GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

2013

IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

FGV
FGVcenn
Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

2013

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UFPR 100 Anos DESDE 1912

FGV
FGVcenn
Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

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 2013 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 69 países no ciclo 2013 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)
Elaborado por: Marta Oliveira Mendes - CRB 09/1070

G562 Global Entrepreneurship Monitor

Empreendedorismo no Brasil : 2013 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco ; autores : Mariano Macedo Matos... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2013.
170 p. : il.

Vários autores:
Mariano de Matos Macedo
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Tales Andreassi
Adriano Luiz Antunes
Cândido Borges
Laura Pansarella
Marcelo Aidar
Marco Aurélio Bedê
Marcus Salusse
Mario Tamada Neto
Morlan Luigi Guimarães
Rene Rodrigues Fernandes
Vania Nassif

Inclui bibliografias.
ISBN 978-85-87446-18-3

1. Empreendedorismo – Brasil. 2. Inovações Tecnológicas – Brasil. I. Global Entrepreneurship Research Association. II. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. III. Greco, Simara Maria de Souza Silveira. (Coord.). IV. Macedo, Mariano de Matos. V. Andreassi, Tales. VI. Antunes, Adriano Luiz. VII. Borges, Cândido VIII. Pansarella, Laura. IX. Aidar, Marcelo. X. Bedê, Marco Aurélio. XI. Salusse, Marcus. XII. Tamada Neto, Mario. XIII Guimarães, Morlan Luigi. XIV. Fernandes, Rene Rodrigues. XV. Nassif, Vania. XVI. Título.

CDD (22.ed) - 658.110981

COORDENAÇÃO DO GEM

INTERNACIONAL

Global Entrepreneurship Research Association – GERA

Babson College, Estados Unidos

Universidad del Desarrollo, Chile

Universiti Tun Abdul Razak, Malásia

London Business School, Reino Unido

NACIONAL

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Sandro Nelson Vieira – Diretor Presidente

Eduardo Camargo Righi – Diretor Jurídico

Alcione Belache – Diretor de Operações

PARCEIRO MASTER NO BRASIL

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

Roberto Simões – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional (CDN)

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho – Diretor Presidente

Carlos Alberto dos Santos – Diretor Técnico

José Claudio dos Santos – Diretor de Administração e Finanças

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

PARCEIRO ACADÊMICO NO BRASIL

Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP)

Carlos Ivan Simonsen Leal – Presidente da FGV

Maria Tereza Leme Fleury – Diretora da Escola de Administração de Empresas de São Paulo

Tales Andreassi – Coordenador do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

PARCEIROS NO PARANÁ

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Zaki Akel Sobrinho – Reitor

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

Emerson Carneiro Camargo – Diretor Executivo da Agência de Inovação UFPR

Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar)

Júlio César Felix – Diretor Presidente

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação Geral – IBQP
Simara Maria de Souza Silveira Greco

Análise e Redação
Mariano de Matos Macedo – IBQP
Simara Maria de Souza Silveira Greco – IBQP
Tales Andreassi – FGV-EAESP

Pesquisadores e analistas
Adriano Luiz Antunes – IBQP
Cândido Borges – FGV-EAESP / UFG
Laura Pansarella – FGV-EAESP
Marcelo Aidar – FGV-EAESP
Marco Aurélio Bedê – SEBRAE
Marcus Salusse – FGV-EAESP
Mario Tamada Neto – IBQP
Morlan Luigi Guimarães – IBQP
Rene Rodrigues Fernandes – FGV-EAESP
Vania Nassif – FGV-EAESP

Pesquisa de Campo com Especialistas Nacionais em Empreendedorismo
Ana Cristina Francisco
Ademar Henrique da Silva Alexandrino – TECPAR
Alessa Paiva dos Santos – TECPAR
Carla Beatriz Fuck Martins Rodrigues – TECPAR
Douglas Fernando Brunetta;
Graça Maria Simões Luz – IBQP
Graziela Boabaid Righi – IBQP
Leonardo Henrique Nardim – IBQP
Maurício José Fernandes – TECPAR
Neusa Vasconcelos – TECPAR
Pierre Albert Bonnevialle – TECPAR
Rogerio Moreira de Oliveira – TECPAR
Sonia Maria Marques de Oliveira – TECPAR
Valteny de Oliveira Alecrim – TECPAR

Revisão
Fernando Antonio Prado Gimenez – UFPR
Graziela Boabaid Righi – IBQP
Marco Aurélio Bedê – SEBRAE

Pesquisa de Campo com População Adulta
Zoom Serviços Administrativos Ltda

Arte, projeto gráfico e diagramação
Juliana Montiel

Gráfica
Imprensa da Universidade Federal do Paraná (UFPR)

ENTREVISTADOS

Entrevistados na Pesquisa com Especialistas – Região Nordeste

Antônio Carlos Maranhão de Aguiar - STQE

Arthur Souza Cruz Junior - SEI

Dora Parente Costa - Sebrae/BA

Fernando de Aquino Fonseca Neto - Corecon/PE

Francilene Procópio Garcia - Anprotec

Inalda Barros Beder - Fiep

Jean Carlo Farias Gregório - Jornal da Paraíba

João Bosco Cabral Freire - Sebrae/RN

João Carlos de Pádua Andrade - UESC

Jose Tarcisio da Silva - Femicro/PE

Josemary Nery de Andrade - SWS Informática

Luciana Gomes Leite - Sebrae/AL

Marcos Oliveira - Secretaria Técnica do Fórum Estadual das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte de Pernambuco

Maria Izabel Vasconcelos Goes - Sebrae/AL

Rafael Esmeraldo Lucchesi Ramacciotti - CNI

Sueli C. S. de Paula - Sebrae/BA

Wilson Andrade - Associação Comercial da Bahia

Entrevistados na Pesquisa com Especialistas – Região Centro-Oeste

Adriana Cerqueira Susarte - Sebrae/DF

Aldo Nabuyuki Nakao – Kitayma & Barreto LTDA ME

Alvaro Toubes Prata - MCTI - Setec

Daniel Hudson Senna Barreto - Sebrae/DF

Fernando Neves dos S. Filho - Sebrae/DF

Fernando Tostes - Sebrae/DF

Gerusa Pasini Rader - Delicias da Soja Industria e Comercio de Produtos Alimentícios LTDA ME

Guilherme Cervante Ennes - GCE Instituto da Educação LTDA

Jeovan Figueiredo - UFMS

Karina Boner – Ebflora

Luciano Aparecido Ferrari - Centrocar

Manoel Xavier F. Filho - Sebrae/GO

Maria Eulalia Franco - Sebrae/DF

Renan de Oliveira Teles - Youzoom Soluções Web LTDA

Rodrigo Lauzich Coelho - Inex Tecnologia e Desenvolvimento de Soluções da Internet LTDA

Rosimar Bernardete Queiroz - Associação Escola de Aperfeiçoamento Profissional dos Cirurgiões Dentistas

Sueli Batista dos Santos - BPW Cuiabá

Entrevistados na Pesquisa com Especialistas – Região Norte

Carlos Vitor Vilhena Filho - Amazônia Legal

Cristiane de Cássia Bolonhez - Sebrae

Dimas Jose Lasmar - FUCAPI

Dori Maranhão - Dori

Eduardo José Monteiro da Costa – Cofecon

Eduardo Taveira - SECTEC

Eliane de Souza e Silva - Elifarma

Eriavaldo Lopes do Vale – Corecon/AM

João Carlos C. Alvarenga - Sebrae/AP

Jose Alberto Costa Machado - UFAM

Jose de Alencar de Souza e Silva - Sebrae/AC

Liliane Cougo Dionísio - Sebrae/RO

Marcus Tadeu Bastos Alves - Sebrae/PA

Maria Olivia Simao - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas

Patricia Suzana Cavalcante - PatCa

Waldeir Garcia Ribeiro - Sebrae/AP

Entrevistados na Pesquisa com Especialistas – Região Sudeste

Ana Carolina Estevão - Mattos Muriel Kestener Advogados

Anne Marie Maculan - UFRJ

Antonio Sebastião Teixeira Mendonça - Banco do Povo

Cassio Silva Duarte - Sebrae/MG

Claudio Nasajon - PUC

Dorian Lacerda Guimarães - Abranet

Edson C Pavão - Ilha de Toque Toque Boutique Hotel

Felipe Moleda Godoi - Confrapar

Julia Zardo - Instituto Gênesis da PUC-Rio

Lorenzo Frering - Mineração OG

Luciana Mimetto - Bauru Fórmulas Farmácia de Manipulação de Fórmulas ME

Maurílio Santos Junior - Fiesp

Nair Aparecida de Andrade - Sebrae/MG

Roberto C. Mayer - Assespro

Sheila Monteiro Bochi - PHARMACIA THERIAGA

Sidney Pascoutto da Rocha - Corecon/RJ

Vladimir Mourão Gomes - Caça Talentos

Entrevistados na Pesquisa com especialistas – Região Sul

Adilson Antonio Volpi - UFPR

Albert Estiarte Tarazon - ISAE

Ana Claudia Monticelli - Sebrae/RS

Carlos Alberto Gandolfo - Corecon/PR

Carlos Frederico de Andrade - GPCON

Demetrius Macei - Demetrius Macei Advogados Associados

Denise Maria Maia - UFPR

Everton Andre Batista Lopes - Corecon/RS

Fernando Gimenez - UFPR

Fernando Lorenz - Arauco

Gustavo Fanaya - IBQP

Leandro Antonio de Lemos - Corecon/RS

Luiz Carlos Gloger - Agência Paraná de Desenvolvimento (APD)

Marcelo Siena - Redetelesul

Marcondes da Silva Cândido - Sebrae/SC

Paulo Bastos - Fesp

Ricardo Delamea - Sebrae/PR

Sergio Itamar - ISAE | FGV | EAESP

SUMÁRIO

Lista de Quadros e tabelas 9

Lista de figuras e quadros 15

Agradecimento 17

Prefácio 19

Introdução 21

1 - ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL EM 2013 29

1.1 Taxas gerais de empreendedorismo no mundo, no Brasil e nas regiões brasileiras. 29

1.2 Motivação dos empreendedores iniciais 32

2 - TAXAS ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORES SEGUNDO VARIAVEIS SOCIOECONÔMICAS 37

2.1 Gênero 37

2.2 Faixa etária 38

2.3 Escolaridade 39

2.4 Renda familiar 41

2.6 Origem 43

3 - PERFIL DOS EMPREENDEDORES 47

3.1 Gênero (Brasil e regiões) 47

3.2 Faixa etária 48

3.3 Escolaridade 49

3.4 Renda Familiar 50

3.5 Tamanho da família 51

3.6 Cor ou raça 51

3.7 Origem do empreendedor 52

4 - **CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS 57**

4.1 Atividades Econômicas dos empreendedores 57

4.1.1 Comparação entre as atividades econômicas dos empreendedores brasileiros e de outros países 57

4.1.2 Atividades econômicas dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento – análises sobre o Brasil e regiões 57

4.1.3 Atividades econômicas dos empreendedores segundo o gênero, faixa etária, ocupação e motivação – análises sobre o Brasil e regiões 64

4.2 Geração de empregos segundo estágio dos empreendimentos - países selecionados, Brasil e Regiões 67

4.3 Características dos empreendimentos em aspectos relacionados à inovação, formalização e faturamento – Países selecionados, Brasil e Regiões 69

4.3.1 Aspectos relacionados à inovação – Países selecionados, Brasil e Regiões 69

4.3.2 Formalização – Brasil e Regiões 72

4.3.3 Faturamento – Brasil e Regiões 72

4.4 Características dos empreendimentos segundo a motivação do empreendedor – Brasil e Regiões 73

5 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA E POTENCIAIS EMPREENDEDORES 77

5.1 Postura da população em relação às atividades empreendedoras 77

5.2 Sonho da população adulta 81

5.3 Potenciais empreendedores 83

6 - BUSCA DE ORGÃOS DE APOIO 87

7 - INVESTIDOR INFORMAL 91

8 - CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NOS PAÍSES 97

8.1 Avaliações dos especialistas nas questões abertas - Fatores favoráveis e limitantes ao empreendedorismo no Brasil 97

8.2 Avaliações dos especialistas nas questões

fechadas 99

8.3 Recomendações dos especialistas para apoio e estímulo à atividade empreendedora no Brasil 105

REFERÊNCIAS 109

APÊNDICE 01
CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS 115

A.1 Introdução 115

A.2 O objetivo do GEM 115

A.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM 116

A.4 Público-alvo 116

A.5 O modelo GEM 117

A.6 Classificação dos países participantes da pesquisa 117

A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas 118

O processo empreendedor 118

Indicadores e taxas 119

A.8 Condições que afetam o empreendedorismo 120

A.9 Coleta de Dados 121

Pesquisa com população adulta 124

Pesquisa com especialistas nacionais 125

Pesquisa em fontes secundárias ... 125

A.10 Processamento e tratamento dos dados. 125

APÊNDICE 02
PRINCIPAIS DADOS E TAXAS 129

APÊNDICE 03
EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM 2013 159

GEM 2013 – ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS NO BRASIL 169

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro I.1 - Classificação dos países participantes segundo a fase do desenvolvimento econômico – 2013 23

Tabela I.1 - Distribuição da amostra segundo características sociodemográficas − Brasil e regiões – 2013 24

Tabela I.2 - Distribuição da amostra segundo a cor − Brasil e regiões – 2013.....24

Tabela I.3 - Distribuição da amostra segundo a origem do indivíduo − Brasil e regiões – 2013 25

Tabela 2.1 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Países – 2013 37

Tabela 2.2 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero – Países – 2013 37

Tabela 2.3 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013 38

Tabela 2.4 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013 38

Tabela 2.5 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária – Países – 2013.....38

Tabela 2.6 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária – Países – 2013 39

Tabela 2.7 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013 39

Tabela 2.8 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013.....39

Tabela 2.9 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo nível de escolaridade – Países – 2013.....40

Tabela 2.10 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo nível de escolaridade – Países – 2013 40

Tabela 2.11 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo nível de escolaridade – Brasil e regiões – 2013 41

Tabela 2.12 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo nível de escolaridade – Brasil e regiões – 2013 41

Tabela 2.13 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda – Países – 2013 41

Tabela 2.14 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda – Países – 2013 42

Tabela 2.15 - Taxas específicas dos Empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013.....42

Tabela 2.16 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013.....42

Tabela 2.17 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013 43

Tabela 2.18 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013..... 43

Tabela 2.19 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013..... 44

Tabela 2.20 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013 44

Tabela 3.1 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013.....47

Tabela 3.2 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013 48

Tabela 3.3 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013 48

Tabela 3.4 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013 49

Tabela 3.5 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo grau de escolaridade – Brasil e regiões – 2013.....49

Tabela 3.6 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo grau de escolaridade – Brasil e regiões – 2013.....50

Tabela 3.7 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013.....50

Tabela 3.8 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013.....51

Tabela 3.9 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013 51

Tabela 3.10 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013.....52

Tabela 3.11 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a cor – Brasil e regiões – 2013.....52

Tabela 3.12 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a cor – Brasil e regiões – 2013.....53

Tabela 3.13 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013.....53

Tabela 3.14 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013 53

Tabela 4.1 - Distribuição dos empreendedores segundo o setor da atividade econômica – Países – 2013.....57

Tabela 4.2 - Principais atividades dos empreendedores – Brasil – 2013 58

Tabela 4.3 - Principais atividades dos empreendedores – Região Norte – 2013.....60

Tabela 4.4 - Principais atividades dos empreendedores – Região Nordeste – 2013.....61

Tabela 4.5 - Principais atividades dos empreendedores – Centro-Oeste – 2013.....62

Tabela 4.6 - Principais atividades dos empreendedores – Região Sudeste – 2013.....63

Tabela 4.7 - Principais atividades dos empreendedores – Região Sul – 2013.....64

Tabela 4.8 - Principais atividades dos empreendedores em relação ao gênero – Brasil – 2013 65

Tabela 4.9 - Principais atividades dos empreendedores em relação a faixa etária – Brasil – 2013 66

Tabela 4.10 - Principais atividades dos empreendedores em relação a motivação – Brasil – 2013 67

Tabela 4.11 - Distribuição dos empreendedores por estágio do empreendimento segundo a alta expectativa de emprego – Brasil e países – 2013 68

Tabela 4.12 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a geração de empregos – Brasil e regiões – 2013 69

Tabela 4.13- Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a geração de empregos – Brasil e regiões – 2013 69

Tabela 4.14 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a inovação – Brasil e países – 2013.....70

Tabela 4.15 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a inovação – Brasil e países – 2013 70

Tabela 4.16 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a inovação – Brasil e regiões – 2013.....71

Tabela 4.17 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a inovação – Brasil e regiões – 2013 71

Tabela 4.18 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a formalização – Brasil e regiões – 2013.....72

Tabela 4.19 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a formalização – Brasil e regiões – 2013 72

Tabela 4.20 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo o faturamento – Brasil e regiões – 2013.....73

Tabela 4.21 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo o faturamento – Brasil e regiões – 2013 73

Tabela 4.22 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo características dos empreendimentos e a motivação – Brasil e regiões – 2013 74

Tabela 5.1 – Mentalidade empreendedora da população adulta – Países – 2013..... 78

Tabela 5.2 – Mentalidade empreendedora da população adulta – Brasil e Regiões – 2013 79

Tabela 5.3 – Mentalidade empreendedora dos empreendedores iniciais – Brasil e Regiões – 2013 80

Tabela 5.4 – Empreendedores estabelecidos segundo a mentalidade empreendedora – Brasil e Regiões – 2013 81

Tabela 5.5 - Sonho da população adulta – Brasil e Regiões – 2013 82

Tabela 5.6 - Sonho da população não empreendedora – Brasil e Regiões – 2013 82

Tabela 5.7 - Distribuição da população em relação ao Sonho dos brasileiros segundo características sociodemográficas – Brasil – 2013..... 83

Tabela 5.8 - Taxa de empreendedorismo segundo potenciais empreendedores – Países – 2013..... 83

Tabela 5.9 - Taxa de empreendedorismo segundo potenciais empreendedores – Brasil e Regiões – 2013..... 84

Tabela 5.10 - Distribuição dos potenciais empreendedores segundo características sociodemográficas – Brasil e Regiões – 2013..... 84

Tabela 6.1 - Busca de órgãos de apoio pelos empreendedores brasileiros – Brasil e regiões – 2013 87

Tabela 6.2 - Busca de órgãos de apoio pelos empreendedores brasileiros – Brasil e regiões – 2013 88

Tabela 7.1 - Taxa de investidores informais – Países – 2013..... 92

Tabela 7.2 - Taxa de investidores informais – Brasil e Regiões – 2013 92

Tabela 7.3 - Valor médio investido por investidores informais – Brasil e Regiões – 2013..... 93

Tabela 7.4 - Distribuição dos investidores informais segundo a pessoa que recebeu o investimento – Brasil e Regiões – 2013 93

Tabela 8.1 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções relativas a fatores favoráveis e limitantes segundo a percepção dos especialistas – Brasil e regiões – 2013 98

Tabela 8.2 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas a grupos de tópicos com avaliação positiva ou negativa – Brasil – 2013..... 99

Tabela 8.3 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo: percepção de oportunidades existentes – Brasil – 2013 100

Tabela 8.4 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo: nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel – Brasil – 2013 101

Tabela 8.5 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo: valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes – Brasil – 2013..... 102

Tabela 8.6 - Condições limitantes que afetam o empreendedorismo: educação e Capacitação - ensino fundamental e médio – Brasil – 2013..... 103

Tabela 8.7 - Condições limitantes que afetam o empreendedorismo: Políticas governamentais: burocracia e impostos – Brasil – 2013..... 104

Tabela 8.8 - Condições que afetam o empreendedorismo: nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia – Brasil – 2013..... 105

Tabela 8.9 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções relativas às recomendações segundo a percepção dos especialistas – Brasil – 2013..... 106

Quadro A1.1 - Terminologias e principais medidas do GEM 119

Quadro A1.2 - Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo GEM 120

Quadro A1.3 - PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM DE 2001 A 2013..... 122

Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta – GEM Brasil – 2013 124

Tabela A2.1 - Taxas[1] de atividades empreendedoras segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013..... 129

Tabela A2.2 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo motivação e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 130

Tabela A2.3 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 131

Tabela A2.4 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 131

Tabela A2.5 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 132

Tabela A2.6 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013..... 133

Tabela A2.7 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo nível de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 134

Tabela A2.8 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo grau de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 135

Tabela A2.9 - Taxas[1] dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013..... 136

Tabela A2.10 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 137

Tabela A2.11 - Taxas[1] de investidores informais e valor médio investido (em US$), segundo fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 138

Tabela A2.12 - Novidade do produto ou serviço segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: proporções[1] – Grupo de países – 2013..... 139

Tabela A2.13 - Concorrência segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013 140

Tabela A.14 - Idade da tecnologia segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: proporções[1] – Grupo de países – 2013 141

Tabela A2.15 - Orientação internacional segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: porporções[1] – Grupo de países – 2013..... 142

Tabela A2.16 - Expectativa de geração de empregos segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: proporções[1] – Grupo de países – 2013..... 143

Tabela A2.17 - Taxas[1] específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013 144

Tabela A2.18 - Taxas[1] específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo a características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013..... 145

Tabela A2.19 - Taxas[1] específicas de empreendedorismo total (TTE) segundo a características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013 146

Tabela A2.20 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo características dos empreendimentos: proporções[1] – Brasil e regiões – 2013..... 147

Tabela A2.21 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo as características dos empreendimentos: proporções[1] – Brasil e regiões – 2012 148

Tabela A2.22 - Distribuição do total de empreendedores segundo as características dos empreendimentos: proporções[1] – Brasil e regiões – 2013 149

Tabela A2.23 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções relativas a fatores favoráveis e limitantes segundo a percepção dos especialistas – Brasil[1] e regiões[2] – 2013 150

Tabela A2.24 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Brasil – 2013 151

Tabela A2.25 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Norte – 2013 152

Tabela A2.26 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Nordeste – 2013 153

Tabela A2.27 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Centro-Oeste – 2013 154

Tabela A2.28 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Sudeste – 2013 155

Tabela A2.29 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Sul – 2013 156

Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2013 nos países 159

Quadro A3.2 - Características da pesquisa nos países – 2013 165

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura A1.1 - O modelo GEM 117

Figura A1.2 - O processo empreendedor 118

Figura I1: O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM 22

Gráfico 1.1 - Atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxas (%) − Grupo de países − 2013 29

Gráfico 1.2 - Atividade empreendedora em estágio estabelecido (TEE) segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxas (%) − Grupo de países − 2013 30

Gráfico 1.3 - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendimento (TEA e TEE): taxas – Brasil – 2002:2013 ...31

Gráfico 1.4 - Atividade empreendedora segundo o estágio do empreendimento: taxas – Regiões brasileiras – 2012-2013 32

Gráfico 1.5 - Oportunidade como percentual da TEA segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxa − Grupo de países − 2013 ... .32

Gráfico 1.6 - Evolução da oportunidade como percentual TEA - Brasil - 2002:2013.....33

Gráfico 1.7 - Oportunidade como percentual da TEA - Regiões brasileiras - 2012:2013..34

Gráfico 7.1 - Investidores informais segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxa − Grupo de países − 2013 91

AGRADECIMENTOS

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2014, está completando 15 anos, como o maior projeto mundial de pesquisa sobre o empreendedorismo. Nesse momento poderíamos metaforizar e, adequadamente, comemorar a transição do GEM da adolescência para a idade adulta, cumprindo uma trajetória de muitas conquistas, mas ainda com muitos desafios pela frente. Por outro lado, ainda mais pertinente, podemos avaliar o GEM a partir dos próprios conceitos por ele desenvolvidos e afirmar que este se trata hoje de um empreendimento estabelecido, que sobreviveu com sucesso ao seu processo de criação e manutenção e que vem agregando, a cada novo ciclo, valor em termos de conhecimento e resultados.

No Brasil, temos a satisfação de participar desse projeto desde o ano 2000 e, junto com os mais de oitenta países, consolidamos esse valioso acervo com detalhes sobre o comportamento do empreendedor nos países. Informações que avaliam o processo empreendedor e suas características tem gerado dados que revelam tendências econômicas e sociais determinantes para a tomada de decisões.

A pesquisa GEM é referência internacional, já tendo influenciado conceitos sobre empreendedorismo no Brasil e no mundo. Derrubou mitos em relação ao empreendedorismo e se tornou um balizador presente em qualquer evento, pois é ponto de partida em discursos sobre o tema em praticamente todos os segmentos socioeconômicos.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), como instituição executora do Projeto GEM Brasil, tem envidado esforços para que a pesquisa amplie o espaço conquistado em âmbito nacional e mundial. Para isso, desde o início, a parceria com o SEBRAE tem sido imprescindível, parceiro este que não só compartilha a realização da pesquisa como também é a principal instituição na utilização dos resultados como subsídios para a sua ação.

Nosso reconhecimento aos parceiros técnicos do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da FGV-EAESP assim como à Agência de Inovação da UFPR, cuja participação no desenvolvimento e revisão das análises tem dado densidade e corpo aos conteúdos publicados. Ao TECPAR por disponibilizar seus técnicos para realização da pesquisa com especialistas no país.

Um agradecimento especial aos professores, cientistas, especialistas, mestres, doutores, e demais pesquisadores brasileiros que, ao utilizar os resultados da pesquisa, auxiliam no desenvolvimento do estudo sobre o empreendedorismo no Brasil, bem como aos colaboradores do IBQP e equipe do projeto GEM, pelo trabalho incansável e competência.

Por fim, saliento a importância dos empreendedores, que ao concentrarem esforços direcionados a superação dos desafios do mundo globalizado, procurando sempre dar o seu melhor, desempenham um papel fundamental na melhoria da qualidade de vida de toda população brasileira.

Sandro Nelson Vieira
Diretor-presidente do IBQP

PREFÁCIO

O ambiente de negócios no Brasil melhorou muito na última década e hoje o empreendedorismo é uma opção real de ocupação e renda para milhões de pessoas. Avançamos ao criar e sancionar uma legislação que dá preferência e um tratamento tributário diferenciado às micro e pequenas empresas, que representam 99% das empresas nacionais. O fortalecimento do nosso mercado interno consumidor, que ultrapassou a marca de 100 milhões de pessoas, e ainda, o aumento da escolaridade dos empresários brasileiros, também contribuíram para construir esse cenário mais favorável para empreender no país.

Abrir a empresa, ganhar clientela e sobreviver diante de um mercado cada vez mais competitivo e globalizado ainda é uma tarefa difícil, mas sempre há espaço para vencer os obstáculos e ter seu próprio negócio. Dados revelados pelo Sebrae, a partir da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2013, mostram que a cada 100 brasileiros que começam um negócio próprio no Brasil, 71 são motivados por uma oportunidade de negócios e não pela necessidade.

Esse é o melhor índice já registrado desde o início da pesquisa, há 12 anos. Em 2002, apenas 42% das pessoas abria uma empresa por identificar demanda no mercado, enquanto os demais tinham o empreendedorismo como única opção, por não encontrar alternativas no mercado de trabalho.

A pesquisa GEM mostra que ter seu próprio negócio é um dos três principais sonhos do brasileiro, atrás apenas de comprar a casa própria e viajar pelo Brasil. Fazer carreira em uma empresa vem em oitavo lugar entre os desejos dos entrevistados. A maioria dos entrevistados afirma não ter medo de fracassar, o que é positivo, mas para ter sucesso o empreendedor também precisa investir na sua capacitação e buscar um diferencial para seus produtos e serviços.

O perfil do empreendedor brasileiro é hoje mais escolarizado e também mais jovem. De acordo com a pesquisa, 50% dos empreendedores com até três anos e meio de atividade têm entre 18 e 34 anos, enquanto nas empresas que estão há mais tempo no mercado apenas 25% são dessa faixa etária.

Outro fator interessante é que as mulheres estão comandando a abertura de novos negócios no Brasil. A pesquisa mostra que 52% dos novos empreendedores – aqueles com menos de três anos e meio de atividade – são mulheres. A força empreendedora feminina é maioria em quatro das cinco regiões brasileiras. Apenas no Nordeste elas ainda não ultrapassaram os homens, mas estão quase lá, com aproximadamente 49% de participação entre os novos empresários.

Os resultados da pesquisa GEM 2013 indicam a vitalidade do empreendedorismo no país mesmo em um período de pleno emprego. A perspectiva é de que os pequenos negócios continuem em uma trajetória de crescimento, já que o mercado interno brasileiro ainda oferece muitas oportunidades de negócios, seja para a classe média, em expansão, seja para segmentos específicos de mercado.

Luiz Barreto
Presidente do Sebrae Nacional

INTRODUÇÃO

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e o apoio técnico do FGVCENN – Centro de Empreendedorismo da Fundação Getulio Vargas, apresenta, por meio dessa publicação, os resultados da Pesquisa GEM Brasil para o ano de 2013. O GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* iniciou-se em 1999, fruto de uma parceria entre Babson College e London Business School. Em 2013 participaram do GEM 69[1] países, dos cinco continentes, consolidando-se como uma fonte única de informações sobre empreendedorismo para pesquisadores do tema.

O Brasil vem participando da pesquisa GEM há 14 anos, gerando um material muito rico para subsidiar as análises produzidas. Tais análises vem se aperfeiçoando ano a ano, experimentando a investigação de novos temas, novos indicadores, participação de um maior número de analistas, entre outros.

