-		-	-		-	-	6
Malásia						-			-	-	-	-	-	-	-	-	9
Malavi												-	-				2
Marrocos									-						-	-	3
México	-	-			-	-		-		-	-	-	-	-	-	-	12
Montenegro										-							1
Namíbia												-					1
Nigéria										-		-	-				3
Noruega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Nova Zelândia	-	-	-	-	-												5
Palestina												-					1
Panamá									-		-	-	-	-	-	-	7
Paquistão									-	-	-	-					4
Peru				-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Polônia	-	-		-								-	-	-	-	-	9
Porto Rico								-					-	-	-	-	5
Portugal				-				-			-	-	-	-	-	-	9
Reino Unido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
República Dominicana								-	-	-			-				4
República Tcheca						-					-	-					3
Romênia								-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Rússia	-	-				-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	12
Senegal															-	-	2
Sérvia								-	-	-							3
Açores										-							1

Continua...

Quadro A1.3 - (Continuação) Países participantes do GEM de 2001 a 2016

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM																Total
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Síria									-								1
Suécia	-	-	-	-	-	-	-			-	-	-	-	-	-	-	14
Suíça		-	-		-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	12
Suriname												-	-				2
Tailândia		-			-	-	-				-	-	-	-	-	-	10
Taiwan		-									-	-	-	-	-	-	7
Tonga									-								1
Trinidad e Tobago										-	-	-	-	-			5
Tunísia									-	-		-			-		4
Turquia						-	-	-		-	-	-			-	-	8
Uganda			-	-					-	-		-	-	-			7
Uruguai						-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Vanuatu										-							1
Venezuela			-		-		-		-		-						5
Vietnã													-	-	-		3
Zâmbia										-		-	-				3
Total de participantes no ano	28	37	32	34	35	42	42	43	55	61	54	69	67	70	62	66	
Total: 109																	

Não participou
 Participante

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 2016 foram entrevistados no Brasil 2.000 adultos de 18 a 64 anos, selecionados conforme procedimentos que garantem a representatividade destes na população brasileira, conforme demonstrado no Quadro A1.4.



Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2016

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 2016

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

- Selecionado os 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 censitários³⁵ aleatoriamente em cada município, sendo 9 setores nos municípios grandes, 6 setores nos municípios médios e 3 setores nos municípios pequenos.
- Definida aleatoriamente a sequência das quadras de cada setor censitário para compor o trajeto do entrevistador.
- Escolhido o 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 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.

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 Likert³⁶ 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 2016, foram entrevistados 93 especialistas.

³⁵ “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, vêm 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.”

³⁶ 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 reflète a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação (MATTAR, 1997).

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), pesquisa e desenvolvimento tecnológico e empreendedorismo.

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

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 o que se elabora a presente publicação.





APÊNDICE 2

PRINCIPAIS DADOS E TAXAS



Tabela A2.1.1 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Empreendedores				
	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Economia impulsionada por fatores					
Burkina Faso	33,5	21,2	13,5	28,0	57,5
Camarões	27,6	17,8	10,9	15,2	41,0
Cazaquistão	10,2	6,9	3,4	2,4	12,4
Índia	10,6	3,9	6,8	4,6	15,0
Irã	12,8	6,9	6,2	11,6	23,7
Rússia	6,3	3,2	3,0	5,3	11,3
Média	16,8	10,0	7,3	11,2	26,8

Fonte: GEM Brasil 2016

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

Tabela A2.1.2 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por eficiência
- 2016

Países	Empreendedores				
	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Economia impulsionada por eficiência					
África do Sul	6,9	3,9	3,3	2,5	9,3
Arábia Saudita	11,4	3,7	7,7	2,3	13,6
Argentina	14,5	8,9	5,7	7,9	21,9
Belize	28,8	18,7	10,7	5,3	33,6
Brasil	19,6	6,2	14,0	16,9	36,0
Bulgária	4,8	2,6	2,2	6,2	10,9
Chile	24,2	15,6	9,3	8,0	31,1
China	10,3	4,5	6,1	7,5	17,5
Colômbia	27,4	16,3	11,3	8,9	35,3
Croácia	8,4	6,1	2,5	4,2	12,6
Egito	14,3	8,2	6,6	6,1	20,2
El Salvador	14,3	8,0	6,7	11,5	25,3
Equador	31,8	22,4	11,0	14,3	44,1
Eslováquia	9,5	6,4	3,2	6,1	15,2
Georgia	8,6	4,6	4,3	8,6	16,9
Guatemala	20,1	12,2	8,6	9,1	28,4
Hungria	7,9	4,8	3,2	5,5	13,2
Indonésia	14,1	3,9	10,4	15,3	28,7
Jamaica	9,9	4,1	5,8	8,2	18,0
Jordânia	8,2	4,1	4,6	2,7	10,9
Letônia	14,2	9,7	4,9	9,6	23,0
Líbano	21,2	9,5	12,1	20,1	40,5
Macedônia	6,5	3,4	3,1	7,2	13,4
Malásia	4,7	2,0	2,8	4,7	9,2
Marrocos	5,6	1,3	4,3	7,5	12,9
México	9,6	6,1	3,6	7,5	16,9
Panamá	13,2	8,6	4,7	4,4	17,5
Peru	25,1	19,9	5,7	6,1	30,0
Polônia	10,7	4,6	6,1	7,1	17,5
Tailândia	17,2	5,2	12,6	27,5	42,6
Turquia	16,1	8,9	7,6	9,4	24,6
Uruguai	14,1	10,1	4,2	7,4	21,3
Média	14,2	8,0	6,5	8,6	22,2

Fonte: GEM Brasil 2016

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



Tabela A2.1.3 - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Empreendedores				Total
	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos	
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	4,6	2,9	1,7	7,0	11,3
Austrália	14,6	8,8	6,2	11,3	24,7
Áustria	9,6	6,0	3,7	8,8	18,1
Canadá	16,7	10,0	6,9	6,8	22,8
Catar	7,9	4,3	3,6	3,0	10,7
Chipre	12,0	7,6	4,5	8,2	19,9
Coréia	6,7	3,7	3,0	6,6	13,0
Emirados Árabes Unidos	5,7	1,3	4,4	1,9	7,5
Eslovenia	8,0	5,1	3,1	6,8	14,5
Espanha	5,2	2,3	2,9	6,2	11,4
Estônia	16,2	11,7	4,8	7,8	23,2
EUA	12,6	8,9	4,0	9,2	21,0
Finlândia	6,7	4,3	2,7	7,3	13,7
França	5,3	3,1	2,3	4,3	9,3
Grécia	5,7	3,2	2,6	14,1	19,7
Hong Kong	9,4	5,0	4,7	6,1	15,3
Irlanda	10,9	7,0	4,4	4,4	14,9
Israel	11,3	7,0	4,5	4,0	15,0
Itália	4,4	2,3	2,2	5,3	9,5
Luxemburgo	9,2	6,4	2,9	3,2	11,7
Países Baixos	11,0	5,7	5,4	10,2	20,7
Porto Rico	10,3	8,5	2,0	1,7	11,8
Portugal	8,2	4,7	3,7	7,1	14,9
Reino Unido	8,8	5,2	3,7	6,1	14,6
Suécia	7,6	5,8	1,8	4,5	11,6
Suíça	8,2	5,1	3,2	11,1	18,7
Taiwan	8,2	3,6	4,7	7,7	15,6
Média	9,1	5,5	3,7	6,7	15,4

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

Países	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual ² da TEA	Razão ³ oportunidade / necessidade
Economia impulsionada por fatores				
Burkina Faso	23,1	10,0	68,8	2,30
Camarões	16,7	8,9	60,5	1,87
Cazaquistão	7,0	2,6	68,9	2,72
Índia	6,5	3,7	60,9	1,74
Irã	8,1	4,3	63,5	1,87
Média	10,91	5,25	64,80	2,11

Fonte: GEM Brasil 2016

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 A2.2.2 - Taxas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual ² da TEA	Razão ³ oportunidade / necessidade
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	5,1	1,6	74,4	3,15
Arábia Saudita	10,6	0,9	92,3	12,28
Argentina	9,7	4,5	66,8	2,15
Belize	25,4	2,4	88,1	10,63
Brasil	11,2	8,3	57,4	1,35
Bulgária	3,3	1,5	68,0	2,19
Chile	18,3	5,5	75,8	3,34
China	7,3	2,8	70,7	2,65
Colômbia	23,5	3,6	86,0	6,62
Croácia	5,6	2,6	66,3	2,18
Egito	8,8	4,5	61,2	1,96
El Salvador	9,1	5,2	63,8	1,76
Equador	20,8	8,9	65,4	2,33
Eslováquia	5,2	3,8	55,0	1,37
Georgia	4,2	4,4	48,9	0,95
Guatemala	12,3	7,7	61,1	1,59
Hungria	6,1	1,6	77,4	3,86
Indonésia	11,7	2,0	82,9	5,72
Jamaica	4,6	4,4	46,7	1,04
Jordânia	5,6	2,2	68,8	2,60
Letônia	11,8	2,0	82,9	5,94
Líbano	12,1	8,3	57,3	1,45
Macedônia	3,6	2,5	55,3	1,42
Malásia	3,9	0,8	83,0	5,13
Marrocos	4,0	1,5	72,7	2,66
México	7,6	1,8	79,1	4,35
Panamá	10,9	2,0	82,7	5,49
Peru	20,6	3,2	81,8	6,41
Polônia	7,6	2,8	71,1	2,68
Tailândia	13,4	3,4	77,9	4,00
Turquia	12,1	2,8	74,7	4,25
Uruguai	10,0	4,0	70,9	2,52
Média	10,19	3,54	70,82	3,63

Fonte: GEM Brasil 2016

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 A2.2.3 - Taxas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo motivação - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual ² da TEA	Razão ³ oportunidade / necessidade
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,5	1,0	75,7	3,48
Austrália	11,7	2,4	80,2	4,87
Áustria	7,6	1,5	79,4	5,09
Canadá	13,4	2,4	79,9	5,59
Catar	6,5	0,8	82,7	7,91
Chipre	8,8	2,9	73,5	3,03
Coréia	5,0	1,6	75,4	3,15
Emirados Árabes Unidos	3,5	1,7	61,8	2,12
Eslovenia	6,1	1,8	75,7	3,47
Espanha	3,7	1,4	70,2	2,71
Estônia	12,9	2,9	79,6	4,50
EUA	11,1	1,4	87,5	7,68
Finlândia	5,8	0,5	86,3	12,06
França	4,6	0,6	85,5	7,71
Grécia	3,7	1,9	65,2	1,92
Hong Kong	7,7	1,6	81,7	4,82
Irlanda	9,0	1,7	82,6	5,29
Israel	9,1	1,7	80,0	5,26
Itália	3,8	0,5	85,7	7,90
Luxemburgo	7,8	1,0	84,3	7,52
Países Baixos	8,5	2,3	77,6	3,68
Porto Rico	6,9	3,2	66,6	2,16
Portugal	6,3	1,7	77,7	3,73
Reino Unido	7,3	1,2	83,2	6,21
Suécia	6,7	0,3	89,0	19,82
Suíça	6,8	1,2	82,6	5,84
Taiwan	6,3	1,8	76,0	3,42
Média	7,18	1,59	78,72	5,59

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por fatores		
Burkina Faso	37,6	30,2
Camarões	28,7	26,5
Cazaquistão	10,9	9,5
Índia	13,5	7,6
Irã	16,6	8,9
Rússia	6,9	5,7
Média	19,0	14,7

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Tabela A2.3.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	8,0	5,9
Arábia Saudita	12,9	9,7
Argentina	16,0	13,1
Belize	30,5	27,3
Brasil	19,2	19,9
Bulgária	5,4	4,3
Chile	28,6	19,8
China	11,8	8,6
Colômbia	30,2	24,7
Croácia	11,2	5,6
Egito	20,9	7,5
El Salvador	15,0	13,6
Equador	33,6	30,2
Eslováquia	11,3	7,6
Georgia	10,9	6,5
Guatemala	24,2	16,4
Hungria	10,9	5,1
Indonésia	12,6	15,6
Jamaica	10,9	8,8
Jordânia	12,8	3,3
Letônia	18,9	9,7
Líbano	26,2	16,1
Macedônia	9,3	3,7
Malásia	4,9	4,5
Marrocos	6,7	4,5
México	9,3	10,0
Panamá	14,2	12,3
Peru	26,3	24,0
Polônia	13,3	8,1
Tailândia	18,9	15,7
Turquia	22,3	10,0
Uruguai	18,7	9,9
Média	16,4	11,9

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.



Tabela A2.3.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	6,0	3,1
Austrália	17,7	11,5
Áustria	11,2	8,1
Canadá	20,3	13,3
Catar	8,1	6,8
Chipre	17,0	7,3
Coréia	8,0	5,3
Emirados Árabes Unidos	6,6	3,7
Eslovenia	10,8	5,1
Espanha	5,8	4,7
Estônia	20,8	11,7
EUA	14,8	10,5
Finlândia	7,8	5,6
França	7,3	3,4
Grécia	6,6	4,8
Hong Kong	13,1	6,5
Irlanda	14,5	7,3
Israel	13,3	9,4
Itália	5,6	3,3
Luxemburgo	11,7	6,5
países Baixos	13,3	8,6
Porto Rico	13,2	7,7
Portugal	10,4	6,1
Reino Unido	12,0	5,6
Suécia	8,8	6,3
Suíça	11,1	5,3
Taiwan	11,3	5,2
Média	11,4	6,8

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Tabela A2.4.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por fatores		
Burkina Faso	31,7	25,0
Camarões	17,3	13,3
Cazaquistão	2,3	2,6
Índia	5,7	3,4
Irã	19,0	4,0
Rússia	6,0	4,6
Média	13,7	8,8

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.



Tabela A2.4.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	3,8	1,2
Arábia Saudita	2,9	1,6
Argentina	11,5	4,5
Belize	5,4	5,2
Brasil	19,6	14,3
Bulgária	7,8	4,6
Chile	10,0	6,0
China	8,5	6,4
Colômbia	11,8	6,1
Croácia	5,9	2,6
Egito	10,3	1,8
El Salvador	11,9	11,1
Equador	15,1	13,5
Eslováquia	8,2	4,0
Georgia	10,9	6,6
Guatemala	9,8	8,4
Hungria	7,0	4,1
Indonésia	15,4	15,3
Jamaica	8,5	7,8
Jordânia	4,3	1,0
Letônia	12,3	6,9
Líbano	26,6	13,6
Macedônia	9,0	5,4
Malásia	6,9	2,4
Marrocos	12,2	3,0
México	8,7	6,5
Panamá	5,8	3,2
Peru	8,9	3,3
Polônia	9,3	4,9
Tailândia	27,5	27,5
Turquia	13,5	5,3
Uruguai	10,1	4,9
Média	10,6	6,7

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

Tabela A2.4.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Masculino	Feminino
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	9,6	4,4
Austrália	14,5	8,1
Áustria	11,7	5,9
Canadá	7,1	6,4
Catar	3,5	0,6
Chipre	11,3	5,4
Coréia	7,5	5,6
Emirados Árabes Unidos	2,6	0,3
Eslovenia	9,7	3,6
Espanha	7,4	5,1
Estônia	9,9	5,7
EUA	10,9	7,6
Finlândia	9,4	5,1
França	5,7	2,9
Grécia	17,5	10,8
Hong Kong	9,3	3,6
Irlanda	5,8	3,0
Israel	5,3	2,8
Itália	7,9	2,6
Luxemburgo	4,1	2,3
países Baixos	15,4	5,0
Porto Rico	1,7	1,6
Portugal	10,2	4,2
Reino Unido	8,0	4,1
Suécia	5,9	3,0
Suíça	12,7	9,4
Taiwan	10,3	5,2
Média	8,7	4,6

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.



Tabela A2.5.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo faixa etária - Países impulsionados por fatores - 2016

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					
Burkina Faso	32,9	38,8	34,6	27,9	23,6
Camarões	22,4	33,1	29,1	26,6	21,5
Cazaquistão	9,6	15,8	7,0	8,5	6,8
Índia	9,9	11,1	11,5	10,4	9,4
Irã	11,3	18,3	13,0	7,8	6,1
Rússia	6,5	9,6	6,3	6,5	1,5
Média	15,4	21,1	16,9	14,6	11,5

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

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	6,7	6,3	8,4	9,6	3,1
Arábia Saudita	11,7	14,3	10,0	9,7	4,9
Argentina	8,9	20,7	17,5	13,7	7,9
Belize	25,3	31,1	33,1	28,1	22,2
Brasil	20,1	22,9	19,7	17,5	15,0
Bulgária	4,4	8,6	5,1	3,6	2,5
Chile	16,0	29,0	30,2	24,7	16,9
China	8,5	15,3	11,2	9,6	5,7
Colômbia	26,0	32,4	31,7	25,3	18,1
Croácia	8,6	12,9	11,5	6,6	2,9
Egito	16,2	17,7	15,4	9,3	5,6
El Salvador	11,9	17,0	14,3	14,7	12,5
Equador	26,4	36,6	35,7	29,4	27,1
Eslováquia	0,4	5,4	14,3	13,2	10,7
Georgia	6,3	10,6	7,0	12,1	5,9
Guatemala	19,2	22,0	23,1	19,2	10,6
Hungria	8,1	11,1	9,2	8,7	2,9
Indonésia	12,0	15,9	16,6	12,6	11,3
Jamaica	7,6	12,8	14,6	8,5	5,5
Jordânia	6,0	9,0	10,3	8,4	7,0
Letônia	24,8	18,5	16,3	9,7	5,8
Líbano	18,7	27,6	28,2	14,8	12,0
Macedónia	6,9	7,5	10,4	4,9	2,2
Malásia	2,9	6,0	6,2	5,8	0,7
Marrocos	3,2	8,4	7,1	4,5	3,5
México	7,7	12,1	12,0	7,2	6,1
Panamá	10,9	14,6	15,6	13,4	9,3
Peru	19,4	28,1	31,9	23,6	17,7
Polônia	11,7	18,7	8,9	6,0	7,4
Tailândia	10,7	22,4	21,4	14,9	11,6
Turquia	14,2	23,4	17,0	11,9	9,4
Uruguai	12,0	19,8	18,5	11,5	5,6
Média	12,3	17,5	16,6	12,9	9,0

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

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	4,2	5,0	5,7	4,8	3,2
Austrália	9,4	15,1	18,7	16,1	11,5
Áustria	10,6	12,6	11,3	8,8	5,0
Canadá	14,6	22,3	19,5	16,2	10,7
Catar	6,3	8,3	8,8	6,0	7,4
Chipre	9,9	17,7	12,6	10,0	6,6
Coréia	1,8	4,7	6,3	10,6	7,6
Emirados Árabes Unidos	2,6	4,6	6,3	11,4	5,5
Eslovenia	12,8	13,2	8,6	6,2	2,0
Espanha	2,6	7,8	6,1	4,7	3,2
Estônia	24,6	27,0	16,5	10,7	4,2
EUA	10,7	15,6	16,8	11,7	7,3
Finlândia	5,2	8,7	11,1	4,9	3,7
França	3,9	9,7	5,5	4,8	2,4
Grécia	1,3	5,7	6,5	10,4	3,3
Hong Kong	6,9	12,9	13,2	7,7	5,4
Irlanda	9,4	11,9	11,3	10,9	9,7
Israel	7,6	10,4	14,3	13,4	10,4
Itália	3,8	4,5	5,2	5,5	2,5
Luxemburgo	5,3	13,3	10,5	9,1	5,2
países Baixos	18,8	13,3	10,9	7,8	7,4
Porto Rico	8,4	14,9	12,2	10,0	5,1
Portugal	4,4	13,4	9,6	7,4	4,0
Reino Unido	8,2	9,8	9,9	8,1	7,7
Suécia	4,4	9,5	8,6	7,8	6,5
Suíça	3,4	8,2	10,4	9,5	7,4
Taiwan	4,4	12,9	10,6	7,4	4,1
Média	7,6	11,6	10,6	9,0	5,9

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

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					
Burkina Faso	14,2	27,1	39,0	41,4	33,3
Camarões	3,3	16,3	21,6	24,2	25,6
Cazaquistão	0,3	1,8	3,8	2,9	3,6
Índia	3,0	4,8	4,6	4,7	7,2
Irã	3,8	12,0	18,9	16,6	10,3
Rússia	0,4	4,9	7,7	7,7	4,7
Média	4,1	11,1	15,9	16,3	14,1