Nos anos recentes o perfil do empreendedor brasileiro tem se alterado significativamente. O Brasil experimentou uma transição de um número maior de empreendedores por necessidade para uma maioria de empreendedores que encontra oportunidades de negócio antes de iniciar um empreendimento. Estas mudanças estão relacionadas com os cenários macroeconômico e social delineados no Brasil desde o início do Século XXI. O crescimento da economia brasileira, a expansão do emprego, a expressiva redução da taxa de desocupação, a melhoria dos rendimentos e um maior acesso ao crédito, dentre outros fatores, contribuíram para a expansão do mercado interno de consumo de massa, abrindo oportunidades de empreendimentos das mais variadas naturezas.

Em 2013, o cenário ainda é de expansão do mercado interno, embora com um menor ritmo, de continuidade de baixas taxas de desocupação - próximas a 5% em relação à PEA[2] de pessoas de 10 anos ou mais - e com uma previsão de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) de 1,9%, de acordo com o boletim Focus, divulgado pelo Banco Central no dia 31 de janeiro de 2014. Assim, embora a economia brasileira já não apresente o ritmo observado entre 2003 e 2008, quando cresceu cerca de 4% ao ano, o cenário ainda é relativamente favorável à criação de novos empreendimentos.

Tal cenário acabou refletindo nos resultados obtidos pela pesquisa GEM Brasil, a qual verificou um aumento da taxa de empreendedorismo em 2013, conforme pode ser constatado nos capítulos subsequentes deste documento.

O GEM avalia o empreendedorismo segundo as etapas do processo empreendedor, que vão desde o momento em que os indivíduos expressam a intenção de iniciar um empreendimento até a criação e manutenção desse empreendimento em suas fases iniciais ou quando este já é considerado estabelecido (Figura I.1).[3] Por meio de medidas estatísticas, os resultados possibilitam conclusões sobre a intensidade da atividade empreendedora em cada país, assim como as características dos empreendedores e dos empreendimentos.

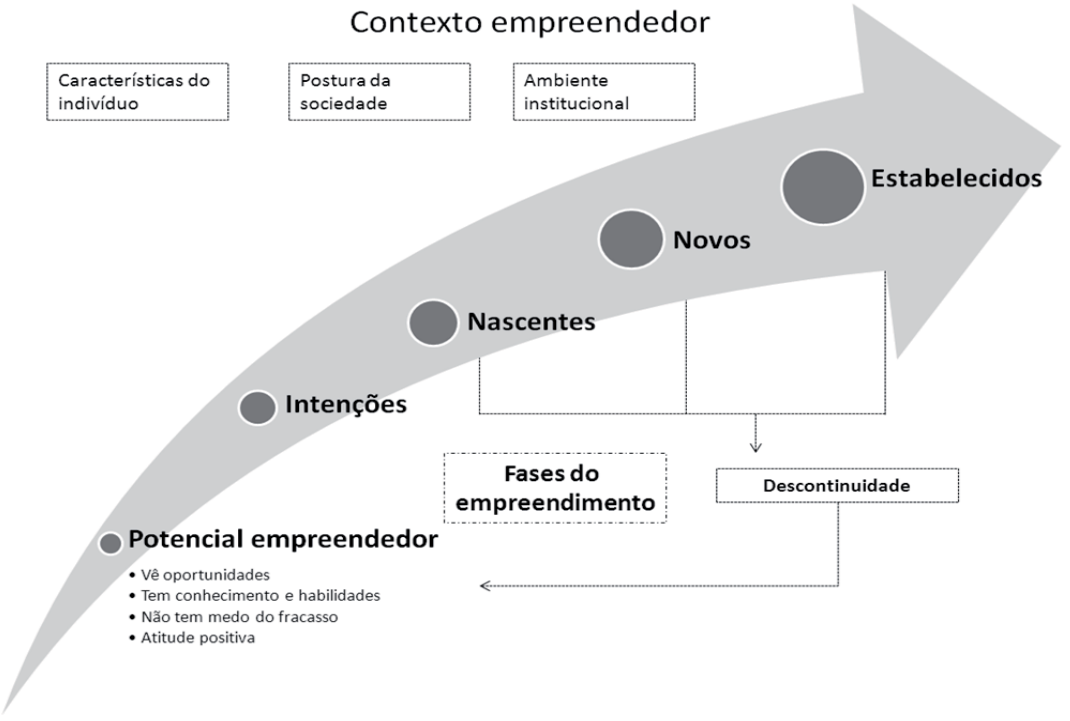
1 Apenas 67 tem os resultados divulgados nessa publicação.

2 PEA – população economicamente ativa.

3 Detalhes no Apêndice 1.

Também são utilizadas abordagens qualitativas que fornecem elementos para se traçar o ambiente que abriga a atividade empreendedora em cada país em seus aspectos social, econômico, político e institucional.

Figura I1: O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM



Para efeitos de comparação, mantendo a linha de análise dos últimos anos, o GEM agrupa as economias dos países participantes em três níveis[4]: países impulsionados por fatores, países impulsionados pela eficiência e países impulsionados pela inovação. Nas economias impulsionadas por fatores predominam atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais. As economias impulsionadas pela eficiência são caracterizadas pelo avanço da industrialização e pelos ganhos em economias de escala, com predominância de grandes organizações intensivas em capital. No caso dos países mais avançados, os negócios são mais intensivos em conhecimento e o setor de serviços se expande e se moderniza, caracterizando as economias impulsionadas pela inovação (Quadro I.1).

Em determinadas partes do documento, procedeu-se a comparação do Brasil com alguns países de referência, a saber: Estados Unidos, Alemanha, México, China e Índia. Tais países foram escolhidos por se enquadrarem em alguns critérios definidos pela equipe técnica da pesquisa: a) mais de 80 milhões de habitantes, para que o tamanho da população dos países comparados não fosse muito distinto do tamanho da população brasileira; b) em diferentes níveis de desenvolvimento econômico, ou seja, classificados em países impulsionados pela eficiência (China e México), países impulsionados pela inovação (Alemanha e Estados Unidos) e países impulsionados por fatores (Índia); c) países com PIB cuja ordem de grandeza não fosse muito diferente do PIB brasileiro; d) países localizados em diferentes continentes; e e) países que

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

não tivessem TEAs muito discrepantes, ou seja, com TEAs muito acima ou muito abaixo da média do conjunto geral de informações da TEA.

amostra dos 10.000 entrevistados da população brasileira de 18 a 64 anos, os dados constantes da Tabela I.1 possibilitam concluir sobre a real represen-

Quadro I.1 - Classificação dos países participantes segundo a fase do desenvolvimento econômico – 2013

Países impulsionados por fatores (13)	Países impulsionados pela eficiência (28)	Países impulsionados pela inovação (26)
Algéria	África do Sul	Alemanha
Angola	Argentina	Bélgica
Botswana	Bósnia	Canadá
Filipinas	Brasil	Coréia do Sul
Gana	Chile	Eslovênia
Índia	China	Espanha
Irã	Colômbia	Estados Unidos
Líbia	Croácia	Finlândia
Malawi	Equador	França
Nigéria	Eslováquia	Grécia
Uganda	Estônia	Holanda
Vietnam	Guatemala	Irlanda
Zâmbia	Hungria	Israel
	Indonésia	Itália
	Jamaica	Japão
	Letônia	Luxemburgo
	Lituânia	Noruega
	Macedônia	Porto Rico
	Malásia	Portugal
	México	Reino Unido
	Panamá	República Tcheca
	Peru	Singapura
	Polônia	Suécia
	Romênia	Suíça
	Rússia	Taiwan
	Suriname	Trinidad & Tobago
	Tailândia	
	Uruguai	

Fonte: GEM 2013

Em 2013, foram entrevistados no Brasil 10.000 adultos de 18 a 64 anos, sendo 2.000 por região do país (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul), selecionados conforme procedimentos estatísticos que garantem a representatividade da população tanto para as regiões brasileiras quanto para o Brasil. Além disso, foram entrevistados 85 profissionais de diversos segmentos da sociedade brasileira, cujas atividades relacionam-se, de alguma forma, a fatores que interferem na dinâmica empreendedora, os quais relataram sua visão sobre as condições para empreender no Brasil.

Com relação à composição da

tatividade desta ao se considerar a população brasileira.

Observa-se que a distribuição da população, segundo gênero, indica que a participação feminina é pouco maior do que a masculina, à semelhança do observado na população brasileira, conforme levantamento realizado pelo Censo Demográfico de 2010 (IBGE).

Quanto às faixas de renda, destacam-se as disparidades regionais. A proporção amostral de pessoas na faixa de renda de menos de 3 salários mínimos é de 75,7% no Nordeste, enquanto que no Sul este percentual é de 61,6%.

Em 2013 foi incluída mais uma

Tabela I.1 - Distribuição da amostra segundo características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população de 18-64 anos					
Gênero						
Masculino	48,1	49,6	47,5	48,4	48,0	48,6
Feminino	51,9	50,4	52,5	51,6	52,0	51,4
Faixa etária						
18-24 anos	18,3	21,8	19,7	18,6	17,1	17,3
25-34 anos	26,1	28,3	27,3	27,4	25,6	24,3
35-44 anos	22,5	22,8	22,4	23,1	22,5	21,9
45-54 anos	19,4	16,7	18,3	18,4	20,1	21,2
55-64 anos	13,7	10,4	12,4	12,5	14,8	15,3
Nível de escolaridade						
Menor que seugundo grau completo	51,9	54,6	47,0	56,8	52,3	55,1
Segundo grau completo	32,7	32,0	37,9	26,2	32,7	27,2
Maior que segundo grau completo	15,4	13,4	15,0	17,0	14,9	17,6
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	64,4	75,7	72,2	67,0	57,7	61,6
De 3 a 6 salários mínimos	27,3	18,6	21,5	24,3	32,2	30,7
Mais de 6 a 9 salários mínimos	4,6	3,2	3,4	4,3	6,0	3,6
Mais de 9 salários mínimos	3,7	2,5	2,9	4,5	4,2	4,1
Tamanho da família						
1 integrante	7,3	5,2	7,0	8,4	7,8	7,1
2 integrantes	18,7	13,8	18,3	20,0	19,1	20,5
3 integrantes	27,2	21,1	27,8	26,2	27,3	29,3
4 integrantes	24,0	23,2	23,6	24,7	24,0	24,7
5 integrantes	12,6	16,1	12,3	12,5	12,7	10,8
6 integrantes	5,4	7,9	5,2	5,3	5,4	4,5
Mais de 6 integrantes	4,8	12,7	5,8	3,0	3,7	3,1

Fonte: GEM Brasil 2013

variável de análise, que é o tamanho da família em termos de número de integrantes.

Também foram levantados dados segundo a cor e raça dos respondentes, utilizando-se para isto os critérios adotados pelo IBGE. Segundo o Censo 2010 do IBGE, 47% da população brasileira se declara de cor branca. Como pode ser observado na Tabela I.2, o percentual de pessoas que se declararam brancas na amostra do GEM é muito próximo ao IBGE, 45%. Os percentuais referentes às pessoas de cor parda também são semelhantes: 42,6% na amostra e 43,1% no Censo Demográfico.

Por fim é importante notar que a população autóctone perfaz aproximadamente 60% da população brasileira. Segundo a Tabela I.3, no Nordeste 67,1% dos habitantes afirmam ter nascido na mesma cidade em que vivem, maior percentual entre as regiões do país. A taxa mais baixa está no Centro-Oeste, onde a maioria, 52,9%, migraram para a cidade onde estão vivendo no momento da pesquisa, seguido do Norte do país, onde 48,5% vieram de outras localidades. Isto é

Tabela I.2 - Distribuição da amostra segundo a cor – Brasil e regiões – 2013

Cor	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população de 18-64 anos					
Branca	45,0	20,5	28,3	49,9	50,5	69,1
Preta	10,9	9,8	11,6	9,8	12,4	6,5
Parda	42,6	66,8	58,4	38,6	35,8	23,4
outros	1,5	2,9	1,7	1,7	1,3	0,9

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela I.3 - Distribuição da amostra segundo a origem do indivíduo – Brasil e regiões – 2013

Estado ou país de origem do empreendedor	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população de 18-64 anos					
Natural da cidade	59,8	51,5	67,1	47,1	59,0	60,3
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	25,2	24,1	26,5	20,3	24,2	29,2
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	14,9	24,3	6,4	32,6	16,8	10,5
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	26,1	33,8	23,1	41,5	24,4	24,6

Fonte: GEM Brasil 2013

reflexo do passado recente do país, onde regiões relativamente menos desenvolvidas passaram a ser atrativas graças ao seu intenso desenvolvimento econômico e social das últimas décadas.

Este documento está estruturado em 8 capítulos, além desta introdução. O capítulo 1 apresenta a atividade empreendedora no mundo e no Brasil em 2013, relacionando as taxas de empreendedores iniciais e estabelecidos (TEAs e TEEs). O capítulo 2 apresenta as taxas específicas de empreendedores segundo variáveis socioeconômicas. O capítulo 3 mostra o perfil dos empreendedores considerados na pesquisa. O capítulo 4 discute as características dos empreendimentos. O capítulo 5 trata da mentalidade empreendedora da população, além de descrever os potenciais empreendedores. O capítulo 6 trata da busca por órgãos de apoio para iniciar novos empreendimentos no país. O capítulo 7, aborda a questão do investidor informal. Finalmente, o capítulo 8 retrata as condições para empreender no Brasil, tendo como base a pesquisa com especialistas.

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 01

ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL EM 2013

1

ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO MUNDO E NO BRASIL EM 2013

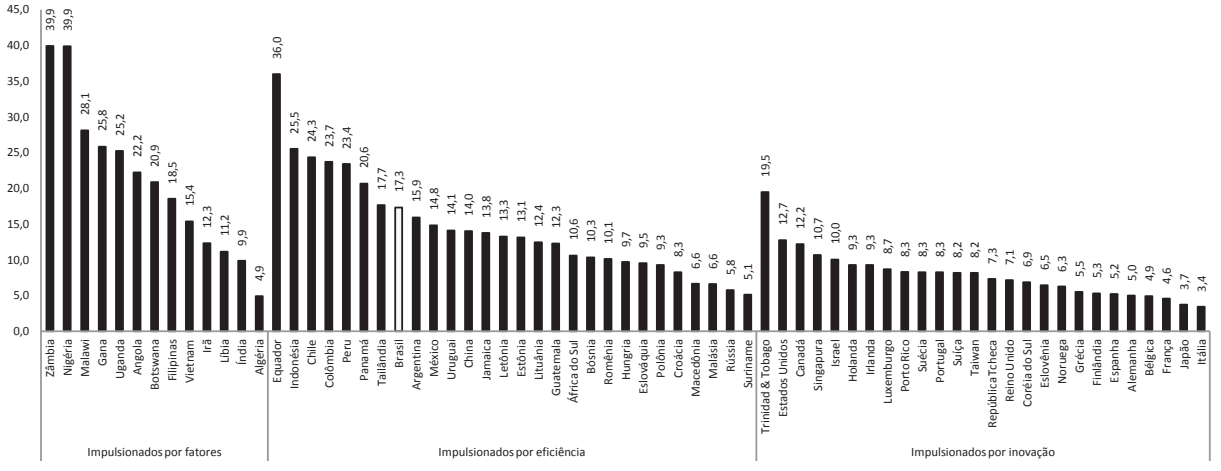
O empreendedorismo vem tendo cada vez mais presença no Brasil e no mundo. Tendências de flexibilização do mercado de trabalho, padrões tecnológicos exigentes de menor densidade de capital e escala e busca de alternativas por melhores condições de vida são alguns dos fatores que explicam essa maior presença. Este capítulo analisa as taxas de empreendedorismo no Brasil e no mundo.

1.1 Taxas gerais de empreendedorismo no mundo, no Brasil e nas regiões brasileiras.

Segundo a pesquisa GEM, os empreendedores são classificados como iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos. Os **empreendedores nascentes** estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual serão proprietários, mas que ainda não pagou salários, *pró-labores* ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Já os **empreendedores novos** administram um novo negócio do qual são proprietários, negócio este que pagou salários, *pró-labores* ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três e menos de 42 meses. Esses dois tipos de empreendedores são considerados empreendedores iniciais ou em estágio inicial. Os **empreendedores estabelecidos** administram e são proprietários de um negócio estabelecido, que pagou salários, *pró-labores* ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses (3,5 anos)[5].

De acordo com o Gráfico 1.1, que apresenta a taxa de empreendedores iniciais ou em estágio inicial (TEA) segundo níveis de desenvolvimento do país, o Brasil está no oitavo lugar no ranking

Gráfico 1.1 - Atividade empreendedora em estágio inicial (TEA) segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxas (%) – Grupo de países – 2013



Fonte: GEM 2013

5 Em todos os casos, o período de referência é o ano anterior (últimos doze meses) à aplicação da pesquisa. No caso do GEM 2013, como a pesquisa é aplicada entre abril e julho de 2013, o período considerado é de maio de 2012 a julho de 2013.

dos 28 países de economias impulsionadas pela eficiência, com uma TEA equivalente a 17,3%. Isto significa que, a cada 100 brasileiros, 17 estão envolvidos com uma atividade empreendedora há menos de 42 meses. Neste grupo, a posição do Brasil só não é melhor que a do Equador (36%), Indonésia (25,5%), Chile (24,3%), Colômbia (23,7%), Peru (23,4%), Panamá (20,6%) e Tailândia (17,7%).

Dentre todos os países pesquisados pelo GEM, Zâmbia e Nigéria apresentam maiores TEAs. Estes países estão localizados na África subsaariana e possuem IDH baixo, de acordo com o Ranking do IDH de 2012[6]. A Zâmbia tem o IDH 0,448 e a Nigéria vem um pouco à frente, com 0,471, na posição 153 de um total de 186 países. Estas economias são marcadas pela agricultura de subsistência e pela exploração do petróleo, respectivamente, o que pode ser um indicador de que grande parte da população é impelida a empreender por falta de opção de trabalho e renda.

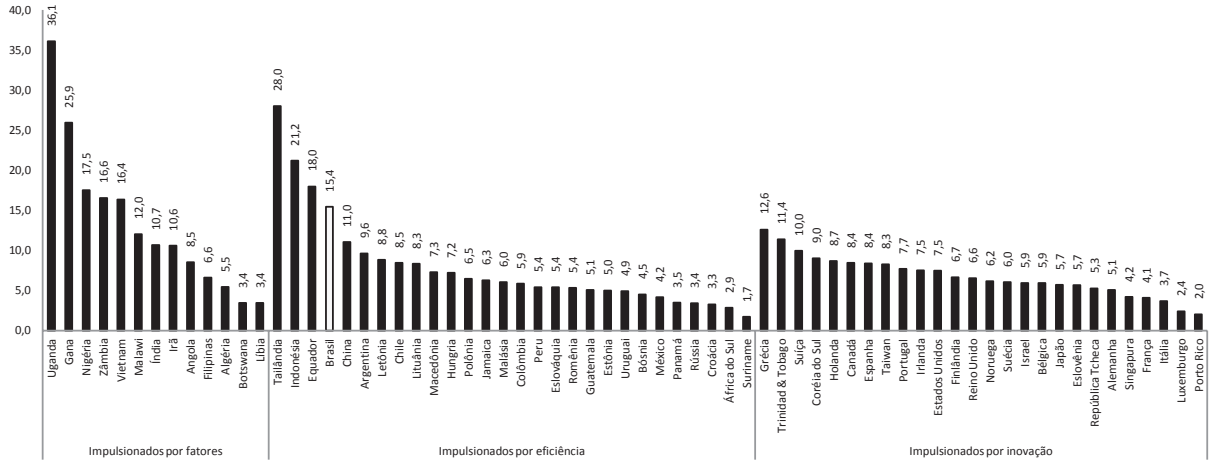
Os países impulsionados pela inovação apresentam uma TEA relativamente mais baixa, sendo liderados por Trinidad e Tobago, com 19,5% e Estados Unidos, com 12,7%, corroborando a percepção de que nas economias mais desenvolvidas é menor a necessidade de se iniciar negócios para garantia da sobrevivência, o que tende a elevar expressivamente a TEA dos demais países. Este resultado está alinhado com dados relatados em edições anteriores do GEM, sendo que TEA (em geral) tende a declinar com níveis crescentes de PIB per capita.

Quando é observada a TEE (empreendedores estabelecidos), conforme consta no Gráfico 1.2, o Brasil está na quarta colocação dos países impulsionados pela eficiência, com 15,4%, logo após Tailândia, Indonésia e Equador, com 28%, 21,2% e 18% respectivamente. Os países de menor TEE são África do Sul e Suriname, onde apenas 1,7% da população declarou estar gerindo uma empresa com mais de 42 meses.

No conjunto dos países impulsionados por fatores, Uganda possui a TEE mais elevada, onde 36,1% da amostra declarou estar gerindo um negócio com mais de 42 meses.

A taxa de empreendedorismo em estágio estabelecido se mantém, na mé-

Gráfico 1.2 - Atividade empreendedora em estágio estabelecido (TEE) segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxas (%) – Grupo de países – 2013



Fonte: GEM 2013

6 Disponível em http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDH-Global-2012.aspx

dia, mais baixa nos países impulsionados por inovação. A Grécia desponta com 12,6%, seguida de Trinidad e Tobago, com 11,4%. Nas últimas posições estão Luxemburgo, com 2,4% e Porto Rico, com 2%. Luxemburgo é conhecido como um dos paraísos fiscais da Europa, onde grandes empresas e bancos localizam suas sedes e escritórios.

Transformando as taxas encontradas para o Brasil em números absolutos, pode-se estimar que, em 2013, cerca de 21 milhões de indivíduos estavam envolvidos na criação ou administração de um negócio em estágio inicial (nascente ou novo) e cerca de 19 milhões eram proprietários ou administravam algum negócio com mais de 42 meses de existência e, portanto, na condição de empreendedores estabelecidos.

Os dados do Gráfico 1.3 permitem a avaliação da evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil ao longo de 12 anos, segundo o estágio do empreendimento.

Desde os primeiros anos de realização do GEM no Brasil, a taxa de empreendedores iniciais tem estado acima dos 10%. Os anos de 2010 e 2013 apresentam as TEAs mais elevadas: 17,5% e 17,3%, respectivamente. As taxas dos últimos seis anos confirmam o aumento da importância do empreendedorismo, já mencionada anteriormente, com um aumento consistente em relação aos primeiros anos da série, nos quais a TEA foi cerca de 13,5%.

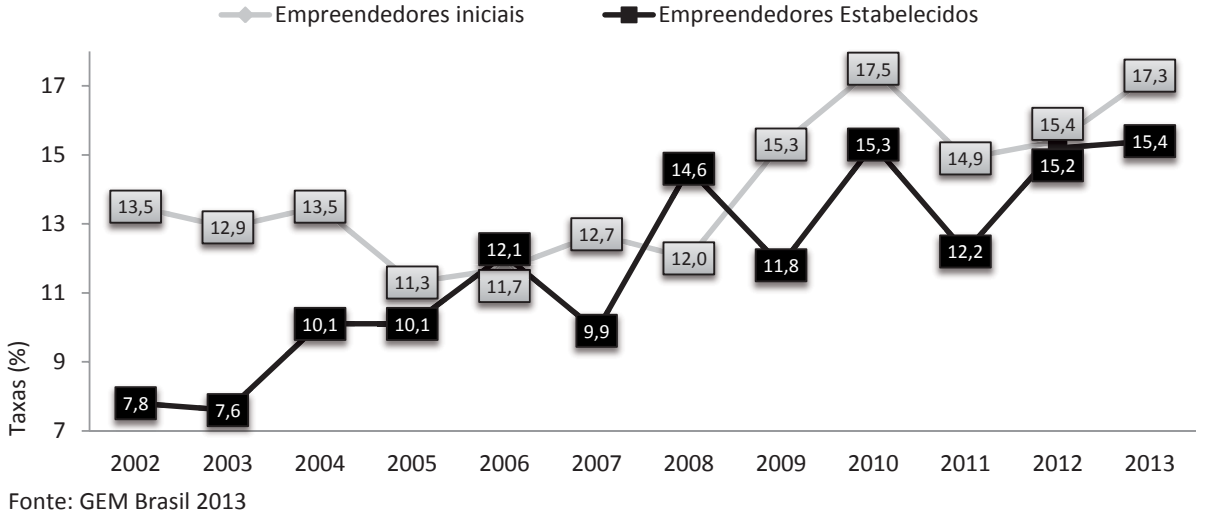
Para os empreendedores estabelecidos a tendência observada é também de aumento da TEE. Essa taxa era de 7,8% em 2002, atingindo seu ápice em 2013, com 15,4%, ou seja, quase dobrando o percentual de empreendedores esta belecidos, no período de uma década.

No Gráfico 1.4, ao se avaliar as cinco regiões brasileiras, constata-se que, de 2012 para 2013, a taxa total de empreendedores (TTE) cresceu nas regiões Centro-Oeste e Sudeste e diminuiu no Norte, Nordeste e Sul.

O aumento observado na região Centro-Oeste foi devido principalmente à taxa de empreendedores estabelecidos (TEE), enquanto na região Sudeste esse aumento ocorreu entre os empreendedores iniciais (TEA).

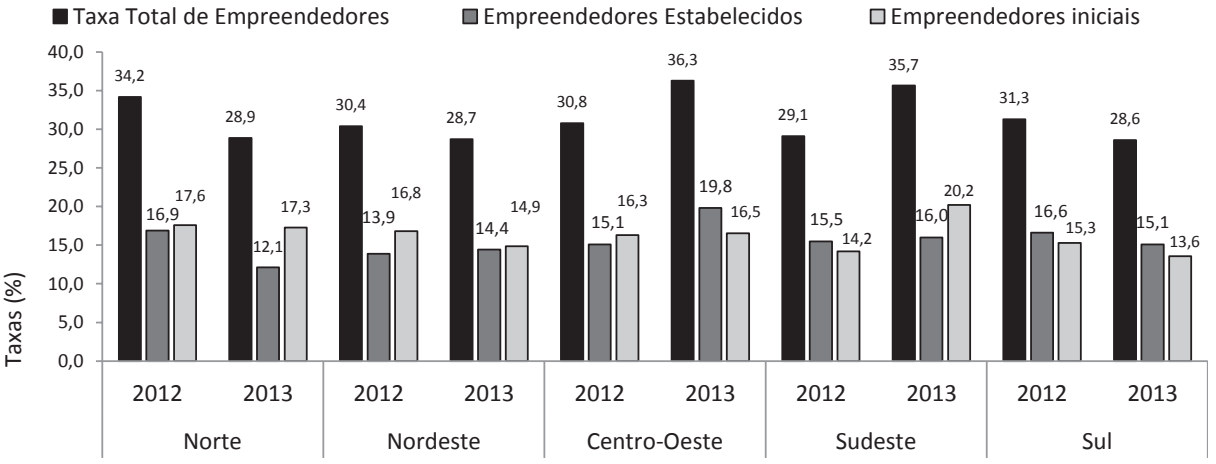
Nas regiões em que ocorreu a redução da taxa total (TTE), as situações também variaram: no Norte, houve uma redução significativa na taxa dos empreendedores estabelecidos (TEE), enquanto a dos iniciais manteve-se estável; no Nordeste a principal redução ocorreu entre os iniciais (TEA); e, no Sul, ambas as taxas reduziram.

Grafico 1.3 - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendimento (TEA e TEE): taxas – Brasil – 2002:2013



Fonte: GEM Brasil 2013

Gráfico 1.4 - Atividade empreendedora segundo o estágio do empreendimento: taxas – Regiões brasileiras – 2012-2013



Fonte: GEM Brasil 2013

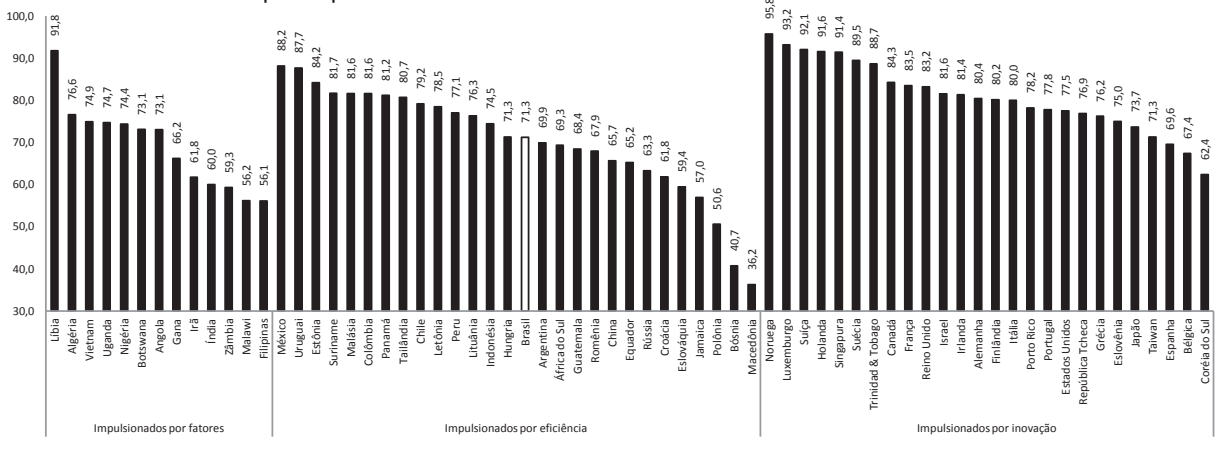
1.2 Motivação dos empreendedores iniciais

Um dos elementos mais importantes do GEM é analisar a motivação do empreendedor para iniciar um negócio. Segundo conceitos que vem sendo adotados na pesquisa, os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Já os empreendedores por oportunidade são os que identificaram uma chance de negócio e decidiram empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda.