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

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	0,7	3,9	1,7	4,1	1,7
Arábia Saudita	0,5	1,0	3,2	4,9	4,5
Argentina	2,6	7,9	10,9	8,9	9,6
Belize	3,9	4,7	6,0	6,8	6,5
Brasil	5,5	11,7	22,4	24,2	23,9
Bulgária	1,1	5,6	9,6	6,1	6,7
Chile	0,9	3,5	8,1	11,5	17,2
China	3,1	6,5	8,7	9,6	8,1
Colômbia	1,3	4,9	12,1	17,9	13,9
Croácia	2,4	5,0	3,6	4,4	4,9
Egito	3,1	6,5	6,0	9,5	8,1
El Salvador	1,6	7,1	19,0	19,7	18,5
Equador	5,0	10,3	17,6	23,9	22,4
Eslováquia		1,9	6,7	9,9	10,4
Georgia	2,6	5,8	11,1	12,5	9,8
Guatemala	2,1	7,7	11,6	14,1	22,8
Hungria	1,1	3,1	9,2	5,4	6,1
Indonésia	4,6	14,1	18,4	25,1	23,7
Jamaica	4,2	6,5	8,3	14,3	8,9
Jordânia	0,6	1,7	4,4	6,4	4,5
Letônia	4,6	6,4	10,5	14,5	9,8
Líbano	3,3	20,1	27,0	37,5	28,0
Macedônia	4,6	5,9	9,0	8,6	7,5
Malásia	1,2	3,6	5,8	7,9	6,1
Marrocos	1,6	5,8	11,9	12,5	12,4
México	2,3	8,1	10,9	8,8	7,4
Panamá	1,9	2,0	4,7	10,0	4,1
Peru	0,8	4,0	9,7	9,8	8,0
Polônia		3,4	8,7	12,7	8,5
Tailândia	6,1	20,2	35,9	36,1	35,2
Turquia	5,1	10,5	11,6	13,6	5,9
Uruguai	1,5	5,9	9,5	10,0	10,1
Média	2,7	6,7	11,1	13,2	11,7

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

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	1,1	2,9	6,1	11,8	8,4
Austrália	1,1	5,2	13,7	18,5	16,5
Áustria	4,3	4,1	9,5	13,5	10,5
Canadá	4,8	3,6	5,3	7,9	11,5
Catar	1,6	2,5	3,2	4,1	7,9
Chipre	0,7	4,1	8,5	11,4	17,6
Coréia	0,4	0,5	5,2	10,6	13,2
Emirados Árabes Unidos		1,9	3,0	1,2	1,7
Eslovenia	1,9	2,5	9,7	9,8	6,8
Espanha	0,5	2,7	6,7	8,8	8,9
Estônia	0,9	5,7	10,4	10,4	8,8
EUA	2,2	4,8	10,9	12,3	14,4
Finlândia	1,5	3,2	8,6	10,6	10,4
França		2,6	4,8	7,0	5,5
Grécia	5,0	7,3	15,4	25,8	17,0
Hong Kong	0,8	2,8	6,5	9,7	7,9
Irlanda	0,5	1,2	3,6	8,9	8,2
Israel	1,0	3,3	4,3	6,5	5,4
Itália	0,9	3,4	7,1	6,4	5,7
Luxemburgo	1,4	2,1	2,4	6,1	3,1
países Baixos	4,0	7,2	13,5	12,2	11,5
Porto Rico	0,7	1,5	2,7	1,8	1,5
Portugal	2,2	5,0	7,7	10,3	8,2
Reino Unido	0,3	3,0	8,1	7,9	9,7
Suécia	0,4	1,9	5,8	6,1	7,3
Suíça	0,7	4,2	11,9	17,7	16,1
Taiwan	0,4	2,6	9,5	12,7	10,5
Média	1,6	3,4	7,6	10,0	9,4

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Burkina Faso	33,9	26,3	34,6	36,4
Camarões	30,8	24,8	23,9	28,6
Cazaquistão	5,9	7,7	12,4	12,0
Índia	8,1	11,3	14,1	6,1
Irã	6,8	10,0	16,1	21,5
Rússia	6,4	2,8	7,1	
Média	15,3	13,8	18,0	20,9

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

²Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação= Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.

Tabela A2.7.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade²
- Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	4,6	7,4	11,9	
Arábia Saudita	11,8	11,6	10,9	8,4
Argentina	10,8	13,2	18,2	26,1
Belize	22,9	28,5	31,9	39,9
Brasil	19,5	20,5	14,4	22,9
Bulgária	3,7	5,5	5,3	
Chile	20,8	20,6	26,5	26,7
China	6,6	11,2	12,1	18,5
Colômbia	21,6	25,8	31,0	33,5
Croácia	1,5	8,8	12,6	9,7
Egito	10,8	16,3	16,1	10,8
El Salvador	12,1	14,2	18,8	24,2
Equador	30,1	32,1	34,4	
Eslováquia	4,8	9,0	11,6	18,9
Georgia	7,1	7,7	9,2	9,8
Guatemala	17,9	22,2	28,5	
Hungria	5,1	6,9	10,1	14,3
Indonésia	11,9	14,3	21,3	13,4
Jamaica	6,5	9,9	11,9	8,3
Jordânia	5,1	8,6	11,5	13,6
Letônia	14,1	13,0	18,8	11,9
Líbano	22,4	18,2	22,9	29,5
Macedônia	2,0	6,6	8,6	7,4
Malásia	2,9	4,7	6,3	
Marrocos	5,7	9,0	4,0	6,9
México	7,0	11,2	14,9	17,1
Panamá	12,8	13,9	14,6	28,6
Peru	21,8	26,4	25,3	44,7
Polônia	5,6	9,2	12,0	14,5
Tailândia	15,2	15,3	20,4	18,3
Turquia	14,7	16,7	18,3	25,6
Uruguai	14,1	12,9	15,6	27,4
Média	11,7	14,1	16,6	19,7

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

²Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação= Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.



Tabela A2.7.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade²
- Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	1,9	4,7	7,1	
Austrália	10,3	10,3	17,6	11,8
Áustria	9,9	8,6	11,4	14,5
Canadá	6,7	13,6	17,3	22,3
Catar	8,4		6,7	14,7
Chipre	8,2	10,1	12,9	14,1
Coréia	2,5	6,5	6,4	10,7
Emirados Árabes Unidos	4,7	7,7	5,5	3,9
Eslovenia	4,5	7,9	9,6	8,6
Espanha	2,5	5,5	6,2	9,2
Estônia	13,2	14,0	24,2	13,4
EUA	10,1	10,6	13,1	14,0
Finlândia	3,0	5,9	9,0	8,7
França	3,3	4,3	5,1	7,6
Grécia	3,9	4,0	7,0	18,9
Hong Kong	2,5	10,2	12,7	9,1
Irlanda	6,6	10,1	10,7	15,0
Israel	5,1	7,5	13,3	13,0
Itália	3,7	3,9		7,5
Luxemburgo	8,0	7,7	8,9	14,3
Países Baixos	9,5	12,8	11,7	16,9
Porto Rico	4,3	7,6	13,3	17,6
Portugal	5,6	7,7	10,8	15,1
Reino Unido	6,5	9,5	9,5	10,4
Suécia	6,6	6,4	8,8	11,1
Suíça	3,5	6,3	11,5	11,5
Taiwan	3,9	6,6	9,4	10,7
Média	5,9	8,1	10,8	12,5

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

²Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação= Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.

Tabela A2.8.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Burkina Faso	18,6	4,8	12,5	14,1
Camarões	17,4	10,0	8,4	28,6
Cazaquistão	1,7	2,6	2,0	4,8
Índia	5,4	4,0	3,3	25,6
Irã	14,6	13,7	9,0	10,1
Rússia	1,0	2,5	6,5	
Média	9,8	6,3	6,9	16,6

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

² Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação = Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.



Tabela A2.8.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	1,6	3,1	4,1	
Arábia Saudita	1,7	4,1	1,6	1,6
Argentina	8,1	6,8	9,2	10,2
Belize	3,2	7,3	4,1	6,1
Brasil	21,7	14,6	13,3	
Bulgária	4,2	7,3	8,4	
Chile	8,6	7,3	7,9	11,4
China	5,0	9,8	8,2	9,2
Colômbia	10,7	9,9	7,4	12,6
Croácia	4,6	3,9	5,6	3,9
Egito	5,6	3,8	7,1	7,3
El Salvador	12,3	11,2	8,1	26,8
Equador	18,4	12,3	9,7	
Eslováquia	2,4	7,0	9,3	10,8
Georgia	6,1	8,2	9,2	8,8
Guatemala	5,5	7,1	11,0	
Hungria	2,7	5,1	6,6	14,3
Indonésia	17,2	11,8	21,2	12,2
Jamaica		8,2	5,5	2,1
Jordânia		2,1	3,7	4,9
Letônia	6,0	9,5	6,1	15,7
Líbano		17,8	15,7	11,1
Macedônia		7,8	7,5	14,6
Malásia	7,2	4,4	4,1	
Marrocos	11,0	7,8	3,5	5,4
México	7,5	6,8	10,8	34,3
Panamá	4,3	4,8	5,5	14,3
Peru	6,5	5,8	5,4	
Polônia	7,1	7,1	8,0	6,5
Tailândia	26,0	26,3	22,8	23,3
Turquia	12,5	13,1	5,3	13,7
Uruguai	6,4	6,8	11,0	17,9
Média	8,4	8,4	8,3	12,0

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

²Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação = Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.

Tabela A2.8.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo nível de escolaridade² - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	5,3	6,6	9,5	
Austrália	16,1	8,6	12,3	7,8
Áustria	7,2	8,6	2,4	15,0
Canadá	4,9	6,6	6,4	10,3
Catar	2,5		2,9	5,0
Chipre	8,6	6,4	8,6	8,7
Coréia	14,8	10,5	5,3	3,2
Emirados Árabes Unidos	0,8	4,1	1,8	
Eslovenia	5,0	7,6	7,2	6,7
Espanha	5,8	6,5	6,3	6,6
Estônia	4,2	5,8	10,9	11,7
EUA	4,8	8,7	8,5	13,0
Finlândia	6,1	7,6	6,1	7,9
França	1,3	2,0	4,3	7,4
Grécia	6,9	12,5	17,0	17,3
Hong Kong	4,5	8,3	5,3	5,3
Irlanda	6,0	3,5	4,7	5,1
Israel	5,5	3,2	4,4	4,5
Itália	4,5	5,6		7,9
Luxemburgo	1,0	1,9	3,1	7,5
Países Baixos	12,0	7,5	8,1	9,8
Porto Rico		0,6	2,5	4,2
Portugal	7,4	5,9	9,8	4,3
Reino Unido	6,0	5,8	6,2	7,0
Suécia	4,2	3,9	5,0	5,6
Suíça	6,1	7,7	16,3	9,9
Taiwan	8,1	10,2	7,1	4,7
Média	6,1	6,4	7,0	7,9

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

² Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-Secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; Experiência pós-graduação = Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.



Tabela A2.9.1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentis de renda - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	29,2	40,9	34,0
Camarões	33,1	29,8	29,9
Cazaquistão	7,3	12,0	11,9
Índia	7,2	10,8	19,8
Irã	13,1	10,7	14,4
Rússia	5,6	4,1	7,5
Média	15,9	18,0	19,6

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	3,7	6,6	10,8
Arábia Saudita	11,9	9,0	11,7
Argentina	19,3	13,8	15,1
Belize	28,6	30,6	
Brasil	19,4	21,6	18,6
Bulgária	2,8	4,2	7,2
Chile	18,7	23,5	30,6
China	6,9	6,5	13,8
Colômbia	13,0	23,8	37,1
Croácia	4,6	10,3	11,6
Egito	13,4	18,5	17,9
El Salvador	14,6	12,6	13,4
Equador	28,6	33,0	33,4
Eslováquia	7,5	6,0	17,0
Geórgia	3,3	6,4	12,2
Guatemala	17,3	20,1	25,7
Hungria	3,7	7,3	12,7
Indonésia	8,1		16,2
Jamaica	9,4	18,4	
Jordânia	4,0	6,8	12,5
Letônia	6,5	12,3	17,8
Líbano	20,0	22,6	21,5
Macedônia	3,8	5,5	8,9
Malásia	2,7	7,1	4,3
Marrocos	7,6	5,2	5,1
México	10,9	7,5	9,2
Panamá	10,4	14,9	14,6
Peru	15,7	26,7	30,5
Polônia	4,6	8,3	15,5
Tailândia	13,9	16,5	26,8
Turquia	11,4	18,6	25,3
Uruguai	12,4	9,8	17,8
Média	11,2	14,0	17,1

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	3,9	4,5	6,7
Austrália	11,6	15,8	16,7
Áustria	10,5	8,3	11,0
Canadá	17,8	16,6	18,5
Catar	5,4	5,7	14,6
Chipre	8,7	12,3	12,6
Coréia	6,7	6,6	8,9
Emirados Árabes Unidos	2,5	5,6	7,4
Eslovenia	5,4	6,7	9,9
Espanha	3,4	8,5	7,6
Estônia	9,8	15,1	22,0
EUA	10,8	11,9	17,0
Finlândia	6,3	5,7	8,3
França	3,8	4,9	11,5
Grécia	4,2	5,0	6,5
Hong Kong	4,5	8,0	17,7
Irlanda	12,4	8,8	12,3
Israel	9,1	12,0	12,7
Itália	5,1	3,7	7,8
Luxemburgo	10,9	8,8	11,2
Países Baixos	11,7	10,4	10,2
Porto Rico	10,9	10,5	11,3
Portugal	5,2	8,4	13,3
Reino Unido	7,9	9,4	10,6
Suécia	6,7	7,1	9,3
Suíça	6,9	7,4	8,9
Taiwan	5,9	8,2	13,9
Média	7,7	8,7	11,8

Fonte: GEM Brasil 2016

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 - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	20,5	31,1	36,2
Camarões	12,0	16,3	19,0
Cazaquistão	1,1	2,5	4,1
Índia	3,5	7,6	3,0
Irã	9,7	14,3	13,2
Rússia	1,2	4,3	7,0
Média	8,0	12,7	13,8

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.



Tabela A2.10.2 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	1,0	1,5	5,1
Arábia Saudita	2,7	1,6	3,3
Argentina	5,8	9,0	12,4
Belize	4,8	5,9	
Brasil	12,1	19,1	22,1
Bulgária	2,4	3,3	11,5
Chile	5,2	7,2	10,3
China	2,9	2,7	12,9
Colômbia	3,9	7,2	12,5
Croácia	3,4	3,0	7,1
Egito	4,4	2,9	8,6
El Salvador	9,0	8,1	19,7
Equador	13,9	14,1	14,8
Eslováquia	2,7	2,6	13,2
Georgia	5,6	7,3	11,3
Guatemala	7,5	10,4	9,9
Hungria	2,1	4,0	12,1
Indonésia	9,6		17,3
Jamaica	7,8	8,2	
Jordânia	2,1	1,7	4,3
Letônia	5,2	7,3	12,0
Líbano	21,7	17,9	24,6
Macedônia	2,9	5,8	10,2
Malásia	2,9	6,2	5,0
Marrocos	6,3	6,0	10,1
México	8,5	5,1	7,8
Panamá	3,5	4,7	5,2
Peru	4,7	7,6	6,8
Polônia	3,1	4,9	11,2
Tailândia	26,4	27,4	30,3
Turquia	5,8	10,3	14,7
Uruguai	2,5	4,3	11,5
Média	6,3	7,3	11,9

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.

Tabela A2.10.3 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo percentis de renda - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	3,0	4,0	11,2
Austrália	5,3	9,3	15,0
Áustria	6,0	8,0	10,6
Canadá	6,0	5,0	11,8
Catar	2,0	2,6	5,0
Chipre	7,1	8,6	8,7
Coréia	8,5	5,8	7,6
Emirados Árabes Unidos	1,9	1,5	2,2
Eslovenia	1,5	3,9	10,5
Espanha	3,7	9,1	10,8
Estônia	6,3	5,5	10,2
EUA	4,2	9,3	14,3
Finlândia	3,6	7,7	9,7
França	2,6	4,3	9,3
Grécia	7,8	13,9	16,9
Hong Kong	2,3	6,6	10,4
Irlanda	2,0	3,7	6,8
Israel	2,6	4,2	5,4
Itália	4,1	4,7	12,4
Luxemburgo	2,7	1,6	9,0
Países Baixos	7,3	12,4	15,6
Porto Rico	0,8	0,9	3,0
Portugal	5,7	7,3	9,0
Reino Unido	3,2	5,3	9,6
Suécia	4,0	4,8	5,4
Suíça	8,6	10,6	11,8
Taiwan	5,7	5,8	13,5
Média	4,4	6,2	9,8

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos de cada classe.



Tabela A2.11.1 - Taxas¹ de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Taxa de investidores	Valor médio investido (em US\$)
Economia impulsionada por fatores		
Burkina Faso	12,5	368,1
Camarões	14,6	1.094,6
Cazaquistão	4,3	4.231,3
Índia	1,3	496,8
Irã	10,8	3.094,9
Rússia	1,7	2.777,8
Média	7,5	2.010,6

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

Tabela A2.11.2 - Taxas¹ de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por eficiência
- 2016

Países	Taxa de investidores	Valor médio investido (em US\$)
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	1,2	2.709,1
Arábia Saudita	9,7	18.253,5
Argentina	3,1	11.783,2
Belize	9,3	12.939,8
Brasil	1,0	1.401,1
Bulgária	2,3	6.680,2
Chile	13,2	6.601,8
China	9,5	13.145,5
Colômbia	8,1	2.697,6
Croácia	2,2	18.507,9
Egito	6,7	8.393,9
El Salvador	5,6	2.081,1
Equador	3,6	9.124,2
Eslováquia	4,0	15.858,8
Georgia	3,8	1.457,7
Guatemala	4,6	1.368,8
Hungria	3,6	9.967,8
Indonésia	1,8	891,9
Jamaica	6,0	533,8
Jordânia	6,2	10.013,5
Letônia	4,5	8.713,5
Líbano	4,7	7.771,2
Macedônia	4,6	10.251,9
Malásia	1,8	1.532,0
Marrocos	1,6	2.253,1
México	5,8	789,5
Panamá	5,1	1.766,0
Peru	4,1	3.171,9
Polônia	3,1	10.135,1
Tailândia	2,7	8.188,0
Turquia	4,7	25.218,1
Uruguai	4,2	530,0
Média	4,8	7.335,4

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.



Tabela A2.11.3 - Taxas¹ de investidores e valor médio investido - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Taxa de investidores	Valor médio investido (em US\$)
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	3,1	43.377,5
Austrália	4,0	55.938,7
Áustria	5,7	21.446,3
Canadá	3,5	26.540,1
Catar	4,1	55.863,9
Chipre	2,9	27.956,0
Coréia	2,5	1.598,1
Emirados Árabes Unidos	2,3	15.004,1
Eslovenia	2,6	13.113,8
Espanha	2,3	22.347,3
Estônia	5,1	6.265,8
EUA	4,2	16.260,6
Finlândia	3,2	8.288,8
França	2,8	27.716,0
Grécia	3,0	75.157,1
Hong Kong	5,1	70.564,5
Irlanda	2,7	33.602,9
Israel	3,2	29.162,4
Itália	1,6	32.970,1
Luxemburgo	4,4	59.769,5
Países Baixos	3,8	25.827,8
Porto Rico	1,8	2.996,1
Portugal	1,1	30.596,1
Reino Unido	2,3	36.175,9
Suécia	3,4	17.050,1
Suíça	5,7	38.869,5
Taiwan	6,2	30.373,5
Média	3,4	3,4

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

Tabela A2.12.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	4,6	31,8	63,6
Camarões	4,1	27,7	68,3
Cazaquistão	4,1	23,3	72,6
Índia	43,4	19,2	37,4
Irã	8,1	22,5	69,4
Rússia	9,3	8,2	82,5
Média	12,2	22,1	65,6

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.12.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	23,8	24,1	52,1
Arábia Saudita	13,6	21,2	65,3
Argentina	17,1	27,8	55,1
Belize	17,0	44,1	38,8
Brasil	8,1	12,2	79,7
Bulgária	4,1	25,8	70,1
Chile	43,3	44,2	12,6
China	14,5	62,4	23,1
Colômbia	12,1	35,4	52,5
Croácia	10,9	17,2	71,9
Egito	22,6	18,6	58,8
El Salvador	13,0	22,6	64,4
Equador	18,8	11,3	70,0
Eslováquia	10,1	33,9	56,1
Georgia	9,3	18,2	72,5
Guatemala	39,6	36,4	24,1
Hungria	8,0	24,3	67,7
Indonésia	21,6	22,9	55,5
Jamaica	10,1	19,1	70,9
Jordânia	24,7	32,5	42,7
Letônia	14,4	28,7	56,9
Líbano	17,2	57,6	25,2
Macedônia	12,4	12,3	75,4
Malásia	3,9	5,9	90,2
Marrocos	27,3	28,4	44,3
México	10,7	27,0	62,3
Panamá	24,1	20,7	55,3
Peru	15,9	23,9	60,2
Polônia	15,6	42,2	42,2
Tailândia	9,8	26,2	64,0
Turquia	37,5	48,1	14,4
Uruguai	17,7	28,1	54,2
Média	17,1	28,2	54,6