No Gráfico 1.1, já descrito no item 1.1, foi possível notar que as mais altas taxas de empreendedorismo tem ocorrido entre as nações onde o desenvolvimento econômico e o IDH são mais baixos. Dessa constatação se depreende que, um alto dinamismo empreendedor pode ser devido às restritas opções de trabalho e renda, levando grande parcela da população de 18 a 64 anos a abrir o próprio negócio para atender às suas necessidades básicas.

Por outro lado, as taxas mais baixas observadas no grupo de países impulsionados pela inovação indicam que,

Gráfico 1.5 - Oportunidade como percentual da TEA segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxa – Grupo de países – 2013



Fonte: GEM 2013

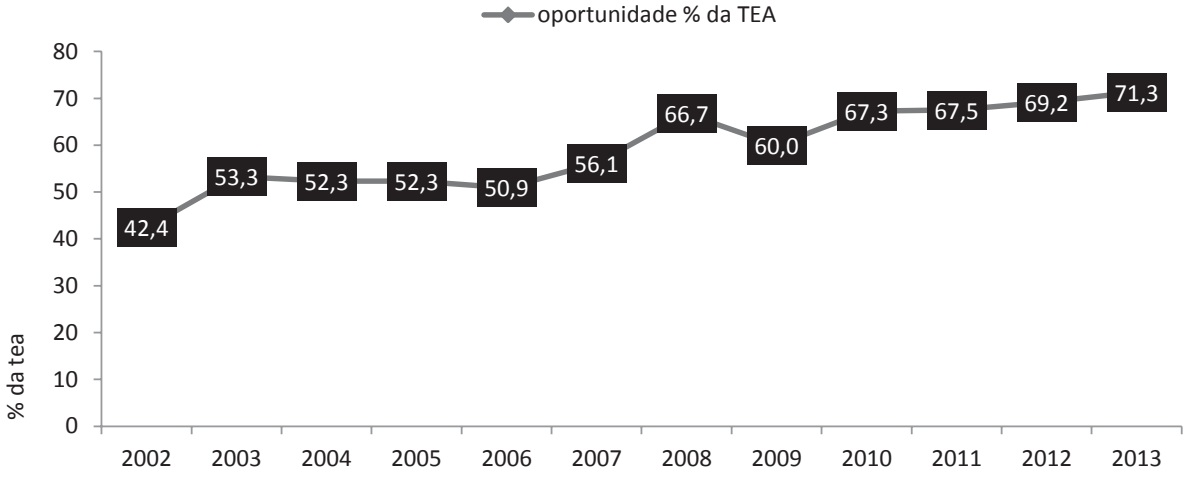
nesses países, os negócios são abertos na medida em que o empreendedor vislumbra uma oportunidade de negócio, dado que a maioria deles possuem outros meios de se sustentar, tais como emprego assalariado ou mesmo ajuda governamental.

No Brasil, em 2013, 71,3% dos empreendedores em estágio inicial relataram ter aberto uma empresa por oportunidade, enquanto nas Filipinas, que têm uma TEA semelhante à do Brasil, apenas 56,1% dos empreendedores afirmaram o mesmo. O restante, 43,9%, teria aberto seus negócios por necessidade. As taxas mais altas de empreendedorismo por oportunidade são encontradas na Noruega, Luxemburgo e Suíça, que são economias altamente desenvolvidas (Gráfico 1.5).

O intenso crescimento observado no Brasil, a partir de meados de 2000, centrado na expansão do mercado interno, abriu espaço para o aumento da parcela da TEA que empreende por oportunidade. Até 2006, essa parcela representava cerca de 50%, aumentou a partir de 2007, quando alcançou 56,1%, chegando a 71,3% em 2013 (Gráfico 1.6).

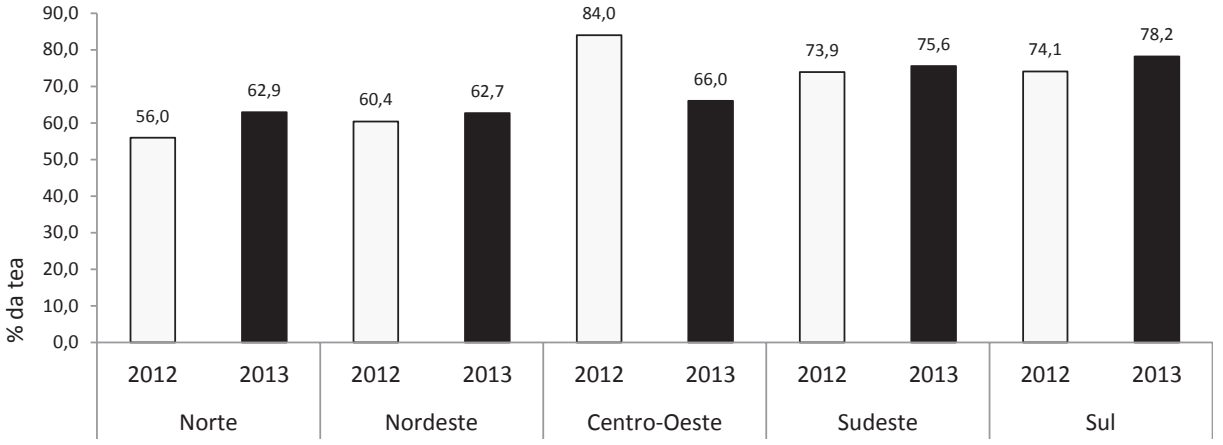
No Gráfico 1.7 são mostrados os resultados do empreendedorismo por oportunidade como percentual da TEA dentre as regiões brasileiras em 2012 e 2013. Observa-se a predominância do empreendedor por oportunidade no Sul e no Sudeste, com 78,2% e 75,6% respectivamente. Norte e Nordeste são as regiões onde há menor incidência, não apenas em 2013, como também 2012.

Gráfico 1.6 - Evolução da oportunidade como percentual TEA - Brasil - 2002:2013



Fonte: GEM Brasil 2013

Gráfico 1.7 - Oportunidade como percentual da TEA - Regiões brasileiras - 2012:2013



Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 02

TAXAS ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORES SEGUNDO VARIAVEIS SOCIOECONÔMICAS

2

TAXAS ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORES SEGUNDO VARIAVEIS SOCIOECONÔMICAS

O relatório GEM 2013 apresenta as taxas específicas de empreendedorismo segundo algumas variáveis. São elas: gênero, faixa etária, escolaridade, renda, tamanho da família e origem do empreendedor. Essas taxas se referem ao percentual de empreendedores em grupos de pessoas com as mesmas características e não em relação ao total da população de 18 a 64 anos. O GEM apresenta essas taxas tanto para empreendedores iniciais, quanto para empreendedores estabelecidos, comparadas aos países selecionados entre os três grupos de estágio de desenvolvimento (Alemanha e EUA, do grupo impulsionado por inovação; China e México, do grupo impulsionado por eficiência; e Índia, do grupo impulsionado por fatores). O GEM indica também os resultados para as regiões brasileiras.

2.1 Gênero

Quando comparado a outros países, uma característica que se destaca no Brasil com relação aos empreendedores iniciais é que as taxa específicas para homens e mulheres são semelhantes, 17,2% e 17,4%, respectivamente. Ou seja, pode-se dizer que a propensão ao empreendedorismo entre homens e mulheres no Brasil é similar. Quando se consideram os outros países, percebe-se que essa propensão é muito maior entre os homens do que entre as mulheres. No caso da Índia, por exemplo, 13,2% dos homens e 6,4% das mulheres são empreendedores em estágio inicial.

Entre os empreendedores estabelecidos, o Brasil segue um padrão que se aproxima dos demais países considerados: a taxa específica entre os homens é superior à das mulheres.

Na Tabela 2.3, onde são consideradas as regiões brasileiras, observa-se que a TEA masculina é superior à feminina apenas nas Regiões Nordeste e Sudeste, sendo inferior nas demais.

Já para os empreendedores estabelecidos, confirma-se uma maior propensão empreendedora entre os homens em todas as cinco regiões brasileiras (Tabela 2.4).

Tabela 2.1 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Países – 2013

Gênero	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população do mesmo gênero					
Masculino	17,2	6,0	15,8	15,1	13,2	16,8
Feminino	17,4	3,9	12,2	10,4	6,4	13,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.2 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero – Países – 2013

Gênero	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população do mesmo gênero					
Masculino	18,6	6,1	14,1	8,5	14,8	5,7
Feminino	12,6	4,0	8,0	6,6	6,3	2,8

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.3 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013

Gênero	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população do mesmo gênero					
Masculino	17,2	15,1	15,9	14,9	20,5	12,0
Feminino	17,4	19,4	13,9	18,1	19,9	15,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.4 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013

Gênero	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população do mesmo gênero					
Masculino	18,6	13,7	17,2	23,0	19,6	18,2
Feminino	12,6	10,6	11,9	16,9	12,7	12,1

Fonte: GEM Brasil 2013

2.2 Faixa etária

A análise da TEA segundo faixas etárias (Tabela 2.5) indica que a maior propensão empreendedora no Brasil ocorre na faixa de 25 a 34 anos: 21,9% dos brasileiros nessas idades são empreendedores. Na Alemanha, China, Índia e México, uma maior propensão empreendedora também foi verificada nessa faixa etária. Nos Estados Unidos, a maior taxa específica de empreendedorismo refere-se à faixa de 35 a 44 anos.

Para os já estabelecidos, de acordo com a Tabela 2.6, nota-se que a maior propensão ocorre em faixas etárias mais elevadas, já que é de se esperar certa correlação entre idade do negócio e idade do empreendedor. No Brasil, Alemanha e México, a maior propensão ocorre na faixa de 45 a 54 anos, na China e Índia na faixa de 35 a 44 anos e nos Estados Unidos na faixa de 55 a 64 anos.

Ao considerar a TEA segundo faixa etária nas regiões brasileiras (Tabela 2.7), apenas a Região Norte não acompanha a TEA do país, já que nesta região a maior taxa específica é a de 35 a 44 anos, superior à do Brasil e demais regiões (25-34 anos). Para os empreendedores estabelecidos, a maior taxa específica de empreendedorismo tanto para o Brasil quanto para as regiões é a

Tabela 2.5 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária – Países – 2013

Faixa etária	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população da mesma faixa etária					
18-24 anos	16,2	3,0	14,3	12,3	7,2	14,8
25-34 anos	21,9	6,8	21,3	14,9	13,7	15,9
35-44 anos	19,9	5,6	16,5	16,5	9,8	15,7
45-54 anos	15,2	6,0	10,5	11,7	8,6	15,9
55-64 anos	8,8	2,7	5,9	7,7	8,1	8,9

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.6 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária – Países – 2013

Faixa etária	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população da mesma faixa etária					
18-24 anos	4,5	0,1	1,7	4,1	4,4	0,7
25-34 anos	11,8	2,1	9,0	4,1	9,0	4,0
35-44 anos	18,9	5,9	16,0	8,1	17,1	5,4
45-54 anos	24,3	7,9	14,9	9,5	15,0	6,1
55-64 anos	18,7	6,6	8,7	10,8	9,3	6,0

Fonte: GEM Brasil 2013

faixa de 45 a 54 anos, exceto na Região Centro-Oeste, onde a faixa com maior TEE é a de 55 a 64 anos (Tabela 2.8).

2.3 Escolaridade

Nas Tabelas 2.9 e 2.10 são apresentadas as TEAs segundo o grau de escolaridade do Brasil e dos cinco países. Para as análise são adotadas 4 faixas de escolaridade que permitem a comparação entre os países, pois as classificações dos níveis de escolaridade e respectivas nomenclaturas variam de país para país. Assim, para a equivalência dessas classificações com a nomenclatura brasileira as faixas são as seguintes: (i) faixa 1 - inclui "nenhuma educação formal", o primeiro grau incompleto, o primeiro grau completo e o segundo grau incompleto; (ii) faixa 2 - inclui o segundo grau completo e o superior incompleto; (iii) faixa 3 - inclui

Tabela 2.7 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013

Faixa etária	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população da mesma faixa etária					
18-24 anos	16,2	12,9	14,2	17,6	19,3	12,8
25-34 anos	21,9	19,7	18,2	20,7	26,6	16,9
35-44 anos	19,9	20,0	16,0	15,8	24,1	16,2
45-54 anos	15,2	18,1	14,7	14,6	15,9	13,4
55-64 anos	8,8	12,8	6,9	10,1	10,1	5,7

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.8 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013

Faixa etária	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população da mesma faixa etária					
18-24 anos	4,5	2,2	3,4	6,2	4,8	6,4
25-34 anos	11,8	7,4	10,6	16,6	12,4	12,7
35-44 anos	18,9	18,1	19,2	23,6	18,8	16,4
45-54 anos	24,3	22,0	24,6	27,3	24,4	23,0
55-64 anos	18,7	16,9	16,6	29,4	19,5	15,7

Fonte: GEM Brasil 2013

o superior completo, as especializações e o mestrado incompleto; e a (iv) faixa 4 - inclui o mestrado completo e o doutorado completo e incompleto.

A análise dessa taxa específica para empreendedores iniciais (Tabela 2.9) revela que em países impulsionados por inovação, como Alemanha e Estados Unidos, a maior propensão ao empreendedorismo inicial encontra-se na faixa 3. Isto também pode ser observado para a China, pertencente ao grupo dos países impulsionados por eficiência. Deste grupo, Brasil, Índia e México apresentam a maior taxa na faixa 2. Vale ressaltar que, dentre os países considerados, o Brasil apresenta também a maior TEA entre as pessoas com grau de escolaridade na faixa 1 (17,0%).

No caso dos empreendedores estabelecidos verifica-se uma maior diversidade nos resultados (Tabela 2.10). No Brasil e no México, a TEE específica mais elevada se verifica na faixa 4 (mestrado completo e doutorado completo e incompleto). Na Alemanha, na faixa 3; na China na faixa 1; nos Estados Unidos nas faixas 3 e 4; e na Índia na faixa 2.

Nas Tabelas 2.11 e 2.12 são comparadas as taxas do Brasil e regiões para os níveis de escolaridade entre os empreendedores novos e estabelecidos.

Como já observado, no Brasil, a maior TEA segundo o nível de escolaridade encontra-se na faixa 2, com 18,0 %. O mesmo pode ser verificado no caso das regiões Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste. Na Região Norte, a faixa 3 apresenta

Tabela 2.9 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo nível de escolaridade – Países – 2013

Nível de escolaridade	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população do mesmo nível de escolaridade					
Faixa 1	17,0	3,3	10,5	9,3	8,0	12,9
Faixa 2	18,0	4,9	14,6	9,3	13,3	17,8
Faixa 3	16,2	6,3	17,1	13,1	8,8	16,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: A Faixa 1 inclui os seguintes níveis: nenhuma educação formal, primeiro grau incompleto, primeiro grau completo e segundo grau incompleto; A Faixa 2 inclui os seguintes níveis: segundo grau completo e superior incompleto; A Faixa 3 inclui os seguintes níveis: superior completo, especializações e mestrado incompleto.

Nota 2: Faixa 4 (mestrado completo e doutorado completo e incompleto) não foi incluída pelo reduzido número de observações na amostra.

Tabela 2.10 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo nível de escolaridade – Países – 2013

Nível de escolaridade	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população do mesmo nível de escolaridade					
Faixa 1	15,7	3,5	14,0	3,0	11,2	3,2
Faixa 2	13,4	4,1	10,2	4,9	11,4	4,9
Faixa 3	12,5	7,9	7,2	8,2	7,5	5,8

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: A Faixa 1 inclui os seguintes níveis: nenhuma educação formal, primeiro grau incompleto, primeiro grau completo e segundo grau incompleto; A Faixa 2 inclui os seguintes níveis: segundo grau completo e superior incompleto; A Faixa 3 inclui os seguintes níveis: superior completo, especializações e mestrado incompleto.

Nota 2: Faixa 4 (mestrado completo e doutorado completo e incompleto) não foi incluída pelo reduzido número de observações na amostra.

Tabela 2.11 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo nível de escolaridade – Brasil e regiões – 2013

Nível de escolaridade	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população do mesmo nível de escolaridade					
Faixa 1	17,0	16,2	13,2	16,1	20,3	14,3
Faixa 2	18,0	18,2	16,6	17,5	20,8	12,3
Faixa 3	16,2	22,1	15,8	14,4	17,7	14,3

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: A Faixa 1 inclui os seguintes níveis: nenhuma educação formal, primeiro grau incompleto, primeiro grau completo e segundo grau incompleto; A Faixa 2 inclui os seguintes níveis: segundo grau completo e superior incompleto; A Faixa 3 inclui os seguintes níveis: superior completo, especializações e mestrado incompleto.

Nota 2: Faixa 4 (mestrado completo e doutorado completo e incompleto) não foi incluída pelo reduzido número de observações na amostra.

Tabela 2.12 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo nível de escolaridade – Brasil e regiões – 2013

Nível de escolaridade	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população do mesmo nível de escolaridade					
Faixa 1	15,7	13,8	16,5	22,1	18,1	16,3
Faixa 2	13,4	10,7	13,0	17,2	13,5	13,6
Faixa 3	12,5	5,9	10,6	15,7	13,6	13,2

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota 1: A Faixa 1 inclui os seguintes níveis: nenhuma educação formal, primeiro grau incompleto, primeiro grau completo e segundo grau incompleto; A Faixa 2 inclui os seguintes níveis: segundo grau completo e superior incompleto; A Faixa 3 inclui os seguintes níveis: superior completo, especializações e mestrado incompleto.

Nota 2: Faixa 4 (mestrado completo e doutorado completo e incompleto) não foi incluída pelo reduzido número de observações na amostra.

maior propensão ao empreendedorismo inicial. E na Região Sul, é essa a faixa que apresenta a menor taxa.

Para os empreendedores estabelecidos (Tabela 2.12), todas as regiões apresentam o mesmo comportamento do Brasil, com a maior dinâmica na faixa 1.

2.4 Renda familiar

A Tabela 2.13 apresenta a TEA para três grupos de faixas de renda dos países: (i) grupo na faixa renda mais baixa; (ii) grupo na faixa de renda intermediária; e (iv) grupo com faixa de renda mais alta. Como pode ser observado, no caso do Brasil, a taxa de empreendedorismo específica dessas três faixas apresenta pouca variação, com um viés para aque-

Tabela 2.13 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda – Países – 2013

Faixa de renda	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população da mesma faixa de renda					
33% mais baixa	14,8	3,1	8,0	7,3	6,3	5,1
33% intermediária	12,4	3,8	10,6	8,6	6,8	10,1
33% mais alta	15,9	2,4	18,5	10,4	13,2	11,7

Fonte: GEM Brasil 2013

las de renda mais baixa e mais alta. Este padrão não se repete nos outros países. Na Índia, China, EUA e México, a maior taxa específica ocorre na faixa de renda mais alta. Na Alemanha, essa taxa se refere à faixa intermediária. Em relação aos empreendedores estabelecidos, a maior TEE específica ocorre na faixa mais alta em todos os países, com exceção da Índia, cuja maior taxa é a da faixa intermediária (Tabela 2.14).

mínimo.

Como pode ser observado, tanto no Brasil quanto nas regiões, a faixa de maior propensão ao empreendedorismo inicial é a de 6 a 9 salários mínimos, com exceção da região Centro-Oeste, onde a maior taxa específica encontra-se na faixa mais de 9 salários mínimos. Entre os empreendedores estabelecidos (Tabela 2.16), no Brasil e nas regiões Norte, Centro-Oeste e Sudeste a taxa

Tabela 2.14 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda – Países – 2013

Faixa de renda	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população da mesma faixa de renda					
33% mais baixa	9,8	1,7	9,2	2,5	10,2	1,1
33% intermediária	13,4	3,0	8,3	3,4	11,7	2,1
33% mais alta	15,2	5,2	12,7	7,8	7,5	3,8

Fonte: GEM Brasil 2013

Nas tabelas 2.15 e 2.16, visando a comparação entre o Brasil e suas regiões, a renda é especificada segundo 4 faixas, definidas em relação ao salário

mais elevada é a de mais de 9 salários mínimos; no caso das regiões Nordeste e Sul, essa taxa encontra-se na faixa de 6 a 9 salários mínimos.

Tabela 2.15 - Taxas específicas dos Empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013

Faixa de renda	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população da mesma faixa de renda					
Menos de 3 salários mínimos	16,8	16,8	13,6	15,6	20,9	12,9
3 a 6 salários mínimos	18,3	17,7	18,4	19,1	19,4	14,6
6 a 9 salários mínimos	22,6	29,7	22,5	13,2	24,5	15,6
Mais de 9 salários mínimos	18,8	15,1	10,8	27,0	23,6	11,7

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.16 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013

Faixa de renda	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população da mesma faixa de renda					
Menos de 3 salários mínimos	13,6	10,2	13,5	18,2	13,8	13,1
3 a 6 salários mínimos	17,9	16,2	16,6	22,5	18,3	17,3
6 a 9 salários mínimos	18,2	19,6	18,6	20,7	16,7	23,0
Mais de 9 salários mínimos	19,6	25,6	14,2	22,7	21,5	17,3

Fonte: GEM Brasil 2013

2.5 Tamanho da Família

Em relação ao tamanho das famílias dos empreendedores iniciais, no Brasil, a maior propensão a empreender ocorre em famílias de 6 pessoas. Nas regiões Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste, este fato se repete. Na região Norte, a maior TEA específica se verifica nas famílias com apenas 1 pessoa e, na região Sul, nas famílias de 3 pessoas (Tabela 2.17).

Já no caso dos empreendedores estabelecidos, a maior taxa refere-se às famílias de apenas uma pessoa, exceto na região Centro-Oeste, onde essa taxa é a das famílias com 6 pessoas (Tabela 2.18).

2.6 Origem

As Tabelas 2.19 e 2.20 indicam a TEA e a TEE segundo a origem do empreendedor. Verifica-se que, entre os empreendedores iniciais, as maiores taxas são relativas aos empreendedores naturais do próprio Estado, tanto para o Brasil quanto para as regiões Norte, Centro-Oeste e Sudeste. Nas regiões Nordeste e Sul, as maiores taxas podem ser observadas entre aqueles que já moraram em outro Estado ou em outro país.

Entre os empreendedores estabelecidos, a maior taxa, no Brasil e nas suas regiões, refere-se a pessoas naturais de outro Estado, exceto para a região Sul, cuja maior taxa é a de naturais do próprio Estado.

Tabela 2.17 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013

Tamanho da família	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população do mesmo tamanho da família					
Apenas 1 pessoa	16,4	24,8	11,1	14,2	20,6	10,6
2 pessoas	16,9	19,3	16,4	16,9	18,6	12,4
3 pessoas	17,9	17,7	13,7	17,3	20,9	17,0
4 pessoas	17,1	14,8	16,3	16,5	19,7	12,7
5 pessoas	16,0	16,9	14,0	15,4	18,0	12,4
6 pessoas	20,3	16,3	17,9	19,8	25,7	10,5
Mais de 6 pessoas	17,3	16,9	14,1	12,0	23,5	9,9

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.18 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013

Tamanho da família	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população do mesmo tamanho da família					
Apenas 1 pessoa	19,7	21,0	22,6	18,7	18,5	18,8
2 pessoas	13,9	11,9	12,8	20,1	13,8	13,8
3 pessoas	14,8	11,2	13,9	19,3	15,2	14,4
4 pessoas	16,3	12,7	14,7	21,3	16,8	16,9
5 pessoas	15,1	12,5	11,7	17,0	17,6	14,6
6 pessoas	16,3	12,7	18,7	18,5	16,0	14,2
Mais de 6 pessoas	13,9	9,0	13,1	29,1	16,1	11,8

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.19 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013

Estado ou país de origem do empreendedor	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população da mesma origem					
Natural da cidade	16,6	15,5	14,5	15,7	19,7	12,7
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	18,7	22,2	16,0	19,5	21,3	14,8
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	17,7	16,2	13,8	15,8	20,2	14,7
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	17,6	17,4	17,0	16,9	18,4	17,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 2.20 - Taxas específicas dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013

Estado ou país de origem do empreendedor	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população da mesma origem					
Natural da cidade	14,2	7,8	13,4	15,7	15,7	14,0
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	15,7	15,3	16,0	22,7	14,0	17,0
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	19,9	18,2	18,7	24,1	20,0	16,1
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	18,0	16,3	14,3	23,0	19,7	16,1

Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 03

PERFIL DOS EMPREENDEDORES

3

PERFIL DOS EMPREENDEDORES

Estudos que abordam o perfil dos empreendedores vem sendo realizados com diferentes tipos de abordagem metodológica. Alguns estudos procuram identificar o perfil do empreendedor a partir dos aspectos comportamentais (Schmidt & Bohnenberger, 2009), enquanto outros optam pela análise de traços ou características de personalidade (Nascimento *et al.*,2007) e desenvolvem instrumentos específicos para caracterizar tais perfis (Lopes & Souza, 2005). Entretanto, algumas características são melhor compreendidas quando associadas aos dados demográficos, que procuram especificar a origem ou contextualizar o empreendedor. Julien (2010) explica que características regionais, por exemplo, influenciam a atividade empreendedora e que estas podem variar conforme o perfil do indivíduo que está à frente de um negócio. Algumas características podem também distinguir um empreendedor de um não empreendedor (Bygrave, 2004).

Assim, este capítulo analisa os dados sobre gênero, faixa-etária, escolaridade, faixa de renda, tamanho da família, ocupação, cor e naturalidade. As tabelas a seguir apresentam essas características para empreendedores iniciais e estabelecidos, no Brasil e suas regiões.

3.1 Gênero (Brasil e regiões)

O incentivo à criação de empresas é uma das formas para promover o desenvolvimento econômico e social, consistindo também em uma tentativa de adaptação às recentes transformações geradas no mundo do trabalho (Machado, 2009). Esta autora afirma ainda que o desenvolvimento econômico de muitas localidades tem-se favorecido com a atuação de mulheres empreendedoras. O Relatório DIEESE (2013) apresenta informações que comprovam que a participação das mulheres como empregadoras e como trabalhadoras por conta própria representam 31% dessas total dessas ocupações.

Nos resultados da pesquisa GEM 2012, a proporção dos empreendedores iniciais do gênero masculino no total de empreendedores brasileiros foi um pouco superior à do feminino. No GEM 2013 ocorre uma inversão dessa situação: o percentual de empreendedores iniciais do gênero feminino (52,2%) se tornou maior do que o masculino (47,8%). Observa-se pela Tabela 3.1 que as mulheres são maioria dos empreendedores iniciais em quase todas as regiões, o que não foi observado no GEM 2012. Esse fato é mais um indicativo da maior inserção do gênero feminino no mercado de trabalho, corroborando os resultados do Relatório do DIEESE (2013).

Na Tabela 3.2 é apresentado o perfil dos empreendedores estabelecidos segundo o gênero para o Brasil e regiões. Os dados revelam que, diferentemente dos empreendedores iniciais, o

Tabela 3.1 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013

Gênero	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Masculino	47,8	43,4	50,9	43,5	48,8	43,2
Feminino	52,2	56,6	49,1	56,5	51,2	56,8

Fonte: GEM Brasil 2013

gênero masculino predomina entre os empreendedores estabelecidos no Brasil (uma diferença de 15,6 pontos percentuais), informação que acompanha os resultados do GEM 2012. Nas regiões brasileiras, o resultado não é muito diferente, com destaque para a região Sul, onde a diferença da proporção dos empreendedores estabelecidos do gênero masculino em relação à do feminino alcança 17,6 pontos percentuais.

3.2 Faixa etária

Pesquisas revelam que o número de jovens empreendedores vem crescendo ano a ano no Brasil. Este aumento é decorrente de vários motivos, como por exemplo, o desejo de ter seu próprio negócio, fazer o que gosta, ter rendimento superior, liberdade de horário, além de ser seu próprio patrão (GUESS, 2012).

Um estudo desenvolvido em 2013 pela Data Popular revelou a existência de 1,5 milhões de jovens empreendedores brasileiros na faixa etária de 16 a 24 anos. Deste total, 52,6% fazem parte da classe média, 37,6% são da faixa de baixa renda e 10,1% da alta renda.

Além disso, o relatório sobre Microempreendedores Individuais – MEI, elaborado pelo Sebrae (2012), apresenta a faixa etária entre 30 e 39 anos com o maior número de MEI, perfazendo 33% do total pesquisado.

Nesse contexto, a pesquisa GEM vem apontando que, entre os empreendedores iniciais brasileiros, a faixa etária prevalecente se encontra entre 25 e 34 anos, concentrando 33,8% dos empreendedores em 2012 e 33,1% em 2013 (Tabela 3.3). Ressalta-se ainda que, em todas as regiões brasileiras, essa também é a faixa etária com a proporção mais elevada.