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.12.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	11,6	26,8	61,6
Austrália	17,6	25,2	57,2
Áustria	11,0	43,9	45,1
Canadá	14,6	41,6	43,9
Catar	20,2	29,0	50,9
Chipre	24,4	32,4	43,2
Coréia	17,1	45,6	37,3
Emirados Árabes Unidos	38,8	19,1	42,1
Eslovenia	18,0	26,0	56,0
Espanha	12,5	23,8	63,7
Estônia	11,3	35,8	53,0
EUA	15,4	32,2	52,4
Finlândia	17,9	33,7	48,4
França	18,0	32,7	49,3
Grécia	15,6	22,7	61,7
Hong Kong	8,4	42,8	48,9
Irlanda	16,5	37,6	46,0
Israel	14,1	38,3	47,6
Itália	30,6	37,6	31,8
Luxemburgo	14,1	53,6	32,3
Países Baixos	12,3	29,8	57,9
Porto Rico	13,9	21,2	65,0
Portugal	5,7	26,5	67,8
Reino Unido	17,1	33,9	49,0
Suécia	5,9	38,7	55,4
Suíça	13,9	30,3	55,7
Taiwan	39,7	17,5	42,8
Média	16,9	32,5	50,6

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.13.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	3,2	19,7	77,2
Camarões	1,6	20,5	77,9
Cazaquistão	20,0	9,6	70,4
Índia	39,1	14,2	46,7
Irã	2,3	14,6	83,1
Rússia	11,5	13,8	74,7
Média	13,0	15,4	71,7

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.13.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	28,8	23,5	47,8
Arábia Saudita	7,5	5,3	87,3
Argentina	8,4	9,9	81,7
Belize	25,0	32,0	43,0
Brasil	12,8	8,3	78,9
Bulgária	3,2	7,3	89,5
Chile	37,2	43,7	19,1
China	33,8	48,3	17,9
Colômbia	7,5	21,3	71,2
Croácia	9,6	14,6	75,8
Egito	13,2	14,9	71,9
El Salvador	10,5	12,0	77,5
Equador	14,5	8,8	76,8
Eslováquia	4,9	18,9	76,2
Geórgia	2,2	15,2	82,6
Guatemala	29,2	24,8	46,0
Hungria	7,9	21,3	70,8
Indonésia	26,3	16,9	56,8
Jamaica	7,3	16,4	76,4
Jordânia	18,1	31,6	50,3
Letônia	4,1	21,5	74,4
Líbano	11,5	40,6	47,9
Macedônia	1,8	11,6	86,6
Malásia	4,5	10,1	85,4
Marrocos	13,3	26,3	60,5
México	2,8	13,0	84,2
Panamá	10,1	18,0	71,9
Peru	10,0	17,6	72,4
Polônia	7,0	34,8	58,3
Tailândia	9,0	12,5	78,5
Turquia	38,9	46,5	14,6
Uruguai	15,1	15,0	69,9
Média	13,6	20,7	65,7

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.13.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo novidade do produto/serviço - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Novo para todos	Novo para alguns	Ninguém considera novo
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	4,4	14,9	80,7
Austrália	8,7	16,9	74,4
Áustria	2,3	23,0	74,7
Canadá	13,1	22,8	64,1
Catar	19,8	19,8	60,5
Chipre	15,2	21,9	62,9
Coréia	11,4	45,8	42,8
Emirados Árabes Unidos	5,6	0,0	94,4
Eslovenia	7,9	25,3	66,8
Espanha	2,8	12,5	84,7
Estônia	7,1	16,6	76,3
EUA	4,7	20,0	75,4
Finlândia	6,7	18,9	74,4
França	8,7	29,0	62,4
Grécia	4,7	13,2	82,1
Hong Kong	12,6	30,3	57,1
Irlanda	19,6	15,5	64,9
Israel	11,6	14,4	74,0
Itália	19,1	46,8	34,1
Luxemburgo	13,7	34,1	52,2
Países Baixos	8,7	13,5	77,8
Porto Rico	5,7	13,6	80,7
Portugal	3,8	7,6	88,6
Reino Unido	8,4	24,1	67,5
Suécia	4,2	23,7	72,1
Suíça	5,6	19,7	74,7
Taiwan	36,5	8,9	54,6
Média	10,1	20,5	69,4

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.14.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	60,1	35,5	4,4
Camarões	70,7	26,5	2,9
Cazaquistão	63,7	27,6	8,7
Índia	55,9	31,0	13,1
Irã	64,4	28,2	7,5
Rússia	72,2	26,9	1,0
Média	64,5	29,3	6,3

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.14.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	56,7	37,3	6,0
Arábia Saudita	78,7	18,7	2,6
Argentina	59,0	34,6	6,4
Belize	29,8	52,9	17,3
Brasil	51,6	38,4	10,1
Bulgária	68,1	28,9	3,1
Chile	39,9	50,4	9,7
China	66,7	28,7	4,6
Colômbia	79,0	18,3	2,7
Croácia	44,5	47,5	8,0
Egito	54,1	25,9	20,0
El Salvador	67,1	25,9	7,0
Equador	52,4	37,0	10,6
Eslováquia	60,3	31,8	7,9
Georgia	59,9	34,9	5,3
Guatemala	53,0	33,5	13,4
Hungria	55,6	33,0	11,5
Indonésia	66,8	25,7	7,5
Jamaica	59,8	28,1	12,1
Jordânia	61,8	29,8	8,4
Letônia	51,3	40,2	8,5
Líbano	31,5	50,4	18,1
Macedônia	56,5	28,1	15,4
Malásia	66,7	26,4	6,9
Marrocos	80,2	13,6	6,2
México	55,4	40,0	4,5
Panamá	62,8	28,6	8,7
Peru	69,8	27,5	2,7
Polônia	64,7	30,1	5,2
Tailândia	56,1	35,0	8,9
Turquia	64,3	23,4	12,3
Uruguai	58,0	33,3	8,7
Média	58,8	32,4	8,8

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.14.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	52,5	38,6	8,9
Austrália	33,9	49,4	16,7
Áustria	51,5	43,0	5,6
Canadá	39,6	52,6	7,9
Catar	68,3	22,7	9,0
Chipre	54,5	31,9	13,7
Coréia	58,2	35,8	5,9
Emirados Árabes Unidos	66,1	33,9	0,0
Eslovenia	47,2	45,6	7,2
Espanha	57,0	32,4	10,6
Estônia	46,7	40,6	12,7
EUA	38,4	46,3	15,4
Finlândia	64,1	27,8	8,1
França	46,6	46,1	7,4
Grécia	55,6	33,8	10,6
Hong Kong	64,6	27,6	7,8
Irlanda	33,4	47,3	19,3
Israel	55,8	34,9	9,2
Itália	65,1	24,0	10,9
Luxemburgo	46,1	43,0	10,9
Países Baixos	50,1	40,4	9,5
Porto Rico	53,5	33,8	12,7
Portugal	53,6	40,4	6,0
Reino Unido	46,7	40,9	12,4
Suécia	42,5	47,0	10,5
Suíça	43,2	46,4	10,4
Taiwan	73,4	18,7	7,9
Média	52,2	38,0	9,9

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.15.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	70,8	26,2	2,9
Camarões	76,8	21,9	1,4
Cazaquistão	84,3	15,7	0,0
Índia	48,3	46,5	5,2
Irã	73,1	24,9	2,0
Rússia	70,4	29,6	0,0
Média	70,6	27,5	1,9

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.15.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	66,0	26,9	7,1
Arábia Saudita	84,8	13,3	1,9
Argentina	71,4	22,3	6,3
Belize	41,4	43,9	14,7
Brasil	67,9	26,6	5,6
Bulgária	83,9	14,5	1,6
Chile	57,4	37,5	5,2
China	52,6	46,0	1,5
Colômbia	83,4	15,7	0,9
Croácia	59,5	35,6	4,9
Egito	64,6	27,6	7,8
El Salvador	69,7	23,4	7,0
Equador	70,3	22,8	6,8
Eslováquia	80,3	18,0	1,6
Georgia	75,6	17,2	7,2
Guatemala	65,3	26,8	7,9
Hungria	66,2	21,5	12,3
Indonésia	73,0	22,5	4,6
Jamaica	72,1	16,4	11,5
Jordânia	56,5	40,0	3,6
Letônia	72,4	26,1	1,6
Líbano	35,7	48,2	16,1
Macedônia	72,1	23,9	4,1
Malásia	70,4	23,8	5,8
Marrocos	83,3	15,2	1,4
México	56,8	40,7	2,5
Panamá	66,3	24,7	9,0
Peru	80,8	18,9	0,4
Polônia	81,7	17,4	0,9
Tailândia	64,0	27,7	8,3
Turquia	68,2	23,8	8,0
Uruguai	70,6	24,3	5,1
Média	68,3	26,0	5,7

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.15.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo concorrência - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Muitos concorrentes	Poucos concorrentes	Nenhum concorrente
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	67,6	30,2	2,2
Austrália	56,4	35,3	8,3
Áustria	65,2	31,8	3,0
Canadá	56,8	39,0	4,2
Catar	65,6	22,4	12,0
Chipre	71,7	26,1	2,3
Coréia	69,4	27,5	3,0
Emirados Árabes Unidos	95,3	4,7	0,0
Eslovenia	63,7	31,7	4,6
Espanha	70,6	25,2	4,2
Estônia	69,2	26,9	3,9
EUA	65,9	27,0	7,2
Finlândia	79,1	14,9	6,0
França	57,4	35,0	7,6
Grécia	72,6	25,2	2,2
Hong Kong	83,9	13,5	2,7
Irlanda	47,5	45,8	6,7
Israel	75,7	16,9	7,4
Itália	72,4	25,3	2,4
Luxemburgo	57,8	34,8	7,3
Países Baixos	62,3	33,6	4,1
Porto Rico	72,9	27,1	0,0
Portugal	72,9	23,6	3,6
Reino Unido	62,1	30,9	7,1
Suécia	54,6	37,7	7,6
Suíça	64,6	31,7	3,8
Taiwan	77,7	15,9	6,5
Média	67,8	27,4	4,8

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.16.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	0,9	3,4	95,7
Camarões	9,8	10,7	79,6
Cazaquistão	17,0	18,0	65,1
Índia	32,9	22,8	44,3
Irã	4,5	16,6	78,8
Rússia	5,4	18,2	76,4
Média	11,74	14,95	73,31