Na Tabela 3.4 é apresentada a distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a faixa etária. No caso desses empreendedores, a faixa etária predominante encontra-se entre 45 e 54 anos (30,4%), portanto, superior à dos empreendedores iniciais. Mas a prevalência dessa faixa etária não se mantém em todas as regiões do país,

Tabela 3.2 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero – Brasil e regiões – 2013

Gênero	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Masculino	57,8	55,9	56,8	56,0	58,8	58,8
Feminino	42,2	44,1	43,2	44,0	41,2	41,2

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 3.3 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013

Faixa etária	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
18-24 anos	17,1	16,3	18,7	19,7	16,3	16,3
25-34 anos	33,1	32,2	33,4	34,3	33,6	30,2
35-44 anos	25,8	26,4	24,1	22,1	26,9	26,2
45-54 anos	17,1	17,5	18,0	16,3	15,8	20,9
55-64 anos	7,0	7,7	5,7	7,6	7,4	6,4

Fonte: GEM Brasil 2013

como acontece com os empreendedores iniciais. Nas Regiões Norte e Centro-Oeste, a faixa etária que sobressai é a de 35 a 44 anos, indicando uma maior importância de empreendedores estabelecidos mais jovens nessas regiões. As demais acompanham o resultado observado no Brasil.

É interessante observar que no GEM 2012 a faixa etária que se destacou foi a de empreendedores estabelecidos entre 35 e 44 anos (29,8%), indicando certa estabilidade dos empreendimentos desses empreendedores, com idade um pouco mais elevada em 2013.

3.3 Escolaridade

Relatórios do IBGE realçam que, em 2002, o percentual da população de 18 a 24 anos de idade que frequentava o ensino superior era de 9,8%. Em 2012, esse percentual aumentou para 15,1%. Esses Relatórios também indicam que a média de anos de estudo da população de 25 anos ou mais aumentou de 6,1 anos, em 2002, para 7,6 anos, em 2012. Apenas 40,1% das pessoas dessa faixa etária alcançaram 11 anos ou mais de estudo.

Conforme os dados da Tabela 3.5, observa-se que, no Brasil, os empreendedores iniciais possuem níveis de escolaridade relativamente baixos: 35,1% com segundo grau completo e 26% com primeiro grau incompleto.

Em relação aos empreendedores estabelecidos, os resultados da Tabela 3.6 apontam nível de escolaridade ainda menor se comparado ao dos empreendedores iniciais. Em nível nacional,

Tabela 3.4 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária – Brasil e regiões – 2013

Faixa etária	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
18-24 anos	5,3	3,9	4,7	5,8	5,1	7,3
25-34 anos	20,0	17,4	20,0	22,9	19,7	20,4
35-44 anos	27,5	34,1	29,8	27,5	26,5	23,9
45-54 anos	30,4	30,2	31,3	25,3	30,6	32,3
55-64 anos	16,7	14,4	14,2	18,5	18,1	16,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 3.5 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo grau de escolaridade – Brasil e regiões – 2013

Nível de escolaridade	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Nenhuma educação formal	2,2	2,0	2,3	2,3	2,1	2,7
Primeiro grau incompleto	26,0	24,9	22,6	29,2	26,8	28,0
Primeiro grau completo	12,0	12,1	8,9	11,7	11,9	18,6
Segundo grau incompleto	10,7	12,0	8,1	12,0	11,9	9,1
Segundo grau completo	35,1	33,2	42,1	27,6	35,3	26,1
Curso superior incompleto	5,7	8,2	7,8	8,7	3,9	5,7
Curso superior completo	6,6	5,4	6,1	7,6	6,9	6,5
Pós-graduação incompleta	0,5	1,5	0,4	0,0	0,3	1,1
Pós-graduação completa	1,2	0,6	1,7	0,8	1,0	2,1

Fonte: GEM Brasil 2013

32,1% dos empreendedores estabelecidos possuem primeiro grau incompleto e 29,4% o segundo grau completo. Nas regiões brasileiras, o percentual desses empreendedores com primeiro grau incompleto é superior ao observado no Brasil, exceto na Região Nordeste (24,2%). Essa região também se destaca quanto ao percentual de empreendedores com segundo grau completo (35,9%), superior ao verificado no Brasil.

3.4 Renda Familiar

Este tópico apresenta os resultados da pesquisa GEM 2013 relativos à distribuição dos empreendedores, segundo faixas de renda. Cerca de 62% dos empreendedores iniciais brasileiros auferem rendimentos inferiores a 3 salários mínimos (Tabela 3.7). Destacam-se, entretanto, diferenças entre as regiões. Os percentuais das regiões Norte (73,4%), Nordeste (66%) e Centro-Oeste (62%) estão acima do percentual do Brasil, enquanto nas Regiões Sudeste (58,2%) e Sul (58,9%) encontram-se abaixo. Apenas 3,9% dos empreendedores iniciais brasileiros alcançam rendimentos superiores a 9 salários mínimos, destacando-se a região Centro-Oeste, que supera em quase duas vezes o percentual do Brasil nessa faixa.

No caso dos empreendedores estabelecidos a situação não é muito diferente (Tabela 3.8). Cerca de 58% desses empreendedores encontram-se na faixa de rendimentos de menos de 3 salários mínimos, sendo ainda maior nas regiões Norte (64,2%), Nordeste (67,8%) e Centro-Oeste (62,4%).

Além disso, 32,2% desses empreendedores auferem rendimentos entre 3 e 6 salários mínimos, percentual que também é elevado em todas as

Tabela 3.6 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo grau de escolaridade – Brasil e regiões – 2013

Nível de escolaridade	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Nenhuma educação formal	3,5	2,7	5,7	2,7	3,2	1,5
Primeiro grau incompleto	32,1	35,0	24,2	39,3	32,2	39,0
Primeiro grau completo	12,7	18,1	15,3	13,8	10,5	11,9
Segundo grau incompleto	10,2	6,4	8,6	7,6	13,2	7,2
Segundo grau completo	29,4	28,2	35,9	23,5	28,2	27,0
Curso superior incompleto	4,6	6,6	4,4	6,2	4,1	4,7
Curso superior completo	6,2	2,5	4,8	5,3	7,6	6,2
Pós-graduação incompleta	0,3	0,0	0,0	0,2	0,3	0,7
Pós-graduação completa	1,0	0,6	1,1	1,4	0,6	1,9

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 3.7 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013

Faixa de renda	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Menos de 3 salários mínimos	61,6	73,4	66,0	62,0	58,2	58,9
3 a 6 salários mínimos	28,6	18,9	26,7	27,5	30,1	33,3
6 a 9 salários mínimos	5,9	5,5	5,2	3,3	7,0	4,2
Mais de 9 salários mínimos	3,9	2,2	2,1	7,2	4,7	3,5

Fonte: GEM Brasil 2013

regiões brasileiras.

3.5 Tamanho da família

A situação dos empreendedores estabelecidos quanto ao tamanho da família é muito semelhante à dos iniciais (Tabela 3.10). Cerca de 51% possuem famílias com 3 a 4 pessoas. A Região Norte também se diferencia por apresentar um elevado percentual de empreendedores estabelecidos cujas famílias apresentam mais de 5 membros (34,1%).

Tabela 3.8 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda – Brasil e regiões – 2013

Faixa de renda	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Menos de 3 salários mínimos	57,6	64,2	67,8	62,4	50,5	54,1
3 a 6 salários mínimos	32,2	25,1	24,9	27,9	37,5	35,6
6 a 9 salários mínimos	5,5	5,3	4,5	4,5	6,3	5,6
Mais de 9 salários mínimos	4,7	5,3	2,8	5,2	5,7	4,7

Fonte: GEM Brasil 2013

O relatório Síntese dos Indicadores Sociais 2013 elaborado pelo IBGE detectou que, no Brasil, o número médio de pessoas por domicílio foi de 3,1 moradores. O GEM 2013 traz pela primeira vez informações sobre o tamanho da família dos empreendedores pesquisados.

Cerca de 52% dos empreendedores iniciais possuem famílias com 3 a 4 integrantes (Tabela 3.9). Em geral, esse percentual se repete nas regiões brasileiras, exceto na região Norte (41,4%) que apresenta um elevado percentual de empreendedores iniciais com famílias com mais de 5 integrantes (35,6%).

3.6 Cor ou raça

O IBGE classifica a população por cor ou raça segundo as seguintes categorias: branca, preta, amarela, parda e indígena. De forma semelhante, o GEM 2013 traz pela primeira vez esse tipo de informação sobre os empreen-

Tabela 3.9 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013

Tamanho da família	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Apenas 1 pessoa	6,9	7,5	5,2	7,2	7,9	5,5
2 pessoas	18,4	15,5	20,1	20,5	17,6	18,8
3 pessoas	28,1	21,5	25,7	27,4	28,2	36,8
4 pessoas	23,8	19,9	25,8	24,7	23,5	23,2
5 pessoas	11,6	15,7	11,5	11,7	11,4	10,0
6 pessoas	6,4	7,4	6,2	6,4	6,9	3,5
Mais de 6 pessoas	4,9	12,5	5,5	2,2	4,4	2,2

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 3.10 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo tamanho da família – Brasil e regiões – 2013

Tamanho da família	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Apenas 1 pessoa	9,3	8,9	10,9	7,9	9,0	8,8
2 pessoas	16,9	13,5	16,2	20,2	16,5	18,7
3 pessoas	26,0	19,3	26,8	25,5	26,0	27,9
4 pessoas	25,3	24,2	24,0	26,4	25,2	27,6
5 pessoas	12,3	16,5	10,0	10,7	14,0	10,4
6 pessoas	5,7	8,2	6,7	5,0	5,4	4,3
Mais de 6 pessoas	4,4	9,4	5,3	4,5	3,8	2,4

Fonte: GEM Brasil 2013

dedores brasileiros.

Verifica-se que a cor parda (44,9%) é a da maior parte dos empreendedores iniciais, seguido da cor branca (42,5%). No entanto, observa-se que nas regiões Centro-Oeste (52,8%), Sudeste (43,8%) e Sul (70,2%) há uma predominância da cor branca e, nas regiões Norte (67,2%) e Nordeste (57,2%), da cor parda (Tabela 3.11).

No caso dos empreendedores estabelecidos, a cor branca (49,4%) é predominante, ao contrário do que se observa entre empreendedores iniciais. Em nível regional, observa-se também que, nas regiões Centro-Oeste (53,5%), Sudeste (55,9%) e Sul (70,5%) há uma predominância da cor branca e, nas regiões Norte (62,4%) e Nordeste (55,1%), da cor parda.

3.7 Origem do empreendedor

O GEM 2013 indica que, no Brasil, a maioria dos empreendedores iniciais (57,5%) realiza seus negócios nas cidades em que nasceram. Indica também que uma proporção importante de empreendedores da região Centro-Oeste, Norte e Sul já moraram em outro Estado ou país.

Tabela 3.11 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a cor – Brasil e regiões – 2013

Cor	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Branca	42,5	19,4	30,3	52,8	43,8	70,2
Preta	10,7	10,8	10,5	9,3	12,0	6,3
Parda	44,9	67,2	57,2	34,6	42,6	21,9
Outras	1,9	2,5	2,0	3,3	1,7	1,6

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 3.12 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a cor – Brasil e regiões – 2013

Cor	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Branca	49,4	25,8	29,7	53,5	55,9	70,5
Preta	10,9	8,3	12,7	7,0	12,6	6,2
Parda	37,6	62,4	55,1	38,3	29,3	22,4
Outras	2,1	3,5	2,5	1,2	2,2	0,9

Fonte: GEM Brasil 2013

No caso dos empreendedores estabelecidos, 55% são naturais da cidade em que mantém seus negócios. Nas regiões Norte (45,4%) e Centro-Oeste (48,1%), uma proporção significativa desses empreendedores já morou em outro Estado ou país.

Tabela 3.13 - Distribuição dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013

Estado ou país de origem do empreendedor	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Natural da cidade	57,5	46,2	65,6	44,8	57,7	56,7
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	27,2	30,9	28,5	24,0	25,5	31,9
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	15,3	22,8	5,9	31,2	16,8	11,4
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	26,6	34,0	26,3	42,4	22,2	31,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 3.14 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a origem do empreendedor – Brasil e regiões – 2013

Estado ou país de origem do empreendedor	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Natural da cidade	55,0	33,1	62,2	37,2	57,8	55,8
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	25,7	30,4	29,5	23,2	21,2	33,0
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	19,3	36,4	8,3	39,6	21,1	11,2
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	30,4	45,4	22,8	48,1	30,0	26,2

Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 04

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

4

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS

Neste capítulo são analisadas as características dos empreendimentos em cinco aspectos: (i) atividade econômica dos empreendedores; (ii) geração de empregos; (iii) inovação; (iv) registro formal; e (v) faturamento. Estas características são analisadas segundo o estágio dos empreendimentos - inicial ou estabelecido, as regiões brasileiras e a motivação do empreendedor.

4.1 Atividades Econômicas dos empreendedores

4.1.1 Comparação entre as atividades econômicas dos empreendedores brasileiros e de outros países

A tabela 4.1 apresenta as principais atividades dos empreendedores, segundo segmentos de atividade econômica no Brasil e em alguns países selecionados. Os empreendedores brasileiros atuam principalmente em atividades da indústria de transformação ou em serviços orientados ao consumidor (p. ex., comércio varejista, serviços de alimentação e cabeleireiros). No Brasil, ao contrário do que se observa na Alemanha e nos Estados Unidos, a proporção dos empreendedores que prestam serviços orientados para negócios é bem menor.

4.1.2 Atividades econômicas dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento – análises sobre o Brasil e regiões

Podem ser observadas na Tabela 4.2 as principais atividades dos empreendedores brasileiros, iniciais ou estabelecidos, conforme definidas pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE.

No Brasil, o perfil e a importância relativa das atividades econômicas dos empreendedores iniciais e estabelecidos não são muito diferentes, exceto no caso de atividades vinculadas à construção (serviços especializados e obras de acabamento) e ao transporte rodoviário de carga onde a presença dos estabelecidos é bem maior. De maneira geral, a distribuição dessas atividades se assemelha à dos Microempreendedores Individuais (MEI). Um exemplo é o "Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios", que aparece entre as principais atividades dos empreendedo-

Tabela 4.1 - Distribuição dos empreendedores segundo o setor da atividade econômica – Países – 2013

Atividades	Brasil	Países				
Descrição da Cnae		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% dos empreendedores por estágio					
Empreendedores iniciais						
Indústrias extrativas	1,1	0,1	1,7	4,0	8,2	0,4
Indústrias de transformação	28,8	15,9	11,2	16,5	22,4	13,0
Serviços orientados para negócios	7,3	30,1	10,2	37,2	3,9	5,4
Serviços orientados ao consumidor	62,9	54,0	76,8	42,3	65,5	81,2
Empreendedores Estabelecidos						
Indústrias extrativas	1,6	2,3	2,3	7,0	8,7	0,9
Indústrias de transformação	40,6	31,9	14,4	25,2	31,7	12,0
Serviços orientados para negócios	5,5	30,2	4,0	37,8	3,1	6,8
Serviços orientados ao consumidor	52,2	35,6	79,2	30,1	56,5	80,3

Fonte: GEM 2013

Tabela 4.2 - Principais atividades dos empreendedores – Brasil – 2013

Atividades		Brasil
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	
% dos empreendedores por estágio		
Empreendedores iniciais		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	8,6
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	8,2
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	7,3
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	6,5
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	6,0
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	4,2
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,3
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,2
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,7
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,5
Outras Atividades		47,5
Empreendedores Estabelecidos		
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	10,2
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	8,0
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	7,3
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	4,8
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,0
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,9
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	3,5
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	3,4
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,9
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,5
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	2,3
Outras Atividades		47,2

Fonte: GEM Brasil 2013

res iniciais e estabelecidos, sendo também a atividade com a maior presença dos microempreendedores individuais - MEI[7].

Entre empreendedores iniciais, três grupos de atividades se destacam. Primeiro, o "grupo alimentação" com 14,2% do total de empreendedores, incluindo as categorias "Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas" (8,2%), "Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada" (3,3%) e "Comércio varejista de mercadorias em geral,

7 Sebrae, 2012. Perfil do Microempreendedor Individual 2012.

com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns" (2,7%). O segundo, o "grupo de beleza e higiene pessoal", com 12,5% do total de empreendedores ("Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza": 6,5%; e "Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal": 6%). O terceiro é o "grupo de vestuário", com 11,1% do total dos empreendedores ("Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios": 8,6%; e "Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas": 2,5%). Essa última atividade merece destaque por ser a principal atividade da indústria de transformação exercida pelos empreendedores iniciais.

Entre os empreendedores estabelecidos, o grupo de atividades de maior relevância é o da construção, com 13,6% dos empreendimentos ("Serviços especializados para construção não especificados anteriormente": 10,2%; e "Obras de acabamento": 3,4%). Uma hipótese que pode explicar a maior presença de empreendimentos estabelecidos nessas atividades se refere à especialização técnica que a natureza dessas duas atividades exige, principalmente a primeira (p. ex., instalações elétricas).

Tanto para empreendedores iniciais quanto estabelecidos, o quarto grupo de atividades que concentra 7,3% dos empreendedores é o de "Serviços domésticos[8]", o qual inclui diaristas, faxineiras, babás e jardineiros.

As próximas tabelas – 4.3 a 4.7 – apresentam o perfil das atividades econômicas dos empreendedores nas regiões brasileiras.

Na região Norte (Tabela 4.3) predominam as atividades vinculadas aos grupos de alimentação e vestuário, em especial no comércio de produtos destes dois segmentos. Da mesma forma que em nível nacional, a atividade de "Serviços especializados para a construção" predomina entre os empreendedores estabelecidos (10,7%). Uma diferença em relação ao que se observa no Brasil é a pequena presença de empreendedores na atividade de serviços domésticos, inclusive sem registros relevantes no caso dos iniciais.

Na região Nordeste (Tabela 4.4) se destaca a grande presença de empreendedores estabelecidos na atividade do "grupo de beleza e higiene pessoal", com 16,6% do total. "Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" é a principal atividade econômica desses empreendedores.

Como a região Norte, o Nordeste apresenta uma proporção menor do que a observada em nível nacional, de empreendedores na atividade de "Serviços domésticos".

Na região Centro-Oeste (Tabela 4.5), a atividade de maior presença entre os empreendedores iniciais é a dos serviços domésticos, com 11% do total. Essa também é uma das atividades econômicas mais relevantes entre os empreendedores estabelecidos, com 10,9% do total, inferior apenas à de "Serviços especializados para construção não especificados anteriormente", com 12,7%.

Os setores de atividades dos empreendedores da região Sudeste (Tabela 4.6) são semelhantes aos da região Centro-Oeste. A atividade "Serviços Domésticos" se destaca entre os empreendedores iniciais (10,4%) e os "Serviços especializados para construção" e "Obras de acabamento" entre os empreendedores estabelecidos (16,0%). Há uma presença importante também de empreendedores, iniciais e estabelecidos, exercendo a atividade "Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza".

Na região Sul (Tabela 4.7), o "Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios" aparece como a atividade de maior importância relativa entre os

8 Segundo a CNAE, "Serviços domésticos" inclui cozinheiros, copeiros, arrumadeiras, motoristas, lavadeiras, passadeiras, babás, jardineiros, governantas, caseiros, etc. em serviços prestados diretamente às famílias, excluindo, portanto, aqueles intermediados por empresas prestadoras de serviços.

Tabela 4.3 - Principais atividades dos empreendedores – Região Norte – 2013

Atividades		Norte
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	
% dos empreendedores por estágio		
Empreendedores iniciais		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	11,4
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	7,4
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	4,6
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,1
Serviços ambulantes de alimentação	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,0
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,5
Comércio varejista de carnes e pescados - açougues e peixarias	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,2
Outras Atividades		48,0
Empreendedores Estabelecidos		
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	10,7
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	9,0
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	7,0
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	6,1
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,7
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,7
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	3,7
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	3,3
Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,3
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	2,9
Outras Atividades		46,7

Fonte: GEM Brasil 2013

empreendedores iniciais, com 11,3%, percentual expressivo quando comparado, por exemplo, ao observado na região Sudeste (5,9%). Entre os empreendedores estabelecidos do Sul do país, destaca-se "Transporte rodoviário de carga", com 4,3% do total. Situação bem diferente das Regiões Norte e Centro-Oeste, onde essa atividade sequer consta entre aquelas de maior expressividade entre empreendedores.

Tabela 4.4 - Principais atividades dos empreendedores – Região Nordeste – 2013

Atividades		Nordeste
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	
% dos empreendedores por estágio		
Empreendedores iniciais		
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	9,6
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	8,0
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	7,7
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,8
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	3,5
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,5
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,2
Serviços ambulantes de alimentação	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	2,6
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	2,6
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,3
Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,3
Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	1,9
Outras Atividades		46,9
Empreendedores Estabelecidos		
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	11,2
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	5,4
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,4
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,1
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	5,1
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,8
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,2
Serviços ambulantes de alimentação	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	2,9
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	2,9
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	2,6
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	2,6
Outras Atividades		48,7

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.5 - Principais atividades dos empreendedores – Centro-Oeste – 2013

Atividades		Centro-Oeste
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	
% dos empreendedores por estágio		
Empreendedores iniciais		
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	11,0
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	7,2
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	6,9
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	6,6
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	6,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	6,0
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	2,7
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	2,4
Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,1
Outras Atividades		48,7
Empreendedores Estabelecidos		
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	12,7
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	10,9
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	8,5
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	4,5
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,2
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,0
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,7
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	2,5
Outras Atividades		47,3

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.6 - Principais atividades dos empreendedores – Região Sudeste – 2013

Atividades		Sudeste
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	
% dos empreendedores por estágio		
Empreendedores iniciais		
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	10,4
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	8,3
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	6,6
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	6,1
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,9
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,2
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	5,2
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,3
Outras Atividades		48,0
Empreendedores Estabelecidos		
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	10,8
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	8,9
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	7,7
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	5,2
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	4,0
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,7
Serviços ambulantes de alimentação	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,1
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,5
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,5
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	2,5
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,5
Outras Atividades		46,8

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.7 - Principais atividades dos empreendedores – Região Sul – 2013

Atividades		Sul
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	
% dos empreendedores por estágio		
Empreendedores iniciais		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	11,3
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	10,6
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	5,8
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	5,8
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	5,5
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,4
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	4,0
Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,3
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,9
Outras Atividades		46,4
Empreendedores Estabelecidos		
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	13,7
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	8,0
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	5,7
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,0
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	4,3
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,0
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	4,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,0
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	4,0
Outras Atividades		47,2

Fonte: GEM Brasil 2013

4.1.3 Atividades econômicas dos empreendedores segundo o gênero, faixa etária, ocupação e motivação – análises sobre o Brasil e regiões

As mulheres atuam principalmente nas atividades de vestuário, da beleza e higiene pessoal e dos serviços domésticos. No Brasil, esses três segmentos respondem pela atividade de 49,5% das empreendedoras em estágio inicial e 53,9% das empreendedoras estabelecidas. Nesse tipo de comércio, predomina a venda de produtos de beleza por meio de catálogo, o que é muito difundido no Brasil.

Entre os empreendedores do gênero masculino há uma maior dispersão no perfil das atividades, quando comparado com o gênero feminino. Embora em menor concentração do que as principais atividades acima observadas para as mulheres, são predominantes entre os homens os segmentos da cons-

Tabela 4.8 - Principais atividades dos empreendedores em relação ao gênero – Brasil – 2013

Atividades		gênero	
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	**Masc**	**Fem**
% dos empreendedores por estágio			
Empreendedores iniciais			
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	9,4	0,0
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	7,5	8,9
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	6,9	0,2
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	3,9	0,1
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,7	13,3
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,6	2,8
Instalações elétricas	CONSTRUÇÃO	2,4	0,1
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	2,4	0,2
Transporte rodoviário de táxi	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	1,8	0,0
Serviços ambulantes de alimentação	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	1,7	2,4
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	1,7	10,5
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	1,6	4,7
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	1,4	12,1
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	1,2	3,5
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	0,9	10,1
Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente; produtos do fumo	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	1,6	1,2
Outras Atividades		50,3	30,1
Empreendedores Estabelecidos			
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	18,3	0,0
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	6,1	0,0
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	5,0	4,6
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	4,4	0,0
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	4,0	0,3
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,0	2,9
Serviços ambulantes de alimentação	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	2,0	2,3
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	2,0	15,4
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	1,6	14,4
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	1,2	7,3
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	0,8	6,8
Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	0,6	3,0
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	0,3	8,7
Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	0,1	4,3
Outras Atividades		50,5	30,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.9 - Principais atividades dos empreendedores em relação a faixa etária – Brasil – 2013

Atividades		Faixa etária		
Descrição da Cnae	**Categoria da Cnae**	**18-34 anos**	**35-54 anos**	**55-64 anos**
% dos empreendedores por estágio				
Empreendedores iniciais				
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	9,7	7,3	8,6
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	8,6	5,1	1,6
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	6,8	5,3	4,7
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	6,3	8,6	6,3
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	6,1	10,0	12,5
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	5,0	3,8	1,6
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,3	3,4	1,6
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	2,7	3,8	3,9
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	1,9	3,0	3,1
Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	1,1	0,9	4,7
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	1,9	3,0	3,1
Outras Atividades		46,7	45,8	48,4
Empreendedores Estabelecidos				
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	11,1	8,0	3,3
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	9,5	11,0	8,3
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	8,3	7,2	6,2
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,5	4,1	1,1
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	4,8	2,9	3,3
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,3	2,0	2,9
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,0	3,6	6,9
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	2,3	5,2	7,2
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,0	4,0	4,0
Transporte rodoviário de carga	TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E CORREIO	0,8	2,6	3,6
Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	0,0	1,4	3,6
Outras Atividades		49,5	48,0	49,6

Fonte: GEM Brasil 2013

trução ("Serviços especializados para construção": 18,3%; e "Obras de acabamento": 6,1%), manutenção de veículos e transporte de cargas. Esses grupos de atividades são exercidos por 26,8% dos empreendedores iniciais e 32,8% dos estabelecidos.

Ainda, comparando com o gênero feminino, destaca-se que as principais atividades observadas para as mulheres (vestuário, beleza e higiene pessoal e serviços domésticos), ocorrem com frequências bem mais baixas entre os empreendedores masculinos, 7,9% en-

Tabela 4.10 - Principais atividades dos empreendedores em relação a motivação – Brasil – 2013

Atividades		Motivação	
Descrição da Cnae	Categoria da Cnae	Oport.[1]	Nec.[2]
% dos empreendedores iniciais			
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	9,2	7,3
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	8,1	8,3
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS	7,2	5,2
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5,9	6,2
Serviços domésticos	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	4,1	14,8
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	CONSTRUÇÃO	4,0	4,8
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO	3,1	3,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	3,0	3,8
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2,5	2,3
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	2,2	3,7
Obras de acabamento	CONSTRUÇÃO	1,2	3,3
Outras atividade		49,6	36,7

Fonte: GEM Brasil 2013
[1] Oportunidade
[2] Necessidade

tre iniciais e 6% entre os estabelecidos. A situação contrária também é verdadeira, menos de 1% das mulheres atua nos setores predominantemente masculinos.

Não são observadas diferenças expressivas quando é feita a comparação das atividades exercidas pelos empreendedores segundo diferentes faixas etárias (Tabela 4.9). No entanto, atividades como "Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza", apresentam um viés para faixas etárias mais jovens, enquanto a atividade "Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas", para as mais elevadas.

No que se refere às atividades econômicas segundo a motivação do empreendedor (Tabela 4.10), independente do gênero ou idade, o principal destaque se refere aos "Serviços domésticos". A presença dessa atividade entre os empreendedores por necessidade (14,8%) é expressivamente maior do que entre aqueles por oportunidade (4,1%). Embora com importância relativamente menor, esse também é o caso da atividade "Obras de acabamento", onde predominam serviços de pintura em geral. Também é importante mencionar a relevância das atividades de "Comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios" e "Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" entre os empreendedores por oportunidade.

4.2 Geração de empregos segundo estágio dos empreendimentos - países selecionados, Brasil e Regiões

A geração de empregos é um dos impactos positivos do empreendedorismo. Credita-se aos novos negócios a

criação de uma parcela significativa dos novos empregos[9].

A Tabela 4.11 compara empreendimentos do Brasil com os de cinco outros países quanto à alta expectativa de criação de empregos. Estes são empreendimentos que, se confirmando as expectativas, poderiam se tornar "gazelas" ou empreendimentos de alto crescimento.

A proporção de empreendedores iniciais brasileiros com alta expectativa de crescimento (5,1%) é ligeiramente superior aos indianos (3,2%) e aos mexicanos (3,6%), mas bem inferior aos empreendedores da Alemanha (16,4%), da China (15,6%) e dos Estados Unidos (23,3%).

No caso dos empreendedores estabelecidos, essas diferenças são menores. No entanto, a proporção dos empreendedores com alta expectativa de geração de empregos é bem menor. No geral, é de se esperar que após algum tempo de existência, quando o empreendimento já está estabelecido, a expectativa de alta geração de empregos seja menor.

A maioria dos empreendedores brasileiros, iniciais ou estabelecidos, ainda não criou e nem espera criar um emprego nos próximos cinco anos (Tabelas 4.12 e 4.13). Entre os empreendedores iniciais, 66% não possuem empregados e a expectativa de 76% é a de criar nenhum emprego nos próximos cinco anos. No caso dos empreendedores estabelecidos, essa situação é semelhante: 66% não possui nenhum empregado e 56% não pretendem criar empregos nos próximos cinco anos.

A característica dos empreendimentos quanto ao número de empregados e à expectativa de criação de empregos não é muito diferente entre as regiões brasileiras. No entanto, merece ser destacado que no Nordeste, a proporção de empreendedores iniciais e estabelecidos sem empregados é menor do que nas demais regiões. Nessa região, cerca de 50% dos empreendedores iniciais e estabelecidos declaram não ter nenhum empregado, contra 66% da média nacional. Além disso, pode-se observar que a expectativa de não criar empregos é maior na região Centro-Oeste (77%).

No geral, o fato de grande parte dos empreendedores brasileiros não ter nenhum empregado ou baixa expectativa de criar empregos indica que uma parcela expressiva desses empreendedores são trabalhadores por conta própria ou trabalhadores autônomos sem empregados.

Tabela 4.11 - Distribuição dos empreendedores por estágio do empreendimento segundo a alta expectativa de emprego – Brasil e países – 2013

Alta expectativa de emprego	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% dos empreendedores por estágio					
Empreendedores iniciais						
Alta expectativa de emprego (10+ empregos e mais 50 % em 5 anos)	5,1	16,4	15,6	23,3	3,2	3,6
Empreendedores estabelecidos						
Alta expectativa de emprego (10+ empregos e mais 50 % em 5 anos)	2,0	3,0	7,5	2,2	1,2	4,3

Fonte: GEM Brasil 2013

9 Stel, A., Van, Carree, M., Thurik,R., The Effect of entrepreneurial activity on national economic growh. Small Business Economics, 24(3)311-321, 2005. Storey, D. J., Understanding the small business sector. London: ITP, 1994.

Tabela 4.12 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a geração de empregos – Brasil e regiões – 2013

Geração de empregos	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Empregados atualmente						
Nenhum	66,1	60,8	50,5	76,7	70,6	72,6
1 Empregado	17,8	16,0	26,7	9,0	16,6	13,4
2 Empregados	8,9	13,0	14,0	4,7	7,0	7,8
3 Empregados	1,9	3,3	1,8	1,7	1,6	2,2
4 Empregados	1,8	3,4	2,3	2,7	1,3	1,0
5 ou mais empregados	3,5	3,6	4,7	5,1	2,9	3,0
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	76,5	66,0	72,3	88,5	77,4	80,8
1 Emprego	3,5	6,1	7,6	1,6	1,7	3,1
2 Empregos	6,3	10,3	8,7	3,0	5,3	5,3
3 Empregos	3,2	4,4	2,9	2,4	3,4	2,4
4 Empregos	2,2	3,8	1,1	0,3	2,7	1,8
5 ou mais empregos	8,3	9,3	7,3	4,1	9,5	6,5

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.13- Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a geração de empregos – Brasil e regiões – 2013

Geração de empregos	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Empregados atualmente						
Nenhum	66,3	60,0	50,3	77,0	73,0	67,6
1 Empregado	16,6	16,0	30,1	11,0	11,7	13,2
2 Empregados	6,1	8,3	8,5	5,5	4,1	7,5
3 Empregados	3,1	4,8	2,1	0,6	3,9	3,0
4 Empregados	2,4	0,4	3,1	1,8	2,2	2,7
5 ou mais empregados	5,6	10,4	5,9	4,1	5,1	6,0
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	55,5	49,3	42,8	63,9	60,4	59,9
1 Emprego	11,7	9,5	16,2	11,7	9,3	12,3
2 Empregos	11,5	15,4	18,4	5,8	8,2	11,5
3 Empregos	5,1	4,9	5,0	6,5	5,7	3,0
4 Empregos	3,0	4,6	4,3	3,6	2,2	2,2
5 ou mais empregos	13,2	16,3	13,4	8,5	14,2	11,2

Fonte: GEM Brasil 2013

4.3 Características dos empreendimentos em aspectos relacionados à inovação, formalização e faturamento – Países selecionados, Brasil e Regiões

4.3.1 Aspectos relacionados à inovação – Países selecionados, Brasil e Regiões

Esta seção apresenta as características dos empreendimentos, segundo a novidade do produto, concorrência, orientação internacional e idade da tecnologia.

É possível constatar que a quase totalidade dos empreendimentos iniciais brasileiros apresenta baixíssimo potencial inovador. Em 98,8% dos casos o produto não é novo para ninguém, em 99,5% a tecnologia existe há mais de cinco anos e em 98,6% os consumidores estão apenas no Brasil. Na Alemanha, por exemplo, em apenas 59% dos casos o produto não é novo para ninguém e, no México, 65% (Tabela 4.14).

A situação entre os empreendimentos estabelecidos brasileiros (Tabela 4.15) não é diferente: em 99,7%

Tabela 4.14 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a inovação – Brasil e países – 2013

Inovação	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% dos empreendedores iniciais					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	14,7	16,7	18,3	17,0	9,4
Novo para alguns	1,2	26,1	46,0	26,3	21,4	24,8
Ninguém considera novo	98,8	59,3	37,3	55,4	61,7	65,8
Concorrência						
Muitos concorrentes	63,3	53,8	69,7	40,0	47,3	72,1
Poucos concorrentes	29,6	36,3	27,2	38,7	41,7	25,1
Nenhum concorrente	7,1	9,9	3,2	21,3	11,0	2,9
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,6	45,9	77,5	15,2	83,1	90,4
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	38,0	21,7	73,6	11,2	5,0
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,4	11,1	0,4	7,5	4,8	3,7
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,0	5,0	0,4	3,8	0,8	0,9
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	6,8	5,7	10,9	23,1	5,1
Entre 1 a 5 anos	0,5	13,4	18,3	18,3	33,9	6,3
Mais de 5 anos	99,5	79,8	76,0	70,8	43,0	88,7

Fonte: GEM Brasil 2013

dos casos o produto não é novo para ninguém, em 99,9% a tecnologia existe há mais de cinco anos e em 98,9% os consumidores estão apenas no Brasil. É possível afirmar que apenas 0,3% dos empreendedores estabelecidos brasileiros apresentam produtos com algum grau de novidade, contra 53% dos empreendedores mexicanos e 61% dos chineses.

O baixo potencial inovador dos empreendimentos brasileiros não difere

Tabela 4.15 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a inovação – Brasil e países – 2013

Inovação	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% dos empreendedores estabelecidos					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	3,6	18,1	6,6	15,0	12,0
Novo para alguns	0,3	18,4	43,0	19,6	16,8	41,0
Ninguém considera novo	99,7	78,0	39,0	73,9	68,2	47,0
Concorrência						
Muitos concorrentes	70,0	74,1	74,6	65,5	60,4	58,1
Poucos concorrentes	24,2	23,8	21,2	30,1	35,0	38,5
Nenhum concorrente	5,8	2,1	4,2	4,4	4,6	3,4
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,9	39,5	87,5	26,3	88,0	85,4
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	50,4	11,8	67,0	10,6	9,7
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,0	5,9	0,5	3,6	0,9	3,9
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,1	4,2	0,2	3,1	0,6	1,0
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	1,1	1,5	1,9	3,5	3,4
Entre 1 a 5 anos	0,1	2,9	12,8	11,2	15,2	9,4
Mais de 5 anos	99,9	96,0	85,8	86,9	81,3	87,2

Fonte: GEM Brasil 2013

entre as macro regiões do país. Seja para empreendedores iniciais (Tabela 4.16) como para empreendedores estabelecidos (Tabela 4.17). Em todas as regiões os produtos ou serviços não apresentam nenhuma novidade, a orientação é para o mercado doméstico, a concorrência é elevada e a tecnologia não é nova.

No geral, esses resultados da Pesquisa GEM indicam que, no Brasil, os empreendimentos iniciais e estabelecidos se concentram em atividades de

Tabela 4.16 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a inovação – Brasil e regiões – 2013

Inovação	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Novo para alguns	1,2	0,0	1,4	0,7	1,0	2,9
Ninguém considera novo	98,8	100,0	98,6	99,3	99,0	97,1
Concorrência						
Muitos concorrentes	63,3	58,1	60,2	73,9	63,8	63,7
Poucos concorrentes	29,6	35,6	33,5	19,0	28,5	29,9
Nenhum concorrente	7,1	6,3	6,3	7,1	7,7	6,4
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,6	99,1	98,5	98,2	98,7	98,0
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	0,9	0,8	1,5	1,0	1,2
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,4	0,0	0,7	0,0	0,3	0,8
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,5	0,0	1,1	0,7	0,2	1,0
Mais de 5 anos	99,5	100,0	98,9	99,3	99,8	99,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.17 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a inovação – Brasil e regiões – 2013

Inovação	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Novo para alguns	0,3	0,0	0,0	1,1	0,3	0,3
Ninguém considera novo	99,7	100,0	100,0	98,9	99,7	99,7
Concorrência						
Muitos concorrentes	70,0	72,7	64,4	82,1	72,5	62,2
Poucos concorrentes	24,2	23,0	29,2	15,2	22,3	28,0
Nenhum concorrente	5,8	4,3	6,4	2,6	5,2	9,8
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,9	98,2	99,2	99,5	98,4	99,7
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	1,8	0,4	0,3	1,6	0,3
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,1	0,0	0,4	0,3	0,0	0,0
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,6
Mais de 5 anos	99,9	100,0	100,0	99,7	100,0	99,4

Fonte: GEM Brasil 2013

baixo conteúdo tecnológico, com pequenas barreiras de entrada, voltados para o mercado interno ou para a prestação de serviços ao consumidor.

4.3.2 Formalização – Brasil e Regiões

A Pesquisa GEM analisa a formalização dos empreendimentos segundo duas perspectivas. Uma, mais ampla, considera qualquer tipo de registro formal (Tabela 4.18) e outra, mais restrita, leva em conta apenas o fato de possuir ou não o CNPJ.

Tabela 4.18 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo a formalização – Brasil e regiões – 2013

Formalização	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Registro formal						
Possui cadastro na prefeitura, na junta comercial, na secretaria da agricultura ou na receita federal	20,9	19,6	18,6	21,5	21,5	22,8
Não possui nenhum tipo de registro	79,1	80,4	81,4	78,5	78,5	77,2
CNPJ						
Possui CNPJ	16,8	13,7	14,9	18,2	16,9	21,2
Não possui CNPJ	83,2	86,3	85,1	81,8	83,1	78,8

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.19 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo a formalização – Brasil e regiões – 2013

Formalização	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Registro formal						
Possui cadastro na prefeitura, na junta comercial, na secretaria da agricultura ou na receita federal	25,9	25,4	27,7	20,9	25,4	28,1
Não possui nenhum tipo de registro	74,1	74,6	72,3	79,1	74,6	71,9
CNPJ						
Possui CNPJ	20,2	18,7	18,8	16,1	20,3	25,6
Não possui CNPJ	79,8	81,3	81,2	83,9	79,7	74,4

Fonte: GEM Brasil 2013

A grande maioria dos empreendimentos iniciais é informal - 79% não possui nenhum tipo de registro formal e 83% não possui CNPJ. A informalidade é ligeiramente maior nas Regiões Norte e Nordeste e menor na região Sul.

A informalidade é também expressiva entre os empreendimentos estabelecidos. Conforme pode ser observado na Tabela 4.19, 74% dos empreendimentos não possuem qualquer tipo de registro formal e 79% não tem CNPJ. Mesmo após 42 meses de existência, a grande maioria dos empreendimentos não possuem qualquer registro formal.

Essa situação reforça a necessidade de ampliar os programas de inclusão na formalidade, como o de Microempreendedor Individual (MEI).

4.3.3 Faturamento – Brasil e Regiões

Nos itens anteriores desta seção foram analisadas as características dos empreendimentos com relação às variáveis de inovação e formalização. Foi constatado que, em geral, os empreendimentos não possuem registro formal,

apresentam pouco conteúdo inovador, estão voltados para o mercado interno ou para a prestação de serviços ao consumidor, em segmentos com pequenas barreiras de entrada, geridos, em grande parte, por trabalhadores por conta própria, com nenhum ou poucos empregados e com baixa expectativa de criar empregos nos próximos 5 anos. Assim sendo, o que se espera com relação ao faturamento desses empreendimentos é que este seja relativamente baixo.

De fato, os dados da pesquisa indicam que cerca de 67% dos empreendimentos iniciais brasileiros faturam até R$ 60 mil e 28,7% ainda não obteve nenhum faturamento. Neste aspecto, a região Norte chama a atenção, com 6,4% dos empreendimentos apresentando faturamento superior a R$ 3,6 milhões. Uma possível explicação para este fato é a existência da Zona Franca, onde alguns empreendimentos já nascem com um porte de densidade tecnológica relativamente maior.

Observando o faturamento dos empreendedores estabelecidos apresentado na tabela 4.21 é possível verificar que tempo de existência não necessariamente significou aumento de faturamento para os empreendimentos. A proporção de empresas que faturam acima de R$ 60 mil alcançou 4% entre os iniciais e 7% entre os estabelecidos.

Tabela 4.20 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo o faturamento – Brasil e regiões – 2013

Faturamento	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Até R$ 60.000,00	67,1	50,7	66,1	87,7	65,2	75,6
De R$ 60.000,01 a R$ 360.000,00	2,9	2,5	1,8	2,6	3,8	1,3
De R$ 360.000,01 a R$ 3.600.000,00	0,6	0,3	0,7	0,0	0,8	0,0
Acima de R$ 3.600.000,00	0,8	6,4	0,0	0,0	0,5	0,0
Ainda não faturou nada	28,7	40,0	31,4	9,8	29,7	23,1

Fonte: GEM Brasil 2013

4.4 Características dos empreendimentos segundo a motivação do empreendedor – Brasil e Regiões

A distribuição dos empreendedores segundo as características dos empreendimentos e motivação revela que o quadro não é muito diferente entre aqueles que empreendem por oportunidade ou necessidade (Tabela 4.22). É possível notar que em todas as regiões, a maior parte das características dos empreendimentos é semelhante, independente da motivação do negócio. No entanto, no caso dos empreendimen-

Tabela 4.21 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo o faturamento – Brasil e regiões – 2013

Faturamento	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Até R$ 60.000,00	92,8	83,7	93,8	95,0	92,6	94,0
De R$ 60.000,01 a R$ 360.000,00	5,4	6,8	5,5	5,0	5,4	4,9
De R$ 360.000,01 a R$ 3.600.000,00	1,1	0,4	0,7	0,0	1,7	1,1
Acima de R$ 3.600.000,00	0,7	9,2	0,0	0,0	0,3	0,0
Ainda não faturou nada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 4.22 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo características dos empreendimentos e a motivação – Brasil e regiões – 2013

Características dos empreendimentos	Brasil		Regiões brasileiras									
			Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste		Sul	
	% dos empreendedores iniciais											
	Oport.	Nec.	Oport.	Nec.	Oport.	Nec.	Oport.	Nec.	Oport.	Nec.	Oport.	Nec.
Conhecimento dos produtos ou serviços												
Novo para todos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Novo para alguns	1,3	1,0	0,0	0,0	1,2	1,8	1,0	0,0	1,3	0,0	2,5	4,7
Ninguém considera novo	98,7	99,0	100,0	100,0	98,8	98,2	99,0	100,0	98,7	100,0	97,5	95,3
Concorrência												
Muitos concorrentes	61,5	68,0	55,2	63,0	56,5	66,9	68,9	84,2	62,4	68,3	64,8	59,7
Poucos concorrentes	30,9	26,7	40,9	26,8	34,8	30,7	22,1	12,3	29,7	25,5	29,0	33,2
Nenhum concorrente	7,6	5,4	4,0	10,2	8,7	2,4	9,0	3,5	7,9	6,2	6,2	7,2
Orientação internacional												
Nenhum consumidor no exterior	98,2	99,3	99,0	99,2	98,8	98,0	97,2	100,0	98,3	100,0	97,5	100,0
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,3	0,4	1,0	0,8	0,7	1,1	2,3	0,0	1,4	0,0	1,5	0,0
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,4	0,3	0,0	0,0	0,6	0,9	0,0	0,0	0,3	0,0	1,0	0,0
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Empregados atualmente												
Nenhum	61,2	76,6	55,1	69,3	46,5	56,2	70,8	87,3	63,5	89,5	70,0	81,5
1 Empregado	19,2	14,7	18,0	12,9	21,6	32,4	10,5	6,7	21,0	4,9	14,3	10,4
2 Empregados	11,2	4,2	12,6	13,6	20,4	5,9	6,5	1,9	9,2	1,1	8,3	6,0
3 Empregados	1,8	2,1	4,2	2,0	1,4	2,3	1,6	1,9	1,3	2,4	2,8	0,0
4 Empregados	2,1	1,0	4,9	1,1	3,3	1,0	3,6	1,1	1,4	1,1	1,3	0,0
5 ou mais empregados	4,5	1,5	5,2	1,1	6,7	2,2	7,0	1,0	3,6	1,1	3,3	2,1
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)												
Nenhum emprego	72,3	87,5	58,7	79,1	65,3	84,0	85,3	94,7	46,5	56,2	80,5	82,1
1 Emprego	3,9	2,7	6,0	6,4	8,4	6,5	1,5	1,8	21,6	32,4	3,9	0,0
2 Empregos	6,7	5,0	11,3	8,4	9,3	7,8	3,5	2,0	20,4	5,9	5,8	3,7
3 Empregos	3,7	2,0	5,1	3,0	3,6	1,7	3,7	0,0	1,4	2,3	2,1	3,6
4 Empregos	2,7	0,8	5,6	0,8	1,8	0,0	0,5	0,0	3,3	1,0	1,5	2,8
5 ou mais empregos	10,6	2,0	13,3	2,3	11,7	0,0	5,5	1,5	6,7	2,2	6,2	7,8
Idade da Tecnologia ou processos												
Menos de 1 ano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,5	0,6	0,0	0,0	1,2	1,0	1,0	0,0	0,3	0,0	0,4	3,2
Mais de 5 anos	99,5	99,4	100,0	100,0	98,8	99,0	99,0	100,0	99,7	100,0	99,6	96,8
Faturamento												
Até R$ 60.000,00	62,3	80,4	45,3	60,5	56,0	82,9	83,2	96,3	61,1	80,8	75,6	75,6
De R$ 60.000,01 a R$ 360.000,00	3,5	1,3	2,8	1,8	2,3	0,9	3,9	0,0	4,4	1,9	1,6	0,0
De R$ 360.000,01 a R$ 3.600.000,00	0,8	0,0	0,5	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Acima de R$ 3.600.000,00	0,4	1,8	5,6	7,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	0,0
Ainda não faturou nada	33,0	16,6	45,7	29,8	40,7	16,2	12,9	3,7	33,5	14,9	22,8	24,4
Registro formal												
Possui cadastro na prefeitura, na junta comercial, na secretaria da agricultura ou na receita federal	24,9	10,6	23,4	13,2	23,0	11,4	28,5	7,2	25,5	8,9	24,4	16,9
Não possui nenhum tipo de registro	75,1	89,4	76,6	86,8	77,0	88,6	71,5	92,8	74,5	91,1	75,6	83,1
CNPJ												
Possui CNPJ	20,4	8,0	16,2	9,4	19,7	7,0	24,3	5,6	20,2	7,0	22,4	16,9
Não possui CNPJ	79,6	92,0	83,8	90,6	80,3	93,0	75,7	94,4	79,8	93,0	77,6	83,1

Fonte: GEM Brasil 2013

tos criados por oportunidade, em geral, merece destaque positivo a existência de poucos concorrentes, a geração de emprego, o registro formal e a posse de CNPJ. Por exemplo, 20% dos empreendimentos iniciais por oportunidade possuem o CNPJ, contra 8% dos empreendimentos iniciais por necessidade.

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 05

MENTALIDADE EMPREENDEDORA E POTENCIAIS EMPREENDEDORES

5

MENTALIDADE EMPREENDEDORA E POTENCIAIS EMPREENDEDORES

No presente capítulo discorre-se sobre a postura da população em relação às atividades empreendedoras, o sonho da população brasileira e os potenciais empreendedores.

5.1 Postura da população em relação às atividades empreendedoras

A percepção da população sobre empreendedorismo ajuda a avaliar a aceitação social da atividade empreendedora no país, bem como o grau de disposição do indivíduo em relação a essa alternativa de carreira. Dado que o contexto social restringe ou facilita a ação de seus membros (Giddens, 1986; DiMaggio e Powell, 1983), caso o indivíduo seja favorável à atividade empreendedora, novos empreendimentos devem surgir e a cultura empreendedora tende a se fortalecer progressivamente. Nesse sentido, a mídia e especialistas tem um papel importante, na divulgação (Phillips, Hardy e Lawrence, 2004) do empreendedorismo como uma opção de carreira que favorece o desenvolvimento econômico, a criação de novos postos de trabalho e a redução de desigualdades no país.

No entanto, percepções favoráveis ao tema, aliadas às oportunidades no mercado, não implicam necessariamente na abertura de novos negócios. É necessário também avaliar se empreender é exequível para os indivíduos (McMullen e Shepherd, 2006). Fatores como o medo de fracassar ou a consciência sobre a incapacidade de gerir o próprio negócio podem, de fato, restringir o potencial empreendedor.

Na Tabela 5.1 compara-se a mentalidade da população adulta no Brasil com a de outros países, com diferentes níveis de desenvolvimento, de acordo com o índice global de competitividade (GCR, 2013): Alemanha e EUA (economias impulsionadas pela inovação), China e México (impulsionadas pela eficiência, assim como o Brasil) e Índia (economia impulsionada por fatores).

Como pode ser observado, grande parte da população brasileira (mais de 80%) considera que a abertura de um novo negócio é uma boa opção de carreira, percebe que a mídia reporta histórias bem sucedidas de empreendedores e, que empreender é uma atividade respeitável, tendo atingido o maior percentual dentre os cinco países utilizados como base de comparação. Ainda assim, poucas pessoas (37,7%) afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos, quando comparados países com o mesmo nível de desenvolvimento: China e México (com 48,4% e 56,5%, respectivamente). De qualquer forma, brasileiros demonstraram conhecer pessoalmente mais empreendedores em 2013 do que em 2012 (37,7% contra 33,7%).

Quanto à questão da exequibilidade, embora 50% da população brasileira perceba boas oportunidades na região onde vive e considere que tenha aptidão para explorá-las (52,1%), a propensão ao risco (57,3%) [10] é em geral inferior à da população dos outros países (China, EUA, Índia e México) e também inferior à relatada na pesquisa GEM de 2012 (64,5%).

Na Tabela 5.2 avalia-se a mentalidade empreendedora da população nas diversas regiões brasileiras.

Em geral, a percepção sobre o

10Não seriam impedidos de empreender pelo medo de fracassar.

Tabela 5.1 – Mentalidade empreendedora da população adulta – Países – 2013

Mentalidade empreendedora	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população de 18-64 anos					
Mentalidade						
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	37,7	25,0	48,4	27,2	38,6	56,5
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem	50,0	31,3	33,1	47,2	41,4	53,6
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio	52,1	37,7	36,3	55,7	55,8	58,5
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio	57,3	51,9	64,1	65,0	64,4	67,0
Concordam que em seu país a maioria das pessoas preferiria que todos tivessem um padrão de vida parecido	82,2	56,2	39,2	-	52,3	57,2
Concordam que em seu país a maioria das pessoas considera que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira	83,9	49,4	69,6	-	61,5	57,8
Concordam que em seu país aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status perante a sociedade	81,0	75,2	73,5	-	70,4	62,3
Concordam que em seu país, vê-se frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	83,2	49,9	71,3	-	61,4	50,8

Fonte: GEM 2013

empreendedorismo ser uma atividade aceitável é semelhante entre as populações das diferentes regiões. As discrepâncias referem-se a outros três tópicos.

O primeiro está relacionado à percepção das boas oportunidades para a população empreender nas regiões onde vivem. A região Norte se destacou com 54,5% dos entrevistados respondendo afirmativamente a esta questão. Pessoas das regiões do Nordeste e do Sul percebem, em geral, menos oportunidades para empreender do que a média da população nacional (50%), com 48,5% e 48% respectivamente.

Os outros dois tópicos referem-se à autoavaliação sobre a qualificação para empreender e à propensão ao risco. Habitantes das regiões Centro-Oeste e Sul percebem-se menos preparados e qualificados para empreender (em torno de 48%) do que os habitantes das regiões Norte e Nordeste (em torno de 55%). Nota-se também que os habitantes das regiões Sul, Centro Oeste e Sudeste têm mais medo de fracassar do que os das regiões Norte e Nordeste. Uma possível explicação para o fenômeno é que indivíduos dessas duas últimas regiões têm menos oportunidades em outras atividades, e, portanto, menos a perder ao arriscarem. Ou seja, seus custos de oportunidade são menores.

Na Tabela 5.3 é apresentada a mentalidade empreendedora das pessoas envolvidas em negócios em estágio inicial, nas diferentes regiões do país.

Tabela 5.2 – Mentalidade empreendedora da população adulta – Brasil e Regiões – 2013

Mentalidade empreendedora	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população de 18-64 anos					
Mentalidade						
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	37,7	36,3	38,8	36,4	39,7	31,4
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem	50,0	54,5	48,5	52,5	50,3	48,0
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio	52,1	56,3	54,9	47,6	51,7	48,4
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio	57,3	62,5	61,2	52,1	55,0	56,9
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas preferiria que todos tivessem um padrão de vida parecido	82,2	80,2	79,7	81,9	85,2	79,4
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas considera que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira	83,9	87,7	87,2	84,0	81,4	83,1
Concordam que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status perante a sociedade	81,0	84,2	85,1	82,5	78,0	79,9
Concordam que no Brasil, vê-se frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	83,2	87,8	83,6	81,9	82,7	81,9

Fonte: GEM Brasil 2013

Quando a percepção desse segmento de respondentes é comparada à da população adulta como um todo (Tabela 5.2) percebe-se que existem diferenças consideráveis em três tópicos: mais pessoas afirmam conhecer pessoalmente algum empreendedor, percebem oportunidades na região onde vivem e enxergam-se preparadas para empreender. Em geral, empreendedores iniciais tendem a buscar conhecimento e informação junto a outros empreendedores, muitos inclusive no mesmo estágio de desenvolvimento do empreendimento, além de prepararem-se melhor para gerirem os seus negócios.

Curioso notar que, comparada às demais regiões, a região Sul possui um menor número de empreendedores que conhece alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos e que percebe oportunidades para empreender na região onde vive. Isto pode refletir a baixa taxa de desocupação nessa região. Indica também a necessidade de promover uma rede de relacionamento entre empreendedores na região.

Ainda comparando as tabelas 5.2 e 5.3, os empreendedores em estágio inicial apresentam maior propensão ao risco (63,8%) do que a população em geral (57,3%). Pode-se concluir que o empreendedor inicial acredita no seu negócio e tende a mitigar os seus riscos.

Empreendedores iniciais da região Centro-Oeste (55,1%), Sudeste (62,6%) e Sul (61,6%) apresentam os

Tabela 5.3 – Mentalidade empreendedora dos empreendedores iniciais – Brasil e Regiões – 2013

Mentalidade empreendedora	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Mentalidade						
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	51,6	46,0	50,8	45,5	55,9	42,1
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem	61,7	67,3	66,2	59,4	60,5	56,2
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio	72,8	74,4	78,9	63,5	72,6	66,4
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio	63,8	69,9	68,2	55,1	62,6	61,6
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas preferiria que todos tivessem um padrão de vida parecido	84,0	81,6	77,2	80,8	88,8	80,2
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas considera que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira	86,2	91,2	84,7	87,4	86,4	84,4
Concordam que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status perante a sociedade	84,3	86,0	87,6	87,2	82,9	80,8
Concordam que no Brasil, vê-se frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	86,5	92,2	85,9	84,8	86,4	85,1

Fonte: GEM Brasil 2013

menores percentuais ao afirmar que o medo de fracassar não impediria que iniciassem um negócio, em comparação com as regiões Norte (69,9 %) e Nordeste (68,2 %).

As informações da Tabela 5.4 retratam a mentalidade empreendedora das pessoas envolvidas em negócios estabelecidos

Se comparados aos iniciais, uma proporção menor de empreendedores estabelecidos percebem conhecer outros empreendedores, visualizam oportunidades de negócios, se consideram preparados para empreender. Nessa fase, com a experiência e investimentos realizados, os empreendedores tendem a ser mais críticos e focados na gestão e no crescimento do negócio. Por outro lado, um maior número de empreendedores estabelecidos apresenta disposição a correr riscos.

Em geral, a propensão ao risco dos empreendedores estabelecidos da região Nordeste (71,3%) é maior do que a observada no Brasil e nas demais regiões. Os empreendedores do Centro-Oeste (58,3%) são os menos propensos ao risco dentre as regiões brasileiras.

Tabela 5.4 – Empreendedores estabelecidos segundo a mentalidade empreendedora – Brasil e Regiões – 2013

Mentalidade empreendedora	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Mentalidade						
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	44,0	42,3	48,0	45,0	44,4	35,7
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem	53,8	62,3	56,4	53,4	50,5	56,2
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio	70,7	69,3	77,1	63,9	70,9	64,4
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio	67,2	64,7	71,3	58,3	67,9	65,4
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas preferiria que todos tivessem um padrão de vida parecido	82,8	84,7	80,2	84,1	85,0	78,9
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas considera que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira	84,7	91,0	90,4	88,8	81,2	80,1
Concordam que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status perante a sociedade	82,0	83,4	85,6	85,0	81,6	74,7
Concordam que no Brasil, vê-se frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	83,2	85,6	81,8	86,7	82,9	83,2

Fonte: GEM Brasil 2013

5.2 Sonho da população adulta

Na Tabela 5.5 são apresentados os sonhos da população adulta brasileira, incluindo empreendedores e não empreendedores.