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.16.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	26,0	29,2	44,9
Arábia Saudita	15,5	40,2	44,3
Argentina	7,0	15,8	77,3
Belize	25,2	21,1	53,7
Brasil	0,6	3,4	96,0
Bulgária	18,5	38,1	43,4
Chile	14,7	27,7	57,6
China	11,4	24,0	64,6
Colômbia	2,4	13,8	83,8
Croácia	27,3	33,2	39,5
Egito	22,1	30,9	47,0
El Salvador	0,0	4,4	95,6
Equador	3,4	12,1	84,5
Eslováquia	27,0	24,3	48,7
Georgia	4,1	12,7	83,3
Guatemala	5,9	18,0	76,2
Hungria	10,3	11,7	78,0
Indonésia	70,0	21,3	8,8
Jamaica	14,6	16,6	68,8
Jordânia	40,8	29,5	29,6
Letônia	3,6	10,3	86,1
Líbano	60,4	30,8	8,8
Macedônia	43,9	20,0	36,1
Malásia	22,4	49,0	28,7
Marrocos	72,0	23,0	5,0
México	5,1	10,4	84,5
Panamá	17,3	21,4	61,3
Peru	10,2	18,6	71,2
Polônia	4,6	23,1	72,3
Tailândia	11,5	29,5	59,0
Turquia	9,4	24,6	66,0
Uruguai	13,9	24,8	61,3
Média	19,40	22,30	58,31

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.16.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	9,6	13,4	77,0
Austrália	9,1	19,8	71,1
Áustria	10,3	16,5	73,3
Canadá	16,9	24,4	58,7
Catar	33,2	28,5	38,4
Chipre	22,9	22,5	54,6
Coréia	10,4	22,3	67,3
Emirados Árabes Unidos	23,4	28,5	48,2
Eslovenia	28,7	16,5	54,8
Espanha	11,9	19,7	68,4
Estônia	10,5	18,5	71,0
EUA	9,8	18,6	71,6
Finlândia	6,9	13,8	79,3
França	18,0	16,8	65,2
Grécia	19,5	24,3	56,2
Hong Kong	7,3	24,3	68,4
Irlanda	13,3	30,9	55,9
Israel	10,0	28,0	62,1
Itália	23,1	26,3	50,6
Luxemburgo	15,7	19,9	64,5
Países Baixos	7,7	16,0	76,4
Porto Rico	10,5	24,9	64,7
Portugal	12,8	21,3	65,9
Reino Unido	10,0	18,9	71,2
Suécia	6,1	17,6	76,4
Suíça	10,4	13,4	76,2
Taiwan	10,4	13,2	76,4
Média	14,00	20,69	65,31

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.17.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por fatores			
Burkina Faso	0,3	1,9	97,8
Camarões	6,0	10,1	83,9
Cazaquistão	11,9	31,4	56,8
Índia	5,6	34,7	59,7
Irã	1,1	5,1	93,8
Rússia	3,3	20,7	76,0
Média	4,71	17,30	77,99

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.17.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	2,6	50,7	46,8
Arábia Saudita	0,9	12,6	86,6
Argentina	0,8	1,6	97,5
Belize	16,5	23,9	59,7
Brasil	0,6	3,4	96,0
Bulgária	0,0	14,5	85,5
Chile	4,3	15,0	80,7
China	1,4	37,1	61,6
Colômbia	1,5	6,7	91,8
Croácia	28,0	19,2	52,8
Egito	16,3	39,1	44,6
El Salvador	0,3	5,8	93,9
Equador	2,7	4,2	93,2
Eslováquia	18,0	19,7	62,3
Geórgia	0,0	11,6	88,4
Guatemala	1,5	6,5	92,1
Hungria	1,8	4,6	93,6
Indonésia	66,5	16,9	16,6
Jamaica	2,4	9,1	88,5
Jordânia	4,9	40,3	54,8
Letônia	0,6	5,1	94,3
Líbano	20,7	30,3	49,0
Macedônia	4,7	5,9	89,4
Malásia	4,6	34,5	60,9
Marrocos	69,1	17,8	13,1
México	0,5	2,0	97,6
Panamá	4,5	10,1	85,4
Peru	2,1	9,7	88,3
Polônia	0,0	9,6	90,4
Tailândia	0,7	11,4	88,0
Turquia	2,4	18,3	79,4
Uruguai	0,0	11,6	88,4
Média	8,77	15,88	75,35

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.17.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo idade da tecnologia/processo - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Menos de 1 ano	Entre 1 a 5 anos	Mais de 5 anos
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	1,5	5,4	93,1
Austrália	1,5	8,5	90,0
Áustria	0,8	5,2	94,1
Canadá	9,2	9,9	80,8
Catar	31,1	29,0	39,9
Chipre	5,0	9,9	85,2
Coréia	1,5	11,4	87,1
Emirados Árabes Unidos	0,0	2,3	97,7
Eslovenia	3,7	6,4	90,0
Espanha	4,3	13,8	81,9
Estônia	2,6	6,1	91,2
EUA	0,9	8,1	91,0
Finlândia	2,0	6,1	91,9
França	8,8	6,2	85,0
Grécia	10,4	13,9	75,7
Hong Kong	1,5	7,9	90,6
Irlanda	2,8	19,4	77,9
Israel	1,7	10,9	87,3
Itália	6,6	9,9	83,5
Luxemburgo	10,6	14,9	74,5
Países Baixos	0,6	10,4	89,0
Porto Rico	0,0	8,4	91,6
Portugal	0,8	8,4	90,8
Reino Unido	1,8	9,2	89,0
Suécia	1,8	4,6	93,6
Suíça	2,4	5,2	92,5
Taiwan	3,2	5,8	91,1
Média	4,33	9,52	86,15

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.18.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2016

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				
Burkina Faso	83,8	11,7	3,4	1,1
Camarões	72,8	21,7	4,8	0,7
Cazaquistão	71,6	25,2	2,3	0,9
Índia	47,0	43,3	5,5	4,3
Irã	79,6	16,8	3,3	0,3
Rússia	97,3	2,0	0,7	0,0
Média	75,4	20,1	3,3	1,2

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.18.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2016

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	46,9	27,7	17,4	8,0
Arábia Saudita	33,5	17,8	45,8	3,0
Argentina	88,6	6,6	2,9	1,9
Belize	12,6	42,3	22,8	22,3
Brasil	98,3	1,5	0,0	0,3
Bulgária	55,1	38,2	2,3	4,5
Chile	52,5	34,3	10,6	2,6
China	65,3	27,1	5,6	2,1
Colômbia	66,6	21,4	8,4	3,7
Croácia	16,5	45,0	24,2	14,3
Egito	77,6	13,5	7,2	1,7
El Salvador	73,0	23,3	3,7	0,0
Equador	92,0	7,3	0,6	0,2
Eslováquia	43,0	40,8	8,9	7,3
Georgia	47,7	34,7	9,8	7,8
Guatemala	100,0	0,0	0,0	0,0
Hungria	32,8	44,4	14,9	7,9
Indonésia	97,9	1,2	0,1	0,8
Jamaica	57,3	21,3	11,0	10,4
Jordânia	57,2	5,1	18,6	19,1
Letônia	49,3	23,5	19,3	7,9
Líbano	20,0	38,6	35,7	5,7
Macedônia	73,7	10,6	9,4	6,4
Malásia	58,2	41,8	0,0	0,0
Marrocos	66,9	30,4	1,7	1,0
México	76,1	14,0	8,1	1,8
Panamá	64,4	17,0	14,4	4,2
Peru	84,8	10,1	3,7	1,4
Polônia	43,8	42,5	6,3	7,5
Tailândia	91,3	6,9	0,9	1,0
Turquia	55,0	30,6	9,5	4,9
Uruguai	77,5	9,9	10,2	2,5
Média	61,7	22,8	10,4	5,1

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.18.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2016

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	31,9	46,6	14,7	6,8
Austrália	35,2	49,9	6,4	8,5
Áustria	25,3	42,2	18,0	14,5
Canadá	22,4	42,3	20,1	15,2
Catar	51,3	20,6	18,7	9,4
Chipre	44,3	28,6	17,2	10,0
Coréia	70,7	12,7	14,3	2,4
Emirados Árabes Unidos	0,8	27,5	26,9	44,9
Eslovenia	42,1	28,9	13,9	15,2
Espanha	72,2	17,4	6,4	4,1
Estônia	39,4	44,2	9,7	6,7
EUA	14,9	74,9	7,9	2,3
Finlândia	59,9	26,7	5,5	7,9
França	37,8	42,0	16,6	3,6
Grécia	30,7	38,3	11,5	19,6
Hong Kong	31,5	30,2	16,3	22,0
Irlanda	22,1	52,5	16,4	9,0
Israel	47,6	24,8	11,6	16,0
Itália	46,3	24,5	21,2	8,0
Luxemburgo	26,6	43,2	17,3	12,9
Países Baixos	57,4	31,4	5,3	5,9
Porto Rico	44,0	35,7	10,4	9,9
Portugal	26,1	43,6	16,8	13,6
Reino Unido	33,2	47,9	14,1	4,9
Suécia	39,7	40,6	11,9	7,9
Suíça	15,6	51,2	24,3	8,9
Taiwan	48,6	31,5	12,2	7,8
Média	37,7	37,0	14,3	11,0

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.19.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por fatores - 2016

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				
Burkina Faso	82,8	10,8	5,6	0,8
Camarões	74,3	23,0	2,3	0,3
Cazaquistão	81,5	10,5	2,6	5,4
Índia	60,4	20,9	10,8	7,9
Irã	77,7	20,1	1,7	0,6
Rússia	86,7	10,3	2,4	0,7
Média	77,2	15,9	4,2	2,6

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.19.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por eficiência - 2016

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	32,9	19,9	18,8	28,5
Arábia Saudita	79,0	9,3	8,8	2,9
Argentina	85,5	11,3	3,2	0,0
Belize	12,4	35,4	23,3	28,8
Brasil	98,6	1,1	0,3	0,0
Bulgária	55,1	33,9	6,8	4,2
Chile	55,0	36,2	6,0	2,8
China	66,2	28,9	3,2	1,7
Colômbia	67,1	22,1	9,9	0,9
Croácia	14,4	48,8	22,4	14,5
Egito	78,4	11,7	7,3	2,5
El Salvador	81,7	15,0	3,0	0,4
Equador	90,8	6,4	0,8	2,0
Eslováquia	39,8	42,4	11,9	5,9
Georgia	57,3	25,8	5,4	11,6
Guatemala	100,0	0,0	0,0	0,0
Hungria	45,3	41,2	10,0	3,6
Indonésia	95,9	3,3	0,4	0,4
Jamaica	65,2	16,1	7,1	11,6
Jordânia	22,4	10,8	26,3	40,6
Letônia	41,6	38,1	8,0	12,3
Líbano	16,0	47,1	31,1	5,8
Macedônia	57,8	23,3	12,8	6,1
Malásia	60,3	39,7	0,0	0,0
Marrocos	72,4	24,3	2,2	1,1
México	79,3	13,9	6,7	0,2
Panamá	78,4	12,5	4,6	4,6
Peru	83,4	11,2	0,4	5,1
Polônia	45,9	37,6	10,1	6,4
Tailândia	94,1	3,7	1,6	0,6
Turquia	47,7	35,2	13,1	4,0
Uruguai	65,3	18,3	8,6	7,8
Média	62,0	22,6	8,6	6,8