A média dos respondentes demonstra que o sonho de possuir o próprio negócio ocupa a terceira posição (34,6%), superando a intenção de ter um diploma de ensino superior ou fazer uma carreira numa empresa (18,8%). O principal sonho do brasileiro é adquirir a casa própria (45,2%), e o segundo, viajar pelo Brasil (42,5%).

Nota-se, adicionalmente, que habitantes da região Norte (42,3%) e Nordeste (39,6%) demonstram valorizar mais a abertura do próprio negócio do que a média da população brasileira, e que habitantes da região Sul e Sudeste são os que mais valorizam fazer carreiras em empresas. É importante considerar que nessa última região há mais ofertas de emprego na área privada (principalmente em São Paulo) e pública (principalmente no Rio de Janeiro).

Como potencial a ser explorado por políticas voltadas para o fomento do empreendedorismo no Brasil, a pesquisa GEM 2013 procurou destacar o sonho da população adulta não empreendedora, ou seja, aqueles indivíduos não envolvidos com a atividade empreendedora.

Tabela 5.5 - Sonho da população adulta – Brasil e Regiões – 2013

Sonho do brasileiro	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população de 18-64 anos					
Sonho						
Comprar a casa própria	45,2	46,8	49,2	46,4	45,3	36,6
Viajar pelo Brasil	42,5	38,5	35,2	41,4	45,6	49,2
Ter seu próprio negócio	34,6	42,3	39,6	31,3	32,8	28,6
Comprar um automóvel	34,3	36,9	34,3	31,7	34,9	32,2
Viajar para o exterior	26,8	27,1	20,7	21,5	30,0	31,1
Ter um diploma de ensino superior	25,5	32,0	22,7	20,7	27,7	22,6
Ter plano de saúde	22,5	24,8	13,3	19,3	27,6	24,7
Fazer carreira numa empresa	18,8	17,6	14,5	16,2	21,3	21,5
Ter seguro de vida	16,1	16,3	9,1	13,4	20,3	17,9
Casar ou formar uma família	14,0	13,7	13,5	10,8	15,8	11,2
Ter seguro para automóvel	13,7	12,2	4,1	11,4	20,6	12,8
Comprar um computador	11,9	16,9	6,7	10,5	14,1	13,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Como pode ser observado na Tabela 5.6, o principal sonho da população não empreendedora é o de comprar uma casa própria (46,7%). O sonho de empreender aparece em quarto lugar, com um percentual menor (32,8%) quando a referência é a população brasileira. Regionalmente, esse sonho manifesta-se com maior intensidade na população das regiões Norte (43,2%) e Nordeste (40,6%).

Entre não empreendedores, a proporção de mulheres que desejam ter o seu próprio negócio (51,6%) supera a do gênero masculino (48,4%). Esse viés é relevante quando se constata que, no conjunto da população de 18 a 64 anos, esses percentuais são praticamente idênticos.

Nas faixas etárias de maior idade (45 a 64 anos), no total da população ou somente na de não empreendedores,

Tabela 5.6 - Sonho da população não empreendedora – Brasil e Regiões – 2013

Sonho do brasileiro	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% não empreendedores					
Sonho						
Comprar a casa própria	46,7	50,9	50,1	49,0	45,9	39,2
Viajar pelo Brasil	42,7	38,2	35,3	42,9	45,7	50,2
Comprar um automóvel	34,7	37,0	33,5	32,8	35,5	34,4
Ter seu próprio negócio	32,8	43,2	40,6	29,9	28,1	27,0
Viajar para o exterior	27,4	26,6	21,9	22,3	30,6	31,9
Ter um diploma de ensino superior	26,4	32,6	23,5	22,0	28,4	25,1
Ter plano de saúde	22,7	24,8	14,1	19,3	27,1	26,6
Fazer carreira numa empresa	21,8	18,4	16,7	18,7	25,3	25,3
Ter seguro de vida	16,4	15,5	10,1	13,6	20,1	19,6
Casar ou formar uma família	15,3	15,5	14,6	12,0	17,3	12,5
Ter seguro para automóvel	13,5	11,3	4,0	11,4	20,6	14,2
Comprar um computador	12,5	17,0	7,5	10,7	14,7	14,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Na Tabela 5.7 são apresentadas informações que permitem avaliar a distribuição do sonho da população adulta brasileira, segundo características sócias demográficas.

a proporção de pessoas que sonham ter um próprio negócio é maior do que aquelas que almejam fazer carreira numa empresa. Esse resultado indica o potencial da clientela de maior idade

como foco de políticas voltadas para o fomento do empreendedorismo no país.

Quanto ao nível de instrução da população de não empreendedores que deseja ter o seu próprio negócio, 57,3% não possui sequer segundo grau completo, o que indica a especificidade desse grupo no que se refere às condições para empreender. Merece destaque também que a população de não empreendedores que deseja ter seu próprio negócio está concentrada na faixa de menos de 3 salário mínimos. Nesse contexto, as políticas de fomento ao empreendedorismo podem se assumir também como políticas de forte conteúdo social.

5.3 Potenciais empreendedores

Nas Tabelas 5.8 e 5.9 são apresentadas as taxas de potenciais empreendedores no país, ou seja, entrevistados que esperam iniciar sozinhos ou com outras pessoas um novo negócio nos próximos três anos, independentemente de já serem empreendedores.

Quando comparados aos potenciais empreendedores dos países utilizados como base de comparação (Tabela 5.8), o Brasil mostra-se mais propenso à atividade empreendedora (29,4 %) do que os outros países, tendo a Índia (25,5%) e o México (23,5%) chegado mais próximos do percentual brasileiro.

Tabela 5.7 - Distribuição da população em relação ao Sonho dos brasileiros segundo características sociodemográficas – Brasil – 2013

Características sociodemográficas	Brasil			
	Fazer carreira numa empresa	Ter seu próprio negócio	Fazer carreira numa empresa	Ter seu próprio negócio
	% da população de 18-64 anos		% de não empreendedores	
Gênero				
Masculino	47,0	50,1	51,0	48,4
Feminino	53,0	49,9	49,0	51,6
Faixa etária				
18-24 anos	20,0	13,9	37,4	27,0
25-34 anos	34,7	29,1	31,1	30,2
35-44 anos	22,6	27,3	19,6	21,2
45-54 anos	16,7	21,4	8,6	13,6
55-64 anos	5,9	8,2	3,3	7,9
Grau de escolaridade				
Menor que segundo grau completo	50,6	57,3	45,8	50,1
Segundo grau completo	34,1	31,1	36,4	35,4
Maior que segundo grau completo	15,3	11,6	17,9	14,6
Faixa de renda				
Menos de 3 salários mínimos	66,2	65,2	68,8	69,8
3 a 6 salários mínimos	27,6	26,8	23,7	23,9
6 a 9 salários mínimos	3,5	5,4	4,4	3,7
Mais de 9 salários mínimos	2,7	2,7	3,0	2,6

Fonte: GEM Brasil 2013

Tabela 5.8 - Taxa de empreendedorismo segundo potenciais empreendedores – Países – 2013

Potenciais empreendedores	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
	% da população de 18-64 anos					
Taxa	29,4	8,9	16,6	16,6	25,5	23,5

Fonte: GEM 2013

De acordo com a Tabela 5.9, o percentual da população brasileira de 18 a 64 anos que afirma pretender abrir um novo negócio nos próximos três anos é de 29,4%, significando aproximadamente 36 milhoes de indivíduos. sivo potencial a ser explorado pelas políticas de fomento ao empreendedorismo no país.

Com relação ao perfil, no geral, no Brasil e independentemente das

Tabela 5.9 - Taxa de empreendedorismo segundo potenciais empreendedores – Brasil e Regiões – 2013

Potenciais empreendedores	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% da população de 18-64 anos					
Taxa de potenciais empreendedores	29,4	41,7	35,2	26,8	17,8	26,2

Fonte: GEM Brasil 2013

No Norte (41,7%) e no Nordeste (35,2%), esse percentual é expressivamente maior do que nas regiões Sudeste (17,8%), Sul (26,2%) e Centro-Oeste (26,8%). Mesmo nessas regiões, esse percentual é elevado e revela o expres- regiões (Tabela 5.10), os potenciais empreendedores apresentam baixos níveis de escolaridade e de renda, com distribuições semelhantes aos empreendedores iniciais (ver Capítulo 3).

Tabela 5.10 - Distribuição dos potenciais empreendedores segundo características sociodemográficas – Brasil e Regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% de potenciais empreendedores					
Gênero						
Masculino	49,4	50,9	47,8	50,5	50,0	50,4
Feminino	50,6	49,1	52,2	49,5	50,0	49,6
Faixa etária						
18-24 anos	22,3	26,1	23,9	21,5	20,3	20,7
25-34 anos	30,1	30,4	32,5	30,8	29,3	25,3
35-44 anos	23,9	23,9	22,6	22,6	25,0	23,8
45-54 anos	16,5	15,0	15,6	17,2	16,5	20,4
55-64 anos	7,2	4,7	5,3	7,9	8,9	9,7
Grau de escolaridade						
Menor que segundo grau completo	49,1	55,6	45,2	55,3	48,6	52,7
Segundo grau completo	34,5	31,0	39,4	26,3	34,4	28,3
Maior que segundo grau completo	16,4	13,5	15,4	18,5	17,1	18,9
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	63,6	76,3	73,4	63,6	53,0	58,6
3 a 6 salários mínimos	27,3	18,0	20,3	25,4	34,7	33,4
6 a 9 salários mínimos	5,0	3,5	3,3	5,2	7,1	3,7
Mais de 9 salários mínimos	4,1	2,1	3,0	5,8	5,2	4,4

Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 06

BUSCA DE ORGÃOS DE APOIO

6

BUSCA DE ORGÃOS DE APOIO

Este capítulo tem como objetivo analisar a busca dos empreendedores brasileiros por órgãos de apoio, tais como Senac, Sebrae, Senai, Sindicatos, entre outros.

No Brasil, somente 15,4% dos empreendedores procuraram auxílio de órgãos de apoio. O principal órgão de apoio a que os empreendedores recorrem é o Sebrae (9,2%), seguido pelo SENAI (1,8%). Os resultados são similares nas regiões brasileiras. Destaca-se, no entanto, percentuais relativamente mais elevados de procura de apoio junto ao Sebrae nas regiões Norte e Nordeste (Tabela 6.1).

É importante mencionar que 84,6% dos empreendedores não procuram qualquer órgão de apoio. Esse fato é extremante relevante para orientar a formulação de políticas de fomento ao empreendedorismo no Brasil.

Região Sul, onde esses percentuais alcançam 50%.

Em relação à faixa etária, tanto no Brasil quanto nas regiões Norte, Sudeste e Sul, o maior percentual de empreendedores que buscam apoio encontra-se na faixa de 35 a 44 anos. Merece destaque o percentual de empreendedores na faixa etária de 25 a 34 anos que buscam órgãos de apoio nas regiões Nordeste e Centro-Oeste. Em nível nacional e nas regiões brasileiras, é pequeno o percentual dos empreendedores mais jovens (18-24 anos) que procuram algum tipo de apoio.

Com relação ao nível de escolaridade, os empreendedores com segundo grau completo são aqueles que mais demandam apoio, exceto na Região Norte onde a maior demanda é realizada pelos empreendedores com escolaridade menor.

Tabela 6.1 - Busca de órgãos de apoio pelos empreendedores brasileiros – Brasil e regiões – 2013

Órgãos de apoio	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
		% de Empreendedores				
Instituição						
Não procurou nenhum	84,6	84,1	83,2	87,6	83,9	88,0
Associação comercial	0,6	0,5	0,0	1,1	1,0	0,3
SENAC	1,4	1,4	2,1	1,1	1,2	0,7
SEBRAE	9,2	10,6	10,7	7,1	8,7	8,4
SENAI	1,8	1,4	1,5	1,9	2,2	0,9
SENAR	0,2	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2
SENAT	0,2	0,0	0,4	0,0	0,1	0,0
Sindicato	0,2	0,0	0,4	0,5	0,1	0,3
Endeavor	0,1	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
Outro	1,8	1,8	1,4	0,6	2,4	1,1

Fonte: GEM Brasil 2013

A Tabela 6.2 relaciona a busca por órgãos de apoio com algumas características socioeconômicas dos empreendedores. Em geral, os empreendedores do gênero masculino buscam mais apoio do que o feminino (55,6% contra 44,4%). Isso também ocorre em quase todas as regiões brasileiras, exceto na

No que se refere à renda, no Brasil, a maior demanda por apoio encontra-se na faixa de 3 a 6 salários mínimos, fato que se observa também nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul. No Norte e Nordeste, a maior demanda é por parte dos empreendedores com ren-

dimentos inferiores a 3 salários mínimos.

É importante também destacar que, no Brasil, dentre aqueles empreendedores que **não** demandam apoio, predominam os empreendedores com escolaridade menor que o segundo grau completo e rendimentos na faixa de menos de 3 salários mínimos.

Tabela 6.2 - Busca de órgãos de apoio pelos empreendedores brasileiros – Brasil e regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil		Regiões Brasileiras									
			Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste		Sul	
	% de empreendedores											
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Gênero												
Masculino	55,6	51,5	50,8	47,9	52,0	53,4	55,2	49,4	59,4	51,4	50,0	45,2
Feminino	44,4	48,5	49,2	52,1	48,0	46,6	44,8	50,6	40,6	48,6	50,0	54,8
Faixa etária												
18-24 anos	9,8	12,0	9,9	11,2	7,3	12,7	5,8	12,8	10,8	11,7	14,3	11,1
25-34 anos	29,1	26,8	27,6	25,9	35,1	25,9	33,2	27,7	28,0	27,6	18,0	26,0
35-44 anos	30,6	25,5	29,5	29,4	24,0	26,8	28,4	24,6	33,0	25,0	37,6	23,4
45-54 anos	23,7	23,4	26,1	22,8	27,6	24,3	19,8	21,2	22,1	22,3	22,3	27,6
55-64 anos	6,8	12,3	6,9	10,7	6,0	10,3	12,8	13,7	6,2	13,4	7,8	11,9
Grau de escolaridade												
Menor que segundo grau completo	35,5	57,5	43,3	57,0	32,1	49,6	35,5	62,2	38,7	58,9	23,3	63,4
Segundo grau completo	39,5	31,1	32,8	31,7	44,2	38,4	37,1	23,9	38,0	30,5	41,6	24,7
Maior que segundo grau completo	24,9	11,4	23,9	11,2	23,6	12,1	27,5	13,9	23,4	10,5	35,1	11,9
Faixa de renda												
Menos de 3 salários mínimos	39,0	63,3	60,7	71,3	52,3	69,7	32,9	65,7	31,6	59,2	27,7	59,7
3 a 6 salários mínimos	42,5	28,3	23,3	21,1	33,8	24,7	43,8	25,7	46,6	30,9	59,3	31,8
6 a 9 salários mínimos	10,5	4,7	13,9	3,8	10,0	3,5	4,7	3,8	11,8	5,6	6,6	4,7
Mais de 9 salários mínimos	8,1	3,7	2,1	3,7	3,9	2,1	18,5	4,7	10,0	4,3	6,4	3,8

Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 07

INVESTIDOR INFORMAL

7

INVESTIDOR INFORMAL

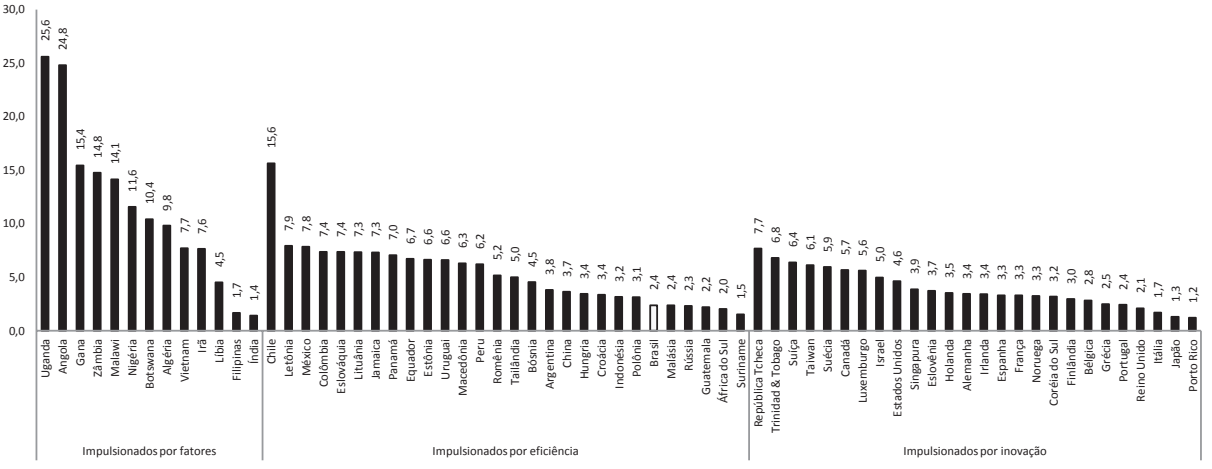
A grande maioria dos novos negócios requer alguma forma de investimento inicial. Além das formas tradicionais de financiamento, como recursos de bancos ou de órgãos de fomento, outra fonte de financiamento, conhecida como investidores informais, vem se disseminando no Brasil e no Mundo. Tais investidores consistem de amigos, familiares conhecidos ou mesmo pessoas que gostaram da iniciativa ou ideia do empreendedor. Este tipo de financiamento pode ser tanto um empréstimo a ser reembolsado pelo empreendedor quanto um investimento em troca de um determinado benefício futuro. Não são considerados como investidores informais aqueles que estão envolvidos com a compra de ações da empresa ou que participam em fundos de investimentos.

Para obter a taxa de investidores informais, a Pesquisa GEM identificou o percentual da população entre 18 e 64 anos que pessoalmente investiu nos últimos três anos, em algum negócio iniciado por terceiros. O levantamento do GEM 2013 aponta que apenas 2,4% dessa população no Brasil adota essa modalidade de investimento.

Pode-se observar no Gráfico 7.1 que os países impulsionados por fatores possuem as maiores taxas de investidores informais, principalmente os países africanos. Uma das explicações é que durante décadas tais países tiveram economias muito mal gerenciadas (Collier, 2010), o que aliado às graves crises políticas, como é o caso da guerra civil angolana, resultaram em um sistema financeiro instável. E em um sistema financeiro fragilizado, investimentos formais de risco, como é o caso do investimento em negócios, dificilmente são oferecidos no mercado. Por esta razão, os investimentos nesses países acabam tendo uma característica eminentemente informal, sendo realizado por parentes e amigos dos empreendedores.

Já os países impulsionados pela inovação acabam tendo taxas menores de investimento informal, por terem sistemas financeiros mais estáveis e formas de financiamento formalizadas, como por exemplo, capital de risco ou

Gráfico 7.1 - Investidores informais segundo a fase do desenvolvimento econômico: taxa – Grupo de países – 2013



Fonte: GEM 2013

empréstimos a fundo perdido de agências de fomento.

Os países impulsionados pela eficiência situam-se em posição intermediária em relação aos outros dois grupos. O Brasil figura entre os de menor percentual de investidores informais desse grupo, na 23ª posição entre os 28 países.

Na Tabela 7.1 verifica-se a taxa brasileira frente às taxas dos cinco países utilizados como base de comparação. É interessante notar a alta taxa de investidores informais no México, mais de três vezes a taxa brasileira. Embora a economia mexicana venha se fortalecendo bastante nos últimos dois anos, este percentual pode ser um reflexo dos vários anos de crise vivenciados pelo México.

Tabela 7.1 - Taxa de investidores informais – Países – 2013

Investidor Informal	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
		% da população 18-64 anos				
Taxa	2,4	3,4	3,7	4,6	1,4	7,8

Fonte: GEM 2013

A baixa taxa de investidores informais parece ser uma característica comum nas cinco regiões brasileiras. Na Tabela 7.2 observa-se que os percentuais regionais são próximos aos da média brasileira, maior na Região Norte (3,1%) e menor na Região Centro Oeste (1,6%). Uma possível explicação para os baixos percentuais observados em todo o Brasil é o fato de o país não ter tradição neste tipo de investimento, da mesma forma que não tem tradição em investimentos formais em negócios, como capital de risco, por exemplo. Ou seja, no Brasil, é difícil conseguir investimentos, sejam esses formais ou informais.

Tabela 7.2 - Taxa de investidores informais – Brasil e Regiões – 2013

Investidor Informal	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
		% da população 18-64 anos				
Taxa	2,4	3,1	2,1	1,6	2,6	2,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Segundo pesquisa do SEBRAE (2013), no Brasil, com exceção das Regiões Sul e Sudeste, o número de microempreendedores individuais (MEI) ultrapassa o número de micro e pequenos empresários (MPE), indicando tipos de negócios que requerem investimentos iniciais muito reduzidos.

Os resultados apresentados na Tabela 7.3 confirmam esse quadro, indicando que, em geral, dois terços dos investidores informais não ultrapassam o valor de R$ 5.000,00, com exceção da Região Centro-Oeste. Assim, pode-se afirmar que, no Brasil, mesmo os poucos empreendedores que chegam a obter algum recurso de investidor informal, conseguem valores bastante baixos, devido às próprias características dos negócios que estão sendo criados. (ver capítulo 04)

Um último aspecto da pesquisa GEM 2013 que merece ser destacado refere-se ao tipo de relacionamento que

Tabela 7.3 - Valor médio investido por investidores informais – Brasil e Regiões – 2013

Percentis	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	Valor do investimento (em R$)					
Investimento 33% mais baixo	Até R$ 2.000,00	Até R$ 2.000,00	Até R$ 1.500,00	Até R$ 3.000,00	Até R$ 2.000,00	Até R$ 2.0
Investimento 33% central	De R$ 2.000,00 a R$ 5.000,00	De R$ 2.000,00 a R$ 5.000,00	De R$ 1.500,00 a R$ 5.000,00	De R$ 3.000,00 a R$ 6.000,00	De R$ 2.000,00 a R$ 5.000,00	De R$ 2.0 a R$ 5.0
Investimento 33% mais alta	Acima de R$ 5.000,00	Acima de R$ 5.000,00	Acima de R$ 5.000,00	Acima de R$ 6.000,00	Acima de R$ 5.000,00	Acima d 5.000,

Fonte: GEM Brasil 2013

esses investidores informais mantem com o empreendedor.

Pela Tabela 7.4 pode-se concluir que, no Brasil, os investimentos informais ainda são majoritariamente exercidos pelos conhecidos do empreendedor, notadamente familiares e amigos. Apenas 0,6% dos investidores informais não possuem relações próximas a seus investidos, sendo que, nenhum deles se encontra nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Tal fato pode ser um indicativo da dificuldade de consolidação no Brasil de modalidades de investimentos mais formalizados, tais como investidores anjo e capital de risco, já que aqui as relações de investimentos parecem estar muito imbricadas com os laços familiares ou de amizade.

Tabela 7.4 - Distribuição dos investidores informais segundo a pessoa que recebeu o investimento – Brasil e Regiões – 2013

Relação com a pessoa que recebeu o investimento	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos investidores informais					
Familiar próximo, como cônjuge, irmãos, filhos, pais ou netos.	49,8	48,2	43,7	53,4	51,1	55,4
Algum outro parente.	18,4	18,5	14,8	13,5	19,7	21,7
Um colega de trabalho.	4,8	6,8	3,0	0,0	5,8	4,9
Um amigo ou vizinho	26,4	24,7	36,6	33,1	23,4	18,1
Um estranho com uma boa idéia de negócio	0,6	1,7	2,0	0,0	0,0	0,0
Outro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CAPÍTULO 08

CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NOS PAÍSES

8

CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NOS PAÍSES

Em função da complexidade do fenômeno que se pretende compreender e em virtude de ser uma pesquisa global que em 2013 conta com a participação de 69 países, é necessário ao GEM que obtenha não apenas dados quantitativos sobre diversos aspectos do empreendedorismo, mas também informações qualitativas que permitam identificar características específicas de cada um dos países participantes.

Com o objetivo de obter tais informações, o GEM realiza duas pesquisas paralelas nos países participantes, uma voltada à população adulta e uma segunda pesquisa direcionada a um grupo de especialistas em cada país. No segundo caso o instrumento aplicado é um questionário, por meio do qual são avaliadas questões relacionadas às condições para empreender (*Entrepreneurial Framework Conditions - EFC's*), com base em uma escala Likert de cinco pontos. A seleção dos especialistas pesquisados segue uma amostragem intencional, não probabilística. Ao final do questionário é feita uma questão aberta, por meio da qual o entrevistado é solicitado a indicar, de forma espontânea, três aspectos que considera limitantes ao empreendedorismo, três favoráveis e três recomendações para melhorar as condições para empreender no seu país.

8.1 Avaliações dos especialistas nas questões abertas - Fatores favoráveis e limitantes ao empreendedorismo no Brasil

Na Tabela 8.1 são apresentados os três fatores apontados pelos especialistas como favoráveis ao empreendedorismo no Brasil: as "normas culturais e sociais" (44,4%), o "acesso ao mercado" (32,1%) e as "políticas governamentais" (29,6%).

O fator "normas culturais e sociais" foi mencionado com maior frequência pelos especialistas, quando estes avaliam o Brasil como um todo (44,4%) e, não apresentou diferença significativa em relação ao estudo realizado no ano anterior (41,4%), no qual esse fator também foi mencionado como um dos mais favoráveis ao empreendedorismo no Brasil. Ao compararmos as posições desses especialistas com relação a esse mesmo fator nas regiões que representam, observa-se que a região Sul apresenta o maior percentual (52,9%) e a região Norte o menor (30,8%). Há considerável diferença entre as regiões do país, com as regiões Sul e Sudeste com percentuais bem superiores em relação às demais regiões.

O fator "normas culturais e sociais" está associado à forma como os empreendedores são aceitos pela sociedade. A grande proporção de pessoas no Brasil que estão direta ou indiretamente relacionados com algum tipo de negócio contribuem para a aceitação do empreendedorismo. Aliado a isso está a crescente valorização da figura do empreendedor na mídia e na sociedade em geral, o que contribui para a aceitação do empreendedorismo como alternativa ao emprego formal e como opção de carreira.

O "acesso ao mercado" foi o segundo fator mais mencionado como favorável pelos especialistas para o Brasil (32,1%), com percentual mais elevado na região Norte (53,8%) e menor percentual na região Centro-Oeste (17,6%). De acordo com os especialistas, o aumento do acesso à informação através da internet e facilidade de interação por meio das redes sociais, associados a esforços governamentais para simplificação do sistema legal e tributário e às ações de órgãos de apoio e fomento ao empreen-

Tabela 8.1 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções relativas a fatores favoráveis e limitantes segundo a percepção dos especialistas – Brasil[1] e regiões[2] – 2013

Fatores	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos Especialistas					
Fatores favoráveis						
Normas Culturais e Sociais	44,4	30,8	33,3	35,3	47,1	52,9
Acesso ao Mercado	32,1	53,8	20,0	17,6	41,2	29,4
Políticas Governamentais	29,6	23,1	26,7	23,5	23,5	23,5
Fatores limitantes						
Políticas Governamentais	80,2	84,6	86,7	82,4	76,5	64,7
Apoio Financeiro	44,4	30,8	46,7	29,4	29,4	64,7
Educação e Capacitação	40,7	38,5	20,0	41,2	47,1	64,7

Fonte: GEM Brasil 2013

Exemplo: 80,2% dos especialistas do Brasil consideram o fator políticas governamentais como fator limitante.

[1]Brasil: Todos os entrevistados do Brasil avaliando Brasil.

[2]Regiões: Todos os entrevistados da região avaliando região.

dedorismo, a exemplo do Sebrae, auxiliam no processo de descoberta e ação sobre oportunidades, além de permitir que mais pessoas busquem o empreendedorismo como fonte de renda e contribuam para o desenvolvimento econômico e social do país.

O fator "políticas governamentais" foi citado tanto como favorável quanto limitante para se empreender no Brasil. Quando mencionado como favorável ao desenvolvimento do empreendedorismo, este fator se refere ao esforço deliberado do governo no sentido de simplificar a atividade empreendedora no país. Iniciativas como a aprovação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e da Lei do Micro Empreendedor Individual, implantação do Simples Nacional para simplificação do sistema de tributação e mais recentemente a criação da Secretaria da Micro e Pequena Empresa são algumas das medidas que vem sendo adotadas pelo governo. Mencionado por 29,6% dos especialistas entrevistados, o fator "políticas governamentais" não apresenta diferenças regionais significativas e representa o avanço do Estado no sentido de assumir seu papel de protagonista na criação de condições favoráveis ao desenvolvimento do ecossistema empreendedor, essencial para o florescimento e crescimento da atividade empreendedora.

Os três fatores limitantes mais citados pelos especialistas também são apresentados na Tabela 8.1: "políticas governamentais" (80,2%), "apoio financeiro" (44,4%) e "educação e capacitação "(40,7%). De se notar que os fatores limitantes citados pelos especialistas entrevistados são os mesmos apontados no estudo do ano passado, mas agora com maior frequência do fator "políticas governamentais" (77%), menor frequência do fator "apoio financeiro" (59,8%) e frequência similar do fator "educação e capacitação" (39,1%).

Como mencionado anteriormente, o fator "políticas governamentais" também foi mencionado como fator limitante ao desenvolvimento do empreendedorismo por 80,2% dos entrevistados, o que mostra a necessidade do poder público de aprofundar as mudanças e medidas no sentido de reduzir a complexidade e a elevada carga que o Sistema Tributário Brasileiro impõe às empresas no país, além de simplificar a burocracia excessiva por parte das instituições públicas, que drenam tempo e recursos financeiros importantes que poderiam ser aplicados no negócio. A despeito do consenso sobre a falta de estímulo ao empreendedorismo no Brasil, há diferenças regionais no Brasil, com menor carência de políticas governamentais de estímulo ao empreendedorismo nas regiões Sul (64,7%) e Sudeste (76,5%) e mais carência nas

demais regiões do país, como nas regiões Nordeste (86,7%), Norte (84,6%) e Centro-Oeste (82,4%).

O fator "apoio financeiro" também apareceu como limitante em 44,4% das respostas dos especialistas entrevistados, percentual 15% abaixo do resultado do estudo do ano anterior (59,8%) o que mostra melhora em relação ao acesso ao crédito no Brasil. A região Sul continua sendo a região com maior dificuldade de acesso ao crédito (64,7%) enquanto que na região Sudeste e Centro-Oeste (29,4%) o acesso ao crédito para empreendedores é menos difícil. A dificuldade de acesso ao crédito, segundo a opinião dos especialistas, deve-se à falta de preparo dos empreendedores em relação aos requisitos do sistema bancário para concessão de financiamentos e o alto custo do crédito no país, o que limita o potencial de crescimento das empresas por ausência de recursos necessários para crescer e desenvolver o negócio com a fonte de recursos apropriada.

Por fim, o fator "educação e capacitação" (40,7%) foi citado como limitante com maior frequência na região Sul (64,7%) e menor frequência na região Nordeste (20%). A ênfase dada pelos especialistas é no sentido de que a educação empreendedora deve ser introduzida e estimulada desde o ensino fundamental e médio e não apenas no ensino técnico e superior. De qualquer maneira, tanto as escolas quanto as universidades ainda estão voltadas para o ensino tradicional que direcionam os alunos para a obtenção de empregos no setor público ou privado, relacionando o empreendedorismo como uma atividade de risco e distante da realidade dos alunos.

8.2 Avaliações dos especialistas nas questões fechadas

Em adição à questão aberta, que permite aos especialistas indicar fatores limitantes e fatores favoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo, o GEM também analisa a avaliação feita pelos especialistas dos fatores mencionados na Tabela 8.2 por meio de questões fechadas em uma escala Likert de cinco pontos.

Dentre os tópicos avaliados positivamente pelos especialistas entrevistados está a "percepção de oportunidades existentes", que se refere à forma como os especialistas avaliam a existência de oportunidades no mercado. Esse tópico recebeu nota 4 na escala Likert por 35,5% dos entrevistados. Avaliação semelhante receberam os tópicos "nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel" e "valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes", que se referem à forma como os empreendedores são percebidos pela

Tabela 8.2 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas a grupos de tópicos com avaliação positiva ou negativa – Brasil – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Tópicos com avaliação positiva					
Percepção de oportunidades existentes	1,7	10,1	28,8	35,5	24,0
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel	3,6	8,4	25,8	39,4	22,9
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes	3,6	11,5	32,4	36,0	16,6
Tópicos com avaliação negativa					
Educação e Capacitação - ensino fundamental e médio	60,2	28,7	7,8	3,3	0,0
Políticas governamentais: burocracia e impostos	58,4	25,4	8,7	3,3	4,2
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia	34,9	39,0	18,9	5,2	2,0

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

sociedade e qual à propensão dos clientes em consumir produtos e serviços que possuam algum tipo de inovação, normalmente associado à atividade de pequenas empresas. Para os tópicos mencionados, 39,4% dos especialistas deram nota 4 na escala Likert para o primeiro tópico e 36% dos especialistas deram nota 4 na escala Likert para o segundo.

Em relação aos tópicos avaliados negativamente, está o tópico "educação e capacitação – ensino fundamental e médio", com 60,2% de notas 1 na escala, o tópico "políticas governamentais: burocracia e impostos", com 58,4% de notas 1 e, o "nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia", com 39% de notas 2 e 34,9% de notas 1. Os tópicos com avaliação negativa evidenciam problemas percebidos pelos especialistas que interferem na atividade empreendedora do país e salientam a necessidade de educação de melhor qualidade, excessiva burocracia governamental e falta de incentivo e estrutura para que a tecnologia gerada nas universidades ou em centros de pesquisa alcance o mercado, gerando negócios com maior potencial de crescimento em relação a negócios tradicionais.

Os tópicos apontados pelos especialistas são compostos por subitens apresentados nas tabelas a seguir para compreensão precisa de seus componentes. Para a formação dos dados relativos à frequência de cada um dos tópicos acima analisados são consideradas as notas dadas para cada um dos subitens. Apenas a título de exemplo, o tópico "percepção de oportunidades existentes", avaliado positivamente pelos especialistas, é composto por cinco subitens conforme demonstrado na Ta-

Tabela 8.3 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo: percepção de oportunidades existentes – Brasil – 2013

Percepção de oportunidades existentes	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Existem inúmeras oportunidades para a criação de novas empresas.	0,0	3,5	24,7	38,8	32,9
Há um número maior de boas oportunidades para a criação de novas empresas do que de pessoas capazes de tirar vantagem delas.	2,4	8,4	25,3	41,0	22,9
Boas oportunidades para novas empresas cresceram consideravelmente nos últimos cinco anos.	0,0	6,0	14,3	40,5	39,3
As pessoas podem facilmente buscar oportunidades de negócios.	1,2	16,5	41,2	29,4	11,8
Existem inúmeras oportunidades boas para a criação de empresas de alto crescimento real.	5,0	16,3	38,8	27,5	12,5

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre percepção de oportunidades existentes

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

bela 8.3 e busca compreender a existência de oportunidades com base em perguntas que representem o fenômeno.

A análise dos dados permite afirmar que os três primeiros subitens do tópico "percepção de oportunidades existentes" são relacionados à percepção da existência de oportunidades no mercado sem considerar o potencial ou os desafios para a exploração dessas oportunidades. Nesse quesito, a avaliação dos entrevistados concentrou-se nas notas 4 e 5 da escala Likert, o que evidencia a percepção geral no sentido de que há no mercado boas oportunidades de negócios, principalmente nos últimos 5 anos. Mas em que pese a avaliação positiva dos subitens iniciais, com relação aos dois subitens finais, que consideram os desafios de se empreender e o potencial de crescimento real do negócio, a opinião dos especialistas não é tão positiva, com clara concentração de avaliação nas notas 3 da escala Likert.

Isso significa que os especialistas entrevistados estão cientes em relação às oportunidades existentes no mercado, mas há claras diferenças entre a existência de oportunidades e os desafios envolvidos no processo de explorar essas oportunidades, principalmente no que se refere ao potencial de crescimento real desses negócios. Em que pese essa ressalva, a avaliação geral dos subitens é bastante positiva e demonstra que há muitas oportunidades de negócios para serem exploradas no país.

A Tabela 8.4 apresenta as frequências relativas do tópico "nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel", também avaliado positivamente pelos especialistas entrevistados. Nota-se em relação aos seus subitens padrão similar no que se refere ao objeto das perguntas que compõem o tópico. Isto porque as duas questões iniciais estão relacionadas ao empreendedorismo como opção de carreira – motivação do empreendedor – e as três finais relacionadas à valorização do empreendedor.

Tabela 8.4 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo: nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel – Brasil – 2013

Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
A criação de novos empreendimentos é considerada uma forma apropriada para enriquecer.	6,0	9,6	30,1	34,9	19,3
A maioria das pessoas considera tornar-se um empreendedor uma opção de carreira desejável.	6,0	17,9	38,1	27,4	10,7
Empresários bem sucedidos tem status e respeito elevados.	1,2	2,4	13,1	41,7	41,7
A mídia mostra frequentemente histórias de empreendedores bem sucedidos.	3,6	7,1	22,6	36,9	29,8
A maioria das pessoas acha que empreendedores são indivíduos competentes e engenhosos.	1,2	4,8	25,0	56,0	13,1

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre o nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

Os dados apontam para uma prevalência de avaliações positivas em relação à valorização do empreendedor em todos os subitens que o compõem, mas principalmente em relação ao status que os empresários de sucesso possuem perante a sociedade brasileira e a atuação da mídia, com maior frequência das notas 4 e 5 da escala Likert. Por sua vez, as duas perguntas iniciais do tópico, relacionadas à motivação para empreender, obtiveram avaliação com prevalência de notas 3 e 4 na escala de mensuração, o que significa que na opinião dos especialistas entrevistados, há maior valorização dos empreendedores do que efetiva motivação para se empreender, tendo em vista os desafios que a carreira empreendedora pressupõe.

O último tópico avaliado positivamente pelos especialistas é a "valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes", que busca identificar a propensão dos consumidores em adquirir produtos e serviços de empresas novas e com alguns elementos de inovação, associados à atividade empreendedora.

A avaliação dos especialistas é no sentido de que os consumidores brasileiros dão valor à inovação, mas ainda relutam em adquirir produtos de empresas nascentes, provavelmente pela falta de credibilidade que essas possuem no mercado. O risco associado ao índice de mortalidade das empresas no Brasil, que tem melhorado nos últimos anos, mas ainda é consideravelmente alto, está associado ao nível de confiança deste consumidor na atividade empreendedora. A noção geral é no sentido de que empresas novas não são consolidadas o suficiente para garantir a mesma qualidade de serviços e produtos do que empreendedores consolidados. A avaliação dos subitens relacionados à inovação tem predominância de notas 4 na escala, enquanto que no subitem relacionado à empresa nascente as avaliações se concentram na nota 3.

As tabelas a seguir trazem os subitens que compõem os tópicos avaliados negativamente pelos especialistas entrevistados e constituem desafios ao pleno desenvolvimento da atividade empreendedora no país. O tópico "educação e capacitação – ensino fundamental e médio" obteve a pior avaliação den-

Tabela 8.5 - Condições favoráveis que afetam o empreendedorismo: valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes – Brasil – 2013

Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Consumidores gostam de experimentar novos produtos e serviços.	2,4	7,1	22,4	45,9	22,4
Consumidores dão alto valor à inovação.	1,2	7,1	30,6	37,6	23,5
Os consumidores são receptivos para comprar produtos e serviços de empreendimentos recém-criados.	7,3	20,7	45,1	24,4	2,4

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre a valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

tre os tópicos avaliados negativamente, com 60,2% de notas 1 na escala de mensuração. A Tabela 8.6 apresenta os três subitens que compõem o tópico mencionado e buscam compreender a inserção de conteúdo relacionado ao empreendedorismo nos níveis fundamental e médio do sistema educacional no Brasil.

A predominância de avaliações na nota 1 da escala Likert evidencia o distanciamento do conteúdo transmitido no nível fundamental e médio das instituições de ensino do país em relação ao potencial de oportunidades e à realidade da população adulta do país, que tem um alto percentual de pessoas envolvidas direta ou indiretamente com algum tipo de negócio.

Tabela 8.6 - Condições limitantes que afetam o empreendedorismo: educação e Capacitação - ensino fundamental e médio – Brasil – 2013

Educação e Capacitação - ensino fundamental e médio	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
O ensino em escolas primárias e secundárias encoraja a criatividade, a auto-suficiência e a iniciativa pessoal.	49,4	32,1	12,3	6,2	0,0
O ensino em escolas primárias e secundárias fornece instrução adequada sobre os princípios econômicos de mercado.	63,4	28,0	7,3	1,2	0,0
O ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas.	67,9	25,9	3,7	2,5	0,0

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre a educação e Capacitação - ensino fundamental e médio.

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

De forma clara, os dados apontam que na avaliação dos especialistas entrevistados a educação fundamental e média no país não contribui para o desenvolvimento do empreendedorismo no país, à medida que há baixa inserção de atividades e conteúdo que estejam relacionados ao desenvolvimento de atividades empreendedoras. Sendo a preocupação central das escolas fundamentais e médias a introdução de conteúdo geral e com vistas à aprovação de seus alunos nos vestibulares, não há nesse nível de educação no Brasil estímulo ao empreendedorismo e à possibilidade da atividade empreendedora como opção de carreira.

A Tabela 8.7 apresenta os subitens que compõem o tópico "políticas governamentais: burocracia e impostos", que obtiveram avaliação negativa com 58,4% de avaliações na nota 1 da escala de mensuração. É notório no Brasil que a carga tributária e o excesso de burocracia e clareza no que tange ao recolhimento de impostos e obtenção de licenças para funcionamento de negócios são fatores que afetam negativamente o desenvolvimento da atividade empreendedora no país.

A elevada burocracia que permeia o funcionamento dos órgãos governamentais é destacada nos subitens

Tabela 8.7 - Condições limitantes que afetam o empreendedorismo: Políticas governamentais: burocracia e impostos – Brasil – 2013

Políticas governamentais: burocracia e impostos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
As novas empresas conseguem obter a maioria das permissões, licenças e concessões em cerca de uma semana.	77,1	19,3	1,2	2,4	0,0
A carga de tributos não é um fardo para empresas novas e em crescimento.	65,5	19,0	6,0	4,8	4,8
Os tributos e outras regulamentações governamentais são aplicados às empresas novas e em crescimento de forma previsível e consistente.	31,6	36,7	20,3	5,1	6,3
É relativamente fácil para empresas novas e em crescimento lidar com a burocracia governamental, regulamentações e permissões.	60,0	28,2	8,2	1,2	2,4

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre as políticas governamentais: burocracia e impostos.

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

analisados que, juntamente com a alta carga tributária no país, são apontados pelos especialistas como os fatores mais relevantes ao desestímulo à atividade empreendedora. Mas esforços no sentido de facilitar o cumprimento de obrigações acessórias associadas ao pagamento de impostos, a exemplo do SIMPLES Nacional, são percebidos de maneira menos negativa pelos especialistas. Exemplo disso é o terceiro subitem do tópico, que trata da previsibilidade e consistência da aplicação das regulamentações governamentais nas empresas em desenvolvimento, que foi avaliado com notas 1, 2 e 3 na escala e permitem afirmar que é o único item que tem sido adequadamente abordado pelo governo.

Mas independentemente de melhoras pontuais, as políticas governamentais brasileiras ainda requerem muitos aprimoramentos para chegarem ao ponto de propiciar o desenvolvimento de um ambiente empreendedor pleno, onde os órgãos governamentais estejam alinhados às necessidades da atividade empreendedora, como alternativa para geração de emprego e renda, com potencial para contribuir com o desenvolvimento econômico e social do país.

Em continuidade à análise dos tópicos avaliados negativamente pelos especialistas, a Tabela 8.8 traz os subitens que compõem o tópico "nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia". A opinião dos especialistas é clara no sentido de que, apesar da alta taxa de empreendedorismo observada no Brasil, a atividade empreendedora carece de inovação tecnológica, uma vez que está baseada em empreendimentos simples, com baixo potencial de transformação de seus mercados e baixa competitividade.

A relação entre os negócios e as universidades e centros de pesquisa é considerada nos subitens utilizados para mensuração deste tópico e evidenciam o distanciamento entre essas entidades. O estímulo à inovação e ao desenvolvimento de tecnologia também é aferido por meio

Tabela 8.8 - Condições que afetam o empreendedorismo: nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia – Brasil – 2013

Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
A ciência, as novas tecnologias e outros conhecimentos são transferidos eficientemente pelas universidades e centros públicos de pesquisa às empresas novas e em crescimento.	24,4	39,7	29,5	5,1	1,3
As empresas novas e em crescimento tem praticamente o mesmo acesso a novas pesquisas e tecnologias que empresas grandes e estabelecidas.	52,5	32,5	11,3	1,3	2,5
As empresas novas e em crescimento tem condições econômicas para obter tecnologias mais avançadas.	51,8	34,9	6,0	4,8	2,4
Há subsídios governamentais adequados para empresas novas e em crescimento adquirirem novas tecnologias.	26,0	44,2	20,8	7,8	1,3
A base científica e tecnológica é eficiente no apoio à criação de negócios baseados em novas tecnologias, em classe mundial, em pelo menos uma área.	18,1	47,2	22,2	8,3	4,2
Existe apoio para que engenheiros e cientistas tenham suas idéias comercializadas através de empresas novas e em crescimento.	33,3	36,1	25,0	4,2	1,4

Fonte: GEM Brasil 2013

Nota: Resultados do questionário com especialistas com perguntas estruturadas sobre o nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

das perguntas constantes na pesquisa e mostram que o Brasil está aquém das exigências em relação a esses quesitos. A falta de tratamento igualitário para empresas novas e em crescimento no que se refere ao acesso a tecnologias e recursos necessários para inovação são os subitens pior avaliados pelos especialistas, com predominância de avaliações na nota 1 da escala, enquanto que os demais subitens obtiveram avaliações menos negativas.

8.3 Recomendações dos especialistas para apoio e estímulo à atividade empreendedora no Brasil

Além da avaliação dos tópicos específicos pelos especialistas, a Pesquisa GEM pede aos participantes que teçam recomendações para melhoria das condições que afetam o empreendedorismo, com vistas ao estímulo da atividade

empreendedora no Brasil.

O resultado da avaliação dos especialistas entrevistados é apresentado na Tabela 8.9 e traz o tópico "políticas governamentais" em primeiro lugar, recomendado por 69,1% dos especialistas entrevistados. O tópico "educação e capacitação" aparece em segundo (51,9%) e "apoio financeiro" em terceiro (32,1%). A recomendação feita pelos especialistas é relevante e mostra que há no país carência de uma mentalidade empreendedora por parte dos órgãos governamentais, que desestimulam a atividade empreendedora por meio da alta carga tributária e excessiva burocracia na condução dos assuntos relativos ao processo de formalização do negócio e de recolhimento de impostos.

A educação da população brasileira também aparece como recomendação e aponta para a necessidade de se educar para empreender e não apenas para transmissão de conteúdo voltado para aprovação nos vestibulares, mas dissociado da realidade da população adulta do país. Como visto por meio da análise dos tópicos que afetam negativamente o empreendedorismo, há carência de educação que desenvolva no ensino médio e fundamental a consciência para o empreendedorismo, bem como as habilidades necessárias para o sucesso na carreira empreendedora.

O acesso a recursos aparece como terceira recomendação e se relaciona não apenas à dificuldade de se obter recursos, mas também ao alto custo a eles associados. De fato, o custo do dinheiro no Brasil está entre os mais altos do mundo e muitos empreendedores brasileiros deixam de investir na criação e desenvolvimento de suas empresas face à dificuldade de obter taxas de retorno que compensem os custos dos recursos necessários para a atividade. Infelizmente o custo para aquisição de recursos no Brasil está atrelado à taxa básica de juros praticada pelo próprio governo, que em muitas ocasiões não consegue efetivar programas e políticas no sentido de melhorar sua avaliação de risco e reduzir a taxa básica de juros praticada no país.

Tabela 8.9 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções relativas às recomendações segundo a percepção dos especialistas – Brasil[1] – 2013

Recomendações	Brasil	
	% dos Especialistas	posição
EFC 2: Políticas Governamentais	69,1	1º
EFC 4: Educação e Capacitação	51,9	2º
EFC 1: Apoio Financeiro	32,1	3º
EFC 3: Programas Governamentais	23,5	4º
EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional	18,5	5º
EFC 10 - Capacidade empreendedora	13,6	6º
EFC 9: Normas Culturais e Sociais	9,9	7º
EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física	8,6	8º
EFC 14 - Contexto Político, Institucional e Social	7,4	9º
EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência Tecnologia)	4,9	10º
EFC 11 - Clima econômico	2,5	11º
EFC 7: Acesso ao Mercado/ Abertura e Barreiras à Entrada	0,0	12º
EFC 12 - Características da Força trabalho	0,0	12º
EFC 13 - Composição da População Percebida	0,0	12º

Fonte: GEM Brasil 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

0 Relatório de Competitividade Global *(Global Competitiveness Report)* – Publicação do Fórum Econômico Mundial

1-WORLD ECONOMIC FORUM. **The global competitiveness report 2012 - 2013.** Disponível em: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2012-2013>. Acesso em: 5 fev. 2014.

1 Disponível em http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDH-Global-2012.aspx

2- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Programa das Nações Unidas do Brasil. **Ranking IDH Global 2012.** Disponível em: <http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDH-Global-2012.aspx>. Acesso em: 7 fev. 2014

3 BYGRAVE, W. D. The Entrepreneurships Paradigm (I): A Philosophical Look At. *Entrepreneurship Theory and Practice* 14 (1): 7-26, 2004.

3-BYGRAVE, W. D. The entrepreneurships paradigm (I): a philosophical look at. **Entrepreneurship Theory and Practice,** [S.l.: s.n.], v. 14, n. 1, p.7-26, 2014.

3 DIESSE - Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas: 2013 / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas e gráficos]. – São Paulo: DIEESE, 2013.

4-SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas:** 2013. São Paulo: Dieese, 2013.

3 GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. Coord. GRECO, T. et al., 2012.

5-GRECO, Simara Maria de Souza Silveira (COORD.) et al. **Empreendedorismo no Brasil : GEM - Global Entrepreneurship Monitor**. Curitiba: IBQP, 2012.

3 GUESSS Brasil – Caderno de pesquisa do Grupo Apoi. http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/finalissimo-Relatorio-GUESSS-Brasil.pdf

6-LIMA, Edmilson et al. **Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários: relatório do estudo GUESSS Brasil 2011**. Disponível em: <http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/finalissimo-Relatorio-GUESSS-Brasil.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2014. COLOCAR A DATA CORRETA DE ACESSO

3 IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Síntese de Indicadores Sociais: Uma análise das condições de vida da população brasileira, 2013

7-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população : 2013.** Rio de Janeiro: IBGE/ Coordenação de População de Indicadores Sociais, 2013. 269 p. (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica).

3 IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Características Étnico-raciais da População: um estudo das categorias de classificação de cor ou raça, 2008.

8-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Características étnico-raciais da população: um estudo das categorias de classificação de cor ou raça : 2008 .** Rio de Janeiro: IBGE / Coordenação de População de Indicadores Sociais, 2011. 99 p.

3 IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/

9-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍTICA. **Http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/>. Acesso em: 11 jan. 2013.

3 JANNUZZI, Paulo de M. A Importância das variáveis sócio-demográficas no estudo do comportamento do consumidor: uma contribuição empírica a partir da análise de Pesquisa de Orçamento Familiar. In: Enanpad, 21, 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de

10-JANUZZI, Paulo de M. A importância das variáveis sócio-demográficas no estudo do comportamento do consumidor : uma contribuição empírica a partir da análise de pesquisa de orçamento familiar. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS – GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 21., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. p. 00 - 00.

3 Julien, A.P. Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

11-JULIEN, A.P. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2010.

3 Kallak Neto, J. A distribuição funcional da renda e a economia não observada no âmbito do sistema de contas nacionais do Brasil. 2013. Tese (Doutorado em Economia)-Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

12-HALLAK NETO, J. **A distribuição funcional da renda e a economia não observada no âmbito do sistema de contas nacionais do Brasil.** 2013. 167f. Tese (Doutorado) - Curso de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

3 Lopez Jr., G. S.; Souza, E. C. L. Instrumento de medida de atitude empreendedora – IMAE. In: Enapad, Salvador – BA, *Anais*...2005.

13-LOPEZ JUNIOR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Instrumento de medida de atitude empreendedora – IMAE. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS – GRADUAÇÃOE PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 21. , 2005, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2005. p. 01-16.

3 Machado, H. V. *Identidade de mulheres empreendedoras.* Maringá: Eduem, 2009.

14-MACHADO, H. V. **Identidade de mulheres empreendedoras.** Maringá: EDUEM, 2009. 137 p.

3 Nascimento Júnior, O. R.; Dantas, A. B.; Santos, P. C. F. dos. Prospecção do potencial empreendedor: validação de uma proposta metodológica. In: Enanpad, 29., 2005, Brasília. Anais... Brasília: Anpad, 2007.

15-NASCIMENTO JÚNIOR, O.R.; DANTAS, A. B.; SANTOS, P. C. F. dos. Prospecção do potencial empreendedor: validação de uma proposta metodológica. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS – GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2007. p. 01-16.

3 Schmidt, S.; Bohnenberger, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *RAC*, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, jul. / ago., 2009.

16-SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Rac,** Curitiba, v. 13, n. 3, p.450-467, jul/ago. 2009.

3 SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Perfil do microempreendedor individual 2012. http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas. Acessado em: 11 de janeiro de 2013.

17-SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Perfil do microempreendedor individual 2012.** Disponível em: <www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas>. Acesso em: 11 jan. 2013.

4 Stel, A., Van, Carree, M., Thurik,R., The Effect of entrepreneurial activity on national economic growh. Small Business Economics, 24(3)311-321, 2005.

Storey, D. J., Understanding the small business sector. London: ITP, 1994.

18-VAN STEL, Andre; CARREE, Martin; THURIK, Roy. The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. **Small Business Economics,** [S.l.: s.n.], v. 24, n. 3, p.311-321, 2005.

19-STOREY, D. J. **Understanding the small business sector.** London: ITP, 1994.

5 DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. 1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. ***American Sociological Review***, 48: 147–160.

20-DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. ***American Sociological Review***, [S.l.: s.n.], v. 48, p. 147–160**,** 1983.

5 GCR. 2013. The Global Competitiveness Report 2013 – 2014. Klaus Schwab. World Economic Forum. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf. Acesso em: 31/01/2014

21-SCHWAB, Klaus (Ed.). **The global competitiveness report 2013 – 2014.** Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf.>. Acesso em: 31 jan. 2014.

5 GIDDENS, A. 1986. ***The constitution of society: Outline of the theory of structuration.*** University of California Press, Berkeley.

22-GIDDENS, A. ***The constitution of society: outline of the theory of structuration.*** University of California Press: Berkeley, 1986.

5 IBGE. Primeiros resultados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2012 e 2013. Disponível em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Fasciculos_Indicadores_IBGE/pnadc_201302caderno.pdf.

Acesso em: 30/01/2014.

23-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. **Primeiros resultados da pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua 2012 e 2013.** Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Fasciculos_Indicadores_IBGE/pnadc_201302caderno.pdf.>. Acesso em: 30 jan. 2014.

5 MC MULLEN J. S.; SHEPHERD D. A. 2006. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. ***Academy of Management Review***. 31. 1: 132-152.

24- MC MULLEN, J. S.; SHEPHERD D. A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. ***Academy of Management Review***. [S.l.: s.n], v.31, n. 1, p. 132-152, 2006.

5 PHILLIPS, N.; LAWRENCE, T.; HARDY, C. 2004. Discourse and institutions. ***Academy of Management Review,*** 29(4): 635-652.

25- PHILLIPS, N.; LAWRENCE, T.; HARDY, C. Discourse and institutions. ***Academy of Management Review.*** [S.l.: s.n], v. 29, n.4, p. 635-652, 2004.

7 COLLIER P. The case of investing in Africa. Disponível em http://www.mckinsey.com/insights/economic_studies/the_case_for_investing_in_africa. Mckinsey, Junho 2010. Acesso em 10/02/2014.

26-COLLIER, Paul. **The case of investing in Africa.** 2010. Disponível em: <http://www.mckinsey.com/insights/economic_studies/the_case_for_investing_in_africa.>. Acesso em: 10 fev. 2014.

7 SEBRAE (2013). Perfil do Microempreendedor Individual (MEI). Série Estudos e Pesquisas.

27-SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Perfil do microempreendedor individual 2013.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/pesquisa-mostra-perfil-do-empreendedor-individual/perfil-mei-2013.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2014.

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

APÊNDICE 01

CONSIDERAÇÕES SOBRE METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

APÊNDICE 01

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 14 anos, mais de 80 países 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 website internacional do GEM www.gemconsortium.org e do IBQP www.ibqp.org.br. Mais de 300 acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do projeto e, como membros do consórcio, têm acesso à programação de entrevistas, procedimentos de coleta de dados e outros detalhes para análises sistemáticas.