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.19.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo orientação internacional - Países impulsionados por inovação - 2016

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	55,7	38,2	3,3	2,8
Austrália	37,5	49,3	8,0	5,2
Áustria	31,1	50,0	10,5	8,4
Canadá	17,9	54,3	14,1	13,8
Catar	37,9	22,2	27,4	12,5
Chipre	45,4	35,4	7,2	12,0
Coréia	88,8	8,9	2,4	0,0
Emirados Árabes Unidos	0,0	68,3	18,2	13,5
Eslovenia	34,8	41,3	10,6	13,3
Espanha	73,9	19,5	4,7	1,9
Estônia	48,0	36,6	5,4	10,1
EUA	22,1	69,4	4,1	4,3
Finlândia	66,6	28,5	3,5	1,4
França	37,1	47,4	12,6	2,9
Grécia	41,5	42,3	8,0	8,1
Hong Kong	40,7	25,2	12,1	22,0
Irlanda	25,9	46,9	16,7	10,5
Israel	68,5	16,1	6,5	8,9
Itália	45,5	36,0	14,3	4,1
Luxemburgo	14,7	45,0	26,8	13,5
Países Baixos	56,3	34,4	3,8	5,4
Porto Rico	46,1	42,3	11,6	0,0
Portugal	26,0	56,2	12,3	5,5
Reino Unido	39,3	48,2	10,8	1,6
Suécia	56,4	32,2	5,3	6,2
Suíça	11,9	59,5	23,4	5,3
Taiwan	50,8	34,2	6,6	8,5
Média	41,5	40,3	10,7	7,5

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.20.1 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por fatores	
Burkina Faso	9,8
Camarões	10,4
Cazaquistão	25,1
Índia	3,8
Irã	21,8
Rússia	11,7
Média	13,8

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.20.2 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por eficiência	
África do Sul	23,1
Arábia Saudita	2,8
Argentina	17,0
Belize	24,9
Brasil	3,0
Bulgária	11,3
Chile	25,3
China	22,7
Colômbia	24,9
Croácia	25,9
Egito	18,1
El Salvador	11,8
Equador	4,6
Eslováquia	18,5
Georgia	17,6
Guatemala	3,8
Hungria	28,5
Indonésia	1,1
Jamaica	0,5
Jordânia	7,1
Letônia	26,8
Líbano	3,8
Macedônia	15,4
Malásia	1,7
Marrocos	12,6
México	6,4
Panamá	3,4
Peru	17,3
Polônia	24,9
Tailândia	8,8
Turquia	40,4
Uruguai	16,9
Média	14,7

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.20.3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por inovação	
Alemanha	15,6
Austrália	19,3
Áustria	10,4
Canadá	12,3
Catar	42,8
Chipre	16,3
Coréia	17,9
Emirados Árabes Unidos	20,7
Eslovenia	18,4
Espanha	7,0
Estônia	21,3
EUA	30,1
Finlândia	13,2
França	17,5
Grécia	6,2
Hong Kong	27,4
Irlanda	30,8
Israel	17,4
Itália	16,5
Luxemburgo	14,6
Países Baixos	11,8
Porto Rico	13,7
Portugal	15,1
Reino Unido	22,7
Suécia	9,0
Suíça	22,8
Taiwan	22,3
Média	18,3

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.21.1 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por fatores - 2016

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por fatores	
Burkina Faso	4,5
Camarões	2,7
Cazaquistão	9,3
Índia	0,6
Irã	7,1
Rússia	5,5
Média	5,0

Fonte: GEM Brasil 2016

Tabela A2.21.2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por eficiência - 2016

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por eficiência	
África do Sul	11,4
Arábia Saudita	14,2
Argentina	2,8
Belize	21,7
Brasil	1,3
Bulgária	2,4
Chile	7,0
China	12,8
Colômbia	10,5
Croácia	6,5
Egito	12,1
El Salvador	4,8
Equador	1,5
Eslováquia	6,6
Georgia	2,5
Guatemala	4,5
Hungria	9,2
Indonésia	0,6
Jamaica	0,6
Jordânia	1,3
Letônia	4,8
Líbano	0,8
Macedônia	4,2
Malásia	2,2
Marrocos	3,4
México	2,0
Panamá	1,1
Peru	5,6
Polônia	5,2
Tailândia	1,0
Turquia	16,1
Uruguai	3,4
Média	5,8

Fonte: GEM Brasil 2016



Tabela A2.21.3 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo alta expectativa de empregos - Países impulsionados por inovação - 2016

Países	Alta expectativa de empregos (10 ou mais empregos atualmente e mais 50% nos próximos 5 anos)
Economia impulsionada por inovação	
Alemanha	2,2
Austrália	6,3
Áustria	2,6
Canadá	3,0
Catar	45,8
Chipre	2,4
Coréia	3,1
Emirados Árabes Unidos	70,3
Eslovenia	6,5
Espanha	1,4
Estônia	3,9
EUA	7,0
Finlândia	4,0
França	2,9
Grécia	0,7
Hong Kong	11,2
Irlanda	9,5
Israel	3,4
Itália	1,0
Luxemburgo	4,3
Países Baixos	3,7
Porto Rico	11,0
Portugal	2,3
Reino Unido	4,3
Suécia	2,2
Suíça	1,9
Taiwan	8,9
Média	8,4

Fonte: GEM Brasil 2016





APÊNDICE 3
EQUIPES E PATROCINADORES



Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
África do Sul	Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington Penny Kew Gideon Maas Jacqui Kew Siri Terjesen	Small Enterprise Development Agency (Seda)
Alemanha	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover Institute for Employment	Rolf Sternberg Udo Brixy Johannes von Bloh	German Federal Employment Agency (BA)
Arábia Saudita	The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at Prince Mohammad Bin Salman College of Business & Entrepreneurship (MBSC)	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Muhammad Azam Roomi Osama M. Ashri	Lockheed Martin Corporation The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry
Austrália	Queensland University of Technology	Paul Steffens Per Davidsson Paul Reynolds	Department of Industry, Innovation and Science QUT Business School
Austria	FH Joanneum GmbH - University of Applied Sciences	Thomas Schmalzer Rene Wenzel Eric Kirschner Doris Kiendl-Wendner Eva Penz	Federal Ministry of Science Research and Economy Federal Ministry of Transport Innovations and Technology Federal Ministry of Finance Federal Ministry of Europe Integration and Foreign Affairs Austrian Federal Economic Chamber Federal Economic Chamber of Styria Federal Economic Chamber of Vienna Austrian Council for Research and Technology Development Austrian Economic Service Joanneum Research FH Joanneum - University of Applied Sciences

Fonte: GEM 2016

Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Belize	The Economic Development Council	Melanie Gideon Jefte Ochaeta Daniel Gutierrez Duane Belisle Kim Aikman Dale Young Philip J. Castillo Amilin Mendez Yuri Alpuche	Complete Caribbean Government of Belize
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 Iskra Yovkova Natanail Stefanov Mira Krusteff Veneta Andonova Monika Panayotova Petar Sharkov Nusha Spirova Svetozar Georgiev	Progress JEREMIE Bulgaria Norway Grants/ Innovation Norway
Burkina Faso	CEDRES/LaReGEO	Florent Song-Naba Serge B. Bayala Mamadou Toé Régis G. Gouem Djarious Bama	International Development Research Centre (IDRC)
Camarões	FSEGA – University of Douala	Maurice Fouda Ongodo Sabine Patricia Mougou Ibrahima Jean Hubert Etoundi Pierre Emmanuel Ndebi Um Nguem Thérèse She Etoundi	International Development Research Centre (IDRC)

Fonte: GEM 2016



Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2016 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 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 Sandra Schillo Matthew Lo Sigal Haber	International Development Research Centre (IDRC) Government of Alberta Government of Ontario Futurpreneur
Catar	Qatar Development Bank	Hamad Al Kubaisi Tracey Kohinga Ghadi Ahmed Stefanie Zammit Farha Alkuwari Ahmed Badawy Ahmad Hawi Dalal Al Shammari Muneera Al-Dosari Ibrahim Al-mannai Sultan Alkuwari Nitham Hindi Saoud Al-Mannai	Qatar Development Bank
Cazaquistão	Nazarbayev University Graduate School of Business	Dmitry Khanin Patrick Duparcq Assel Uvaliyeva Venkat Subramanian Ralitza Nikolaeva Jozef Konings Nurlan Kulbatyrov Shynggys Turez Aizhan Tulepbekova Aiman Yedigeyeva Leila Yergozha Bakyt Ospanova Dinara Akynbekova	Nazarbayev University Graduate School of Business JSC Economic Research Institute

Fonte: GEM 2016

Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Chile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra SOFOFA (Federation of Chilean Industry) InnovaChile Corfo Ministerio de Economía
China	Tsinghua University	Gao Jian Rui Mu Cheng Yuan Lin Li Hongbo Chen Hongmei Yang	Tuspark
Chipre	University of Cyprus - Centre for Entrepreneurship	Marios Dikaiakos Ariana Polyviou Menelaos A. Menelaou George Kassinis Nicos Nicolaou	Bank of Cyprus European Commission Ministry of Energy, Commerce, Tourism and Industry
Colômbia	Universidad Icesi Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana - Cali Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia Corporacion Universitaria del Caribe	Rodrigo Varela V. Jhon Moreno B Liyis Gomez N. Sara Lopez G. Fabian Osorio t. Fernando Pereira l. Diana Riveros o. Francisco Matiz B. León Parra B. Jairo Orozco t. Myriam Carrillo B. Gustavo Garcia C. Hernan Javier Perez s. Piedad Buelvas Andres Viloría	Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad Javeriana Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia Corporacion Universitaria del Caribe
Coréia do Sul	Korea Insitute of Startup and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang Chaewon Lee Dohyeon Kim Byung Heon Lee Choonwoo Lee SungHyun Cho Moonsun Kim Miae Kim	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea

Fonte: GEM 2016



Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Croácia	J J Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer Nataša Šarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka	Croatian Banking Association Ministry of Entrepreneurship, SMEs and Crafts CEPOR - SMEs and Entrepreneurship Policy Center J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics
Egito	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail Ahmed Tolba Shima Barakat Seham Ghalwash	USAID's Strengthening Entrepreneurship and Enterprise Development (SEED) Project The American University in Cairo – School of Business
El Salvador	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Manuel Sanchez Sasferrer Lucía Rengifo	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)
Emirados Árabes Unidos	United Arab Emirates University UAEU Science and Innovation Park	Nihel Chabrak Mohammed Madi Ahmed Naema Matar Mohamed Alshamsi Chafik Bouhaddioui So Jin Yoo Constance Van Horne Kia Davis Willow Williamson Dhuha Fadhel Eman Refaat Yehya Al Marzouqui Scott Gillespie Llewellyn Thomas Sofia Korayim Elif Bascavusoglu-Moreau Maria Pearson Ghaleb Al Hadrami Shawqi Kharbash	United Arab Emirates University
Equador	ESPAE Graduate School of Management - ESPOL	Virginia Lasio Rafael Coello Jack Zambrano Guido Caicedo Xavier Ordeñana Edgar Izquierdo	ESPAE

Fonte: GEM 2016

Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Eslováquia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova Zuzana Kovacicova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Central European Foundation (CEF) SLOVINTEGRA Energy s.r.o Comenius University in Bratislava, Faculty of Management
Eslovenia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik Polona Tominc Katja Crnogaj Karin Širec Barbara Bradac Hojnik Matej Rus	SPIRIT Slovenia Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at Faculty of Economics & Business, University of Maribor
Espanha	UCEIF Foundation - CISE GEM Spain Network	Ana Fernandez Laviada Federico Gutiérrez Solana Iñaki Peña	Santander Bank GEM Spain Network Fundación Rafael Del Pino
Estados Unidos	Babson College	Donna Kelley Marcia Cole Abdul Ali Candida Brush Andrew Corbett Philip Kim Medhi Maj Caroline Daniels	Babson College Baruch College
Estônia	Estonian Development Fund Chancellery of the Riigikogu	Annika Lentso Maria Alajõe	Estonian Development Fund Chancellery of the Riigikogu University of Tartu
Finlândia	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Sanna Suomalainen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku
França	EMLYON Business School	Alain Fayolle Catherine Laffineur	EMLYON Business School
Geórgia	Caucasus School of Business at Caucasus University	Boris Lezhava Irena Melua Paata Brekashvili	GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)

Fonte: GEM 2016



Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Grécia	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Aggelos Tsakanikas Ioannis Giotopoulos Evaggelia Valavanioti Sofia Stavraki Katerina Xanthi	Aegean Airlines S.A.
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya Carolina Uribe Susana García-Prendes Jershem David Casasola Andrés Marroquin	Francisco Marroquín University -UFM- Templeton Foundation
Holanda	Panteia/EIM	Jacqueline Snijders André van Stel Roy Thurik Amber van der Graaf Paul van der Zeijden Jan de Kok Ton Geerts	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands
Hong Kong	Hong Kong Baptist University Center for Entrepreneurship, the Chinese University of Hong Kong Centre for Asian Entrepreneurship and Business Values, the University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences	Marta Dowejko Michael Young Kevin Au Xufei Ma Rosanna Lo Jane Wen Francis Fung Simon Lam Jun Ren Jie shi Mingzhong Liao Hongjuan Liu Zhaohui Li Yicai Yuan Xiaofeng Tang Liqing Yang Xiaoyuan Dong Weili Wang	Center for Entrepreneurship, the Chinese University of Hong Kong Hong Kong Baptist University Centre for Asian Entrepreneurship and Business Values, the University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences Savantas Policy Institute

Fonte: GEM 2016

Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Hungria	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Gábor Márkus József Ulbert Attila Varga Zoltán J. Ács Terjesen Siri Saul Estrin Éva Komlósi Krisztina Horváth	OTKA Research Foundation Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchanyi István University Global Entrepreneurship and Research Foundation
Índia	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla Pankaj Bharti Amit Kumar Dwivedi Shri Navniit Siingh Chatwal MI Parray	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI)
Indonésia	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi Gandhi Pawitan Agus Gunawan Maria Widyarini Triyana Iskandarsyah Fiona Ekaristi Putri	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia Regional Planning Agency (BAPPEDA) – Kota Cimahi
Irã	University of Tehran	Abbas Bazargan Mohammad Reza Zali Nezameddin Faghieh Ali Akbar Moosavi- Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah Kordrnej Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean	Labour Social Security Institute (LSSI)
Irlanda	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Department of Jobs, Enterprise and Innovation

Fonte: GEM 2016



Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 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 Francesco Ferrati Michael Sheriff Ali Raza Saadat Saaed	Università degli Studi di Padova
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Michelle Black Paul Golding, D.B.A. Orville Reid Krystal Ming	International Development Research Centre (IDRC)
Jordânia	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO) Center for Strategic Studies/University of Jordan	Basheer Salaytah Musa Shteiwi Walid Al-Khatib Ayman Al Khatib Douglas Aitkenhead Zain Majali	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO) European Investment Bank
Letônia	Stockholm School of Economic in Riga	Marija Krumina Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB
Líbano	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass Farah Jaroudi Mario Ramadan Marta Solorzano Colm Reilly Nadim Zaazaa Stephen Hill	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)
Luxemburgo	STATEC - National Statistical Office	Cesare Riillo Leila Ben-aoun Peter Hock Chiara Peroni Francesco Sarracino Bruno Rodrigues	Chambre de Commerce Luxembourg Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur STATEC – National Statistical Office
Macedónia	Macedonian Enterprise Development Foundation University "Cyril and Methodius" – Business Start-Up Centre	Radmil Polenakovic Dimitar Smiljanovski Gorjan Anastasov Tetjana Lazarevska Saso Klekovski Lazar Nedanoski	Macedonian Enterprise Development Foundation
Malásia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Leilanie binti Mohd Nor Mohar bin Yusof Samsinar Md. Sidin	Universiti Tun Abdul Razak

Fonte: GEM 2016

Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Marrocos	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani Abdellatif Komat Salah Koubaa Riad Mekouar Hind Malainine Fatima Boutaleb Sara Yassine Ahmed Benmejdoub Kabbaj Meryem Asmaa Dahalla	International Development Research Centre (IDRC)
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola José Manuel Aguirre Elvira E. Naranjo Marcia Campos Natzin López Carlos Torres Lucía Alejandra Rodríguez Luis Alfredo Hernández Rafaela Bueckmann Lizbeth A. González Zahira A. de la Fuente	Tecnológico de Monterrey Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey Tecnológico de Monterrey Campus León Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro Tecnológico de Monterrey Campus Puebla Tecnológico de Monterrey Campus Zacatecas
Panamá	City of Knowledge's Innovation Center IESA Management School (Panama Campus)	Manuel Lorenzo Andrés León Federico Fernández Dupouy	City of Knowledge Foundation
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Keiko Nakamatsu Oswaldo Morales Armando Borda	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship Imasen
Polônia	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	Anna Tarnawa Dorota Weclawska Paulina Zadura-Lichota Mariusz Bratnicki Katarzyna Bratnicka Przemyslaw Zbierowski Jakub Kol	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice

Fonte: GEM 2016



Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Porto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte Marta Alvarez Manuel Lobato	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus Echar Pa'lante, Banco Popular de Puerto Rico Instituto de Estadísticas de Puerto Rico
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina Douglas Thompson Francisco Rocha Luís Antero Reto António Caetano Nelson Ramalho	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
Reino Unido	Aston University and Enterprise Research Centre	Mark Hart Wendy Ferris Karen Bonner Jonathan Levie Tomasz Mickiewicz Michael Anyadike-Danes Ute Stephan Isabella Moore Laura Heery	Department for Business, Innovation and Skills (BIS) Welsh Government British Business Bank Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Invest Northern Ireland Belfast City Council
Rússia	Graduate School of Management SPbSU	Verkhovskaya Olga Maria Dzhelepova Galina Shirokova Eleonora Shmeleva Karina Bogatyreva	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development
Senegal	Université Cheikh Anta Diop de Dakar	Serge Simen Ibrahima Dally Diouf Bassirou Tidjani	International Development Research Centre (IDRC)
Suécia	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Ylva Skoogberg Per Thulin Carin Holmquist	Confederation of Swedish Enterprise Vinnova
Suíça	School of Management Fribourg (HEG-FR)	Rico Baldegger Raphaël Gaudart Benoît Morel Siegfried Alberton Andrea Huber Fredrik Hacklin Onur Saglam Pascal Wild	School of Management Fribourg (HEG-FR) Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETH) University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)

Fonte: GEM 2016

Quadro A3.1 - (Continuação) Equipes e patrocinadores do GEM 2016 nos países

Time nacional	Instituições	Membros	Patrocinadores
Tailândia	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Ulrike Guelich	Bangkok University
Taiwan	Taiwan Academy of Banking and Finance	Yang- Cheng Lu Sheng Pen Peng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Don Jyh-Fu Jeng Chen Li Hua Shih-Feng Chou An-Yu Shih	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan
Turquia	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOS GEB) Yeditepe University	Esra Karadeniz Özlem Kunday Thomas Schøtt Maryam Cheraghi Pelin Yüce	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOS GEB)
Uruguai	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga Agustina Bartesaghi	University of Montevideo Deloitte Uruguay

Fonte: GEM 2016





ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS



GEM 2016 - 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 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



Centro de Empreendedorismo
Novos Negócios

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



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.

Diretor Executivo da Agência de Inovação

Carlos Itsuo Yamamoto

Coordenador de Empreendedorismo e incubação de Empresas

Cleverson Renan da Cunha



A Conaje é uma entidade sem fins lucrativos que atua há 16 anos no fomento ao empreendedorismo, fortalecimento, criação e manutenção de novas empresas – principalmente geridas por jovens –, na articulação e divulgação de práticas capazes de fortalecer a disseminação de novos e sólidos negócios no Brasil. Por meio de parcerias, trabalha também para o estabelecimento de políticas públicas e práticas institucionais que incluam os micros e pequenos empreendedores nas primeiras categorias de estratégias de desenvolvimento do País.

Presidente

Fernando Milagre





COORDENAÇÃO DO GEM

NACIONAL:



INTERNACIONAL:



PARCEIRO MASTER NO BRASIL



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

PARCEIROS ACADÊMICOS NO BRASIL



PARTICIPAÇÃO ESPECIAL EM 2016