A.2 O objetivo do GEM

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

Resumindo, o GEM está centrado em três objetivos:

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

A.3 A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM

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

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

A.4 Público-alvo

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

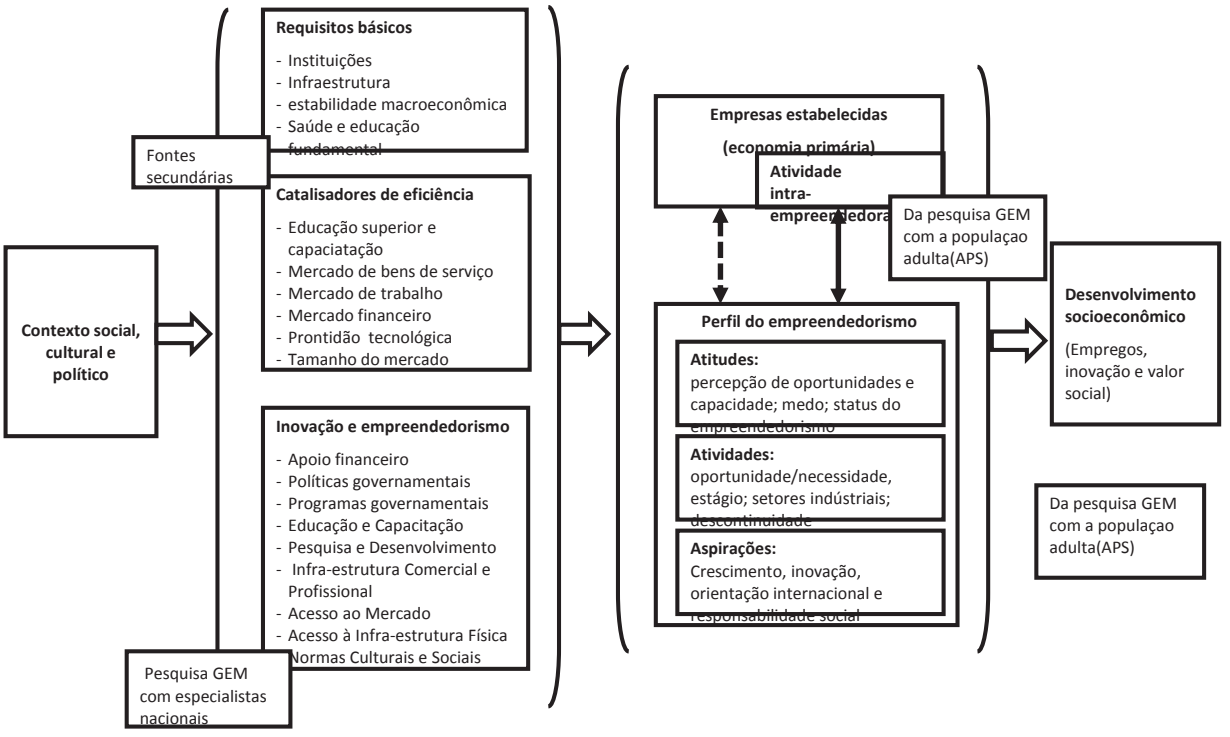
O primeiro segmento é suprido com informações padronizadas e consistentes que permitem a produção de estudos minuciosos sobre o comportamento empreendedor em perspectiva comparada. Esses estudos disporão de uma base de dados sólida, gerada a partir de uma metodologia unificada, que facilita as análises.

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

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

A.5 O modelo GEM

Figura A1.1 - O modelo GEM



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

- ✓ Atitudes empreendedoras são atitudes manifestadas na forma de opiniões e percepções que a sociedade desenvolve face a este fenômeno sociocultural e econômico que é o empreendedorismo;
- ✓ Atividade empreendedora é a quantidade de pessoas em meio à população de um determinado país que estão criando novos negócios (números absolutos e relativos);
- ✓ Aspiração empreendedora reflete a natureza qualitativa do empreendedorismo, uma vez que os entrevistados, ao tratarem desse aspecto, manifestam suas intenções para com o empreendimento que possuem ou estão criando.

A.6 Classificação dos países participantes da pesquisa

Nos primeiros relatórios do GEM, eram incluídos apenas os países de alta renda. Gradativamente, o número de países participantes da pesquisa foi sendo ampliado. Estes países variam muito em termos de desenvolvimento econômico. A partir de 2008, como auxílio para apresentação dos resultados, os países passaram a ser classificados em três categorias[11]: (i) economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, doravante tratadas

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

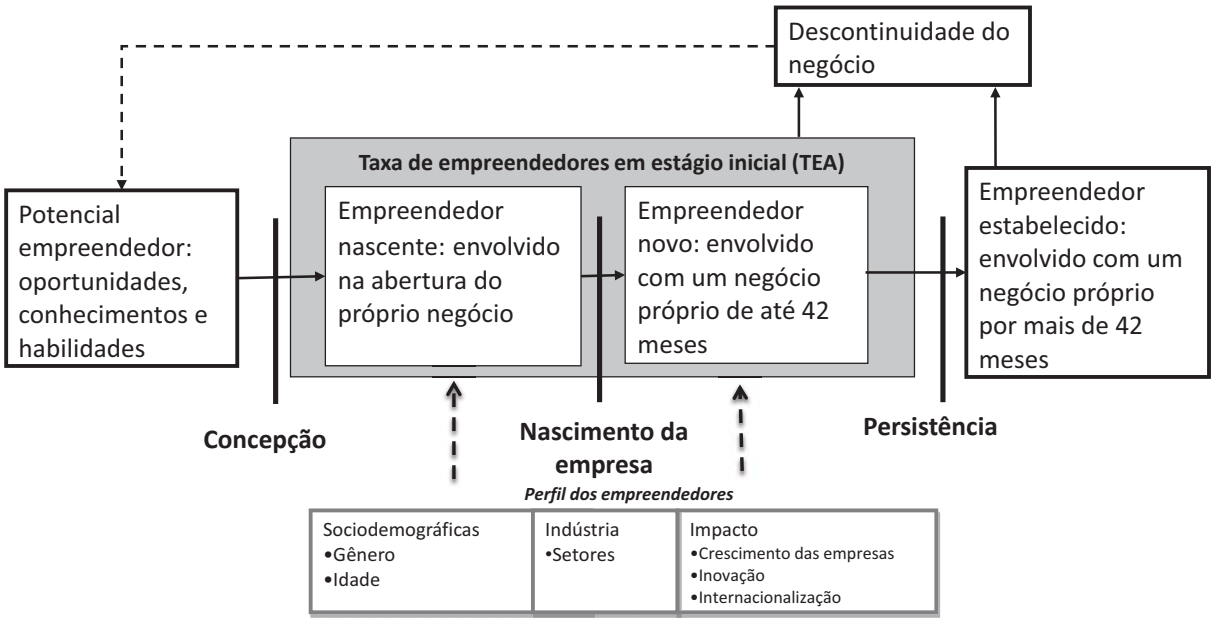
aqui como países impulsionados por fatores, acompanhando a nomenclatura reconhecida internacionalmente; (ii) economias orientadas para a eficiência e a produção industrial em escala, que se configuram como os principais motores de desenvolvimento, doravante denominados países impulsionados pela eficiência;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

A.7 Definições operacionais, indicadores e taxas

O processo empreendedor

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

Figura A1.2 – O processo empreendedor



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**
Atitudes e percepções empreendedoras	
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.
Empreendedorismo como escolha de carreira aceitável	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país a maioria das pessoas considera ser empreendedor uma alternativa desejável de carreira.
Status / valorização social do empreendedorismo	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país, empreendedores de sucesso possuem elevado *status* perante a sociedade
Atenção da mídia para o empreendedorismo	% da população (18 – 64 anos) que concorda que em seu país, são vistas na mídia em geral histórias (e estórias) sobre o sucesso de novos negócios e empreendedores.
Atividade Empreendedora	
Taxa de empreendedores 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.
Taxa de empreendedores 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.
Taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA)	% da população (18 – 64 anos) que é empreendedor nascente ou novo (cf. definição acima)
Taxa de empreendedores estabelecidos (TEE)	% 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.
Taxa total de empreendedores (TTE)	% da população (18 – 64 anos) que é empreendedor em estágio inicial ou estabelecido (cf. definição acima)
Empreendedores por necessidade	Taxa - % da população (18 – 64 anos) que está envolvida com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho;
	Proporção – % de empreendedores em estágio inicial que estão envolvidos com empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho
Empreendedores por 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;
	Proporção – % de empreendedores em estágio inicial que estão envolvidos com empreendedorismo por oportunidade (conforme descrito acima)
Aspirações Empreendedoras	
Expectativa de geração de empregos	Proporção de empreendedores que pretende gerar X empregos em determinado período de tempo
Novidade do produto	Proporção de empreendedores que indicam que seus produtos e serviços são considerados novos para pelo menos alguns de seus clientes E afirmam não haver muitos concorrentes oferecendo o mesmo produto ou serviço na sua localidade de atuação.
Adoção de novas tecnologias	Proporção de empreendedores que adotam tecnologias disponíveis a menos de cinco anos no mercado
Orientação internacional	Proporção de empreendedores com clientes de outros países

Fonte: GEM 2013

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 *start-up* , como escrever um plano de negócios e demandas de mercado.

EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada
Avalia até que ponto os acordos comerciais são inflexíveis e imutáveis, impedindo que novas empresas possam competir e substituir fornecedores, prestadores de serviço e consultores existentes. Essa dimensão também examina a falta de transparência do mercado (informação assimétrica, a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores), as políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.), a estrutura do mercado (facilidade de entrada, dominação por parte de algumas empresas, vantagens para propaganda, competição de preços etc.) e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.
EFC 7.1: Avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro.
EFC 7.2: Avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes.
EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física
Avalia a acessibilidade e a qualidade dos recursos físicos, incluindo: telefonia, correio, internet; energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; áreas e espaços; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.

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.

Neste ano, o GEM internacional inclui 69 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 2013

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
África do Sul	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
Alemanha	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
Ângola								■		■		■	■
Arábia Saudita									■	■			
Argélia									■		■	■	■
Argentina	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Austrália	■	■	■	■	■	■				■	■		
Áustria					■		■					■	
Bangladesh											■		
Barbados											■	■	
Bélgica	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bolívia								■		■			
Bósnia e Herzegovina								■	■	■	■	■	■
Botsuana												■	■
Brasil	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Canadá	■	■	■	■	■	■							■
Cazaquistão							■						
Chile		■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■
China		■	■		■	■	■		■	■	■	■	■
Cingapura	■	■	■	■	■	■					■	■	
Cisjordânia e Faixa de Gaza									■	■			
Colômbia						■	■	■	■	■	■	■	■
Coréia do Sul	■	■						■	■	■	■	■	■
Costa Rica										■		■	
Croácia		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Dinamarca	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Egito								■		■		■	
El Salvador												■	
Emirados Árabes Unidos						■	■		■		■		
Equador				■				■	■	■		■	■
Eslováquia											■	■	■
Eslovênia		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Espanha	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Estados Unidos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Estônia												■	■
Etiópia												■	
Filipinas						■							■
Finlândia	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
França	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gana										■		■	■
Grécia			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Guatemala									■	■	■		■
Holanda	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Hong Kong		■	■	■			■		■				
Hungria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Iêmen									■				
Índia	■	■				■	■	■				■	■
Indonésia						■							■
Irã								■	■	■	■	■	■
Irlanda	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■
Legenda	■	Participante											
		Não Participou											

Fonte: GEM 2013

QUADRO A1.3 (Continuação) – PAÍSES PARTICIPANTES DO GEM DE 2001 A 2013

Países Participantes	Ano da pesquisa GEM												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Islândia		■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Israel	■	■		■			■	■	■	■		■	■
Itália	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■
Jamaica					■	■		■	■	■	■	■	■
Japão	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Jordânia				■					■				
Letônia					■	■	■	■	■	■	■	■	■
Líbano									■				
Líbia													■
Lituânia											■	■	■
Luxemburgo													■
Macedônia								■		■		■	■
Malásia						■			■	■	■	■	■
malavi												■	■
Marrocos									■				
México	■	■			■	■		■		■	■	■	■
Montenegro										■			
Namíbia												■	
Nigéria										■		■	■
Noruega	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Nova Zelândia	■	■	■	■	■							■	
Palestina												■	
Panamá									■		■	■	■
Paquistão									■	■	■	■	
Peru				■		■	■	■	■	■	■	■	■
Polônia	■	■		■							■	■	■
Porto Rico							■						■
Portugal				■			■			■	■	■	■
Reino Unido	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
República Dominicana							■	■	■				■
República Tcheca						■				■	■		
Romênia							■	■	■	■	■	■	■
Rússia	■	■				■	■	■	■	■	■	■	■
Sérvia							■	■	■				
Shenzhen									■				
Singapura													■
Síria									■				
Suécia	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
Suíça		■	■		■		■		■	■	■	■	■
Suriname													■
Tailândia		■			■	■	■				■	■	■
Taiwan		■									■	■	■
Tonga									■				
Trinidad e Tobago										■	■	■	■
Tunísia									■	■		■	
Turquia						■	■	■		■	■	■	
Uganda			■	■					■	■		■	■
Uruguai						■	■	■	■	■	■	■	■
Vanuatu										■			
Venezuela			■		■		■		■		■		
Vietnam													■
Zâmbia										■		■	■
Legenda	■	Participante											
		Não Participou											

Fonte: GEM 2013

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 2012, foram entrevistados no Brasil 10.000 adultos de 18 a 64 anos, sendo 2000 por região do país (Norte, Nordeste, Centro-oeste, Sudeste e Sul), selecionados conforme procedimentos que garantem a representatividade destes na população brasileira Quadro A1.4.

Quadro A1.4 - Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta – GEM Brasil – 2013

Região	Amostra	Número de estados	Número de cidades		
			Grande	Média	Pequena
Sul	2000	3	4	4	8
Sudeste	2000	3	4	4	6
Nordeste	2000	7	7	7	7
Norte	2000	4	5	5	7
Centro-Oeste	2000	4	4	3	5
Total	**10000**	**21**	**24**	**23**	**33**

Fonte: GEM Brasil 2013

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

- ✓ Seleção dos Estados.
- ✓ Os municípios foram classificados como pequeno porte, médio porte e grande porte. Dentre o grupo de municípios selecionados, foram sorteados aqueles para composição da amostra final respeitando os seguintes critérios: tamanho da população e distância entre as cidades.
- ✓ Foram escolhidos setores censitários[12] aleatoriamente em cada município, sendo 9 setores nos municípios grandes, 6 setores nos municípios médios e 3 setores nos municípios pequenos.
- ✓ Escolha aleatória da sequência das quadras de cada setor censitário para compor o trajeto do entrevistador.
- ✓ Escolha do primeiro domicílio localizado na face norte da quadra 1. O entrevistador seguiu sempre no sentido horá-

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

rio, 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.

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 Likert[13] de cinco posições, numa progressão que vai do mais falso (+1) ao mais verdadeiro (+5).

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 2012, foram entrevistados 87 especialistas.

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 e da Organização das Nações Unidas (ONU). Entre as fontes específicas de dados sobre o Brasil, destacam-se: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), entre outras.

A.10 Processamento e tratamento dos dados

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

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

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

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

APÊNDICE 02

PRINCIPAIS DADOS E TAXAS

APÊNDICE 02

PRINCIPAIS DADOS E TAXAS

Tabela A2.1 - Taxas[1] de atividades empreendedoras segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

	Empreendedores iniciais	Empreendedores Nascentes	Empreendedores Novos	Empreededores Estabelecidos	Total de empreendedores
Economia impulsionada por fatores					
Algéria	4,9	2,2	2,6	5,5	10,3
Angola	22,2	8,0	14,7	8,5	30,5
Botswana	20,9	11,0	10,2	3,4	24,1
Filipinas	18,5	12,0	6,7	6,6	25,0
Gana	25,8	8,5	17,7	25,9	50,6
Índia	9,9	5,1	4,9	10,7	20,3
Irã	12,3	6,4	6,1	10,6	22,2
Líbia	11,2	6,6	4,7	3,4	14,5
Malawi	28,1	10,1	18,8	12,0	39,3
Nigéria	39,9	20,0	20,7	17,5	56,6
Uganda	25,2	5,6	20,0	36,1	60,3
Vietnam	15,4	4,1	11,5	16,4	30,8
Zâmbia	39,9	22,6	18,0	16,6	54,4
Média	*21,1*	*9,4*	*12,0*	*13,3*	*33,8*
Economia impulsionada por eficiência					
África do Sul	10,6	6,6	4,1	2,9	13,4
Argentina	15,9	10,5	5,6	9,6	24,9
Bósnia	10,3	5,8	4,6	4,5	14,8
Brasil	**17,3**	**5,1**	**12,6**	**15,4**	**32,3**
Chile	24,3	15,4	9,6	8,5	31,7
China	14,0	5,2	8,9	11,0	24,8
Colômbia	23,7	13,6	10,3	5,9	28,8
Croácia	8,3	6,3	2,0	3,3	11,2
Equador	36,0	25,3	13,6	18,0	50,8
Eslováquia	9,5	6,1	3,6	5,4	14,4
Estônia	13,1	8,8	4,5	5,0	17,8
Guatemala	12,3	7,6	4,9	5,1	17,2
Hungria	9,7	6,0	3,8	7,2	16,5
Indonésia	25,5	5,7	20,4	21,2	45,3
Jamaica	13,8	8,0	6,0	6,3	19,6
Letônia	13,3	8,1	5,3	8,8	21,7
Lituânia	12,4	6,1	6,4	8,3	20,4
Macedônia	6,6	3,4	3,5	7,3	13,7
Malásia	6,6	1,5	5,2	6,0	12,6
México	14,8	11,9	3,3	4,2	18,4
Panamá	20,6	15,4	5,3	3,5	24,1
Peru	23,4	17,8	5,9	5,4	28,4
Polônia	9,3	5,1	4,3	6,5	15,5
Romênia	10,1	6,2	4,2	5,4	14,8
Rússia	5,8	3,1	2,8	3,4	9,1
Suriname	5,1	3,9	1,3	1,7	6,9
Tailândia	17,7	7,9	10,4	28,0	42,6
Uruguai	14,1	8,5	5,7	4,9	18,7
Média	*14,4*	*8,4*	*6,4*	*8,0*	*21,8*
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	5,0	3,1	2,0	5,1	9,7
Bélgica	4,9	3,1	1,9	5,9	10,7
Canadá	12,2	7,8	4,7	8,4	19,7
Coréia do Sul	6,9	2,7	4,3	9,0	15,9
Eslovênia	6,5	3,6	2,9	5,7	11,9
Espanha	5,2	3,1	2,2	8,4	13,4
Estados Unidos	12,7	9,2	3,7	7,5	19,9
Finlândia	5,3	2,8	2,7	6,7	11,7
França	4,6	2,7	1,8	4,1	8,3
Grécia	5,5	3,3	2,3	12,6	17,9
Holanda	9,3	4,7	4,8	8,7	17,7
Irlanda	9,3	5,6	3,8	7,5	16,4
Israel	10,0	5,3	4,8	5,9	15,7
Itália	3,4	2,4	1,1	3,7	7,0
Japão	3,7	2,2	1,5	5,7	9,2
Luxemburgo	8,7	6,0	2,8	2,4	10,7
Noruega	6,3	2,9	3,4	6,2	12,3
Porto Rico	8,3	6,6	1,8	2,0	10,3
Portugal	8,3	4,2	4,2	7,7	15,8
Reino Unido	7,1	3,6	3,7	6,6	13,5
República Tcheca	7,3	4,9	2,7	5,3	12,0
Singapura	10,7	6,4	4,4	4,2	14,4
Suécia	8,3	5,9	2,5	6,0	14,0
Suíça	8,2	4,6	3,7	10,0	17,8
Taiwan	8,2	3,3	5,0	8,3	16,2
Trinidad & Tobago	19,5	11,4	8,5	11,4	30,0
Média	*7,9*	*4,7*	*3,3*	*6,7*	*14,3*

Fonte : GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores por estágio do empreendimento em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.2 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo motivação e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Motivação	Empreendedores por oportunidade	Empreendedores por necessidade	Oportunidade como percentual[2] da TEA	Razão[3] oportunidade/necessidade
Economia impulsionada por fatores				
Algéria	3,4	1,0	76,6	3,3
Angola	15,8	5,8	73,1	2,7
Botswana	14,9	5,5	73,1	2,7
Filipinas	10,3	8,1	56,1	1,3
Gana	16,9	8,6	66,2	2,0
Índia	5,8	3,8	60,0	1,5
Irã	7,6	4,7	61,8	1,6
Líbia	10,2	0,9	91,8	11,2
Malawi	15,7	12,3	56,2	1,3
Nigéria	29,4	10,1	74,4	2,9
Uganda	18,7	6,3	74,7	3,0
Vietnam	11,5	3,9	74,9	3,0
Zâmbia	22,6	15,5	59,3	1,5
Média	*14,1*	*6,7*	*69,1*	*2,9*
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	7,3	3,2	69,3	2,3
Argentina	11,0	4,8	69,9	2,3
Bósnia	4,2	6,1	40,7	0,7
Brasil	**12,3**	**5,0**	**71,3**	**2,5**
Chile	18,6	4,9	79,2	3,8
China	9,1	4,8	65,7	1,9
Colômbia	19,0	4,3	81,6	4,4
Croácia	5,0	3,1	61,8	1,6
Equador	22,7	12,1	65,2	1,9
Eslováquia	5,6	3,8	59,4	1,5
Estônia	10,4	1,9	84,2	5,3
Guatemala	8,4	3,9	68,4	2,2
Hungria	6,7	2,7	71,3	2,5
Indonésia	18,9	6,5	74,5	2,9
Jamaica	7,4	5,6	57,0	1,3
Letônia	10,2	2,8	78,5	3,6
Lituânia	9,3	2,9	76,3	3,2
Macedônia	2,3	4,1	36,2	0,6
Malásia	5,4	1,2	81,6	4,4
México	7,5	1,0	88,2	7,5
Panamá	16,6	3,8	81,2	4,3
Peru	17,7	5,3	77,1	3,4
Polônia	4,5	4,4	50,6	1,0
Romênia	6,8	3,2	67,9	2,1
Rússia	3,5	2,0	63,3	1,7
Suriname	4,1	0,9	81,7	4,5
Tailândia	13,8	3,3	80,7	4,2
Uruguai	12,1	1,7	87,7	7,1
Média	*10,0*	*3,9*	*70,4*	*3,0*
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,8	0,9	80,4	4,1
Bélgica	3,0	1,4	67,4	2,1
Canadá	9,9	1,8	84,3	5,4
Coréia do Sul	4,2	2,5	62,4	1,7
Eslovênia	4,7	1,6	75,0	3,0
Espanha	3,5	1,5	69,6	2,3
Estados Unidos	9,3	2,7	77,5	3,4
Finlândia	3,8	1,0	80,2	4,0
França	3,6	0,7	83,5	5,1
Grécia	4,1	1,3	76,2	3,2
Holanda	8,1	0,7	91,6	10,9
Irlanda	7,3	1,7	81,4	4,4
Israel	7,7	1,8	81,6	4,4
Itália	2,6	0,6	80,0	4,0
Japão	2,6	0,9	73,7	2,8
Luxemburgo	6,7	0,5	93,2	13,7
Noruega	5,7	0,3	95,8	22,6
Porto Rico	6,4	1,8	78,2	3,6
Portugal	6,2	1,8	77,8	3,5
Reino Unido	5,7	1,2	83,2	5,0
República Tcheca	5,6	1,7	76,9	3,3
Singapura	9,6	0,9	91,4	10,7
Suécia	6,8	0,8	89,5	8,5
Suíça	7,1	0,6	92,1	11,7
Taiwan	5,8	2,3	71,3	2,5
Trinidad & Tobago	17,2	2,2	88,7	7,8
Média	*6,2*	*1,4*	*80,9*	*5,9*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais identificados segundo a motivação, em relação a população de 18 a 64 anos. por país.

[2] As proporções significam o percentual de empreendedores iniciais que empreenderam por oportunidade, em relação ao total de empreendedores por país.

[3] As razões significa quantos empreendedores por oportunidade temos para cada um por necessidade.

Tabela A2.3 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Gênero	Empreendedores Masculinos	Empreendedores Femininos
Economia impulsionada por fatores		
Algéria	6,4	3,3
Angola	24,3	20,4
Botswana	21,9	19,9
Filipinas	19,1	18,0
Gana	23,5	27,9
Índia	13,2	6,4
Irã	18,1	6,5
Líbia	14,8	7,2
Malawi	28,9	27,3
Nigéria	39,0	40,7
Uganda	25,3	25,1
Vietnam	16,8	14,0
Zâmbia	39,0	40,7
Média	*22,3*	*19,8*
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	12,3	9,0
Argentina	19,2	12,9
Bósnia	13,5	7,1
Brasil	**17,2**	**17,4**
Chile	30,0	19,0
China	15,8	12,2
Colômbia	30,5	17,3
Croácia	11,5	5,1
Equador	39,5	32,6
Eslováquia	11,7	7,3
Estônia	17,0	9,4
Guatemala	14,4	10,5
Hungria	12,4	7,0
Indonésia	26,0	25,1
Jamaica	15,3	12,3
Letônia	16,6	10,1
Lituânia	17,5	7,8
Macedônia	9,4	3,8
Malásia	7,6	5,5
México	16,8	13,0
Panamá	23,8	17,4
Peru	27,3	19,6
Polônia	12,4	6,2
Romênia	12,4	7,9
Rússia	6,2	5,4
Suriname	6,8	3,5
Tailândia	18,0	17,3
Uruguai	19,7	9,0
Média	*17,2*	*11,8*
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	6,0	3,9
Bélgica	6,4	3,4
Canadá	14,6	9,9
Coréia do Sul	9,7	3,9
Eslovênia	8,8	4,0
Espanha	6,2	4,2
Estados Unidos	15,1	10,4
Finlândia	6,5	4,0
França	6,1	3,1
Grécia	7,8	3,2
Holanda	11,7	6,8
Irlanda	12,2	6,4
Israel	13,7	6,6
Itália	4,8	2,1
Japão	4,8	2,7
Luxemburgo	11,6	5,6
Noruega	8,9	3,6
Porto Rico	10,7	6,1
Portugal	10,8	5,8
Reino Unido	8,8	5,5
República Tcheca	10,5	4,1
Singapura	13,2	8,2
Suécia	10,2	6,2
Suíça	8,3	8,0
Taiwan	11,1	5,3
Trinidad & Tobago	23,3	15,6
Média	*10,1*	*5,7*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais por gênero em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.4 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo gênero e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Gênero	Empreendedores Masculinos	Empreendedores Femininos
Economia impulsionada por fatores		
Algéria	6,7	4,2
Angola	10,0	7,2
Botswana	3,4	3,5
Filipinas	5,5	7,7
Gana	23,5	28,1
Índia	14,8	6,3
Irã	17,9	3,2
Líbia	5,1	1,7
Malawi	13,6	10,5
Nigéria	15,7	19,2
Uganda	40,7	31,9
Vietnam	16,6	16,1
Zâmbia	15,8	17,2
Média	*14,6*	*12,1*
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	3,4	2,4
Argentina	13,1	6,4
Bósnia	5,7	3,3
Brasil	**18,6**	**12,6**
Chile	10,5	6,5
China	14,1	8,0
Colômbia	8,0	3,9
Croácia	3,8	2,7
Equador	20,5	15,6
Eslováquia	8,1	2,7
Estônia	7,4	2,8
Guatemala	5,9	4,4
Hungria	9,6	4,9
Indonésia	21,6	20,8
Jamaica	6,5	6,0
Letônia	12,2	5,6
Lituânia	12,1	4,9
Macedônia	9,6	5,0
Malásia	8,6	3,3
México	5,7	2,8
Panamá	4,0	3,0
Peru	7,5	3,4
Polônia	9,2	3,8
Romênia	6,8	3,9
Rússia	4,6	2,3
Suriname	2,9	0,5
Tailândia	29,6	26,5
Uruguai	7,4	2,7
Média	*9,9*	*6,1*
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	6,1	4,0
Bélgica	8,3	3,5
Canadá	11,2	5,8
Coréia do Sul	12,6	5,3
Eslovênia	8,2	3,0
Espanha	10,4	6,4
Estados Unidos	8,5	6,6
Finlândia	9,6	3,6
França	5,8	2,4
Grécia	18,4	6,8
Holanda	11,8	5,6
Irlanda	11,4	3,6
Israel	8,3	3,7
Itália	6,1	1,3
Japão	8,5	2,9
Luxemburgo	2,8	2,0
Noruega	9,1	3,2
Porto Rico	3,1	1,1
Portugal	10,5	5,1
Reino Unido	9,1	4,0
República Tcheca	7,1	3,4
Singapura	6,3	2,2
Suécia	8,0	4,0
Suíça	12,3	7,6
Taiwan	11,6	5,0
Trinidad & Tobago	15,8	6,9
Média	*9,3*	*4,2*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores estabelecidos por gênero em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.5 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Faixa etária	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por fatores					
Algéria	4,4	6,5	5,3	4,2	0,9
Angola	16,6	26,4	24,4	24,0	20,4
Botswana	16,0	25,1	22,4	21,3	18,2
Filipinas	9,8	21,8	19,7	21,5	22,9
Gana	17,7	32,0	31,2	24,7	18,2
Índia	7,2	13,7	9,8	8,6	8,1
Irã	8,8	16,7	11,9	12,6	5,8
Líbia	12,1	11,8	10,5	10,5	6,9
Malawi	26,5	32,8	29,1	23,9	17,4
Nigéria	34,3	45,2	40,5	41,1	34,4
Uganda	26,5	30,7	21,4	17,5	14,4
Vietnam	12,3	21,4	14,4	14,8	8,5
Zâmbia	37,7	41,9	39,1	40,7	41,7
Média	*17,7*	*25,1*	*21,5*	*20,4*	*16,8*
Economia impulsionada por eficiência					
África do Sul	7,8	14,1	11,5	10,9	6,0
Argentina	14,8	21,4	17,2	12,8	10,0
Bósnia	12,8	14,8	11,6	7,4	5,1
Brasil	**16,2**	**21,9**	**19,9**	**15,2**	**8,8**
Chile	14,0	31,4	29,3	25,4	17,9
China	14,3	21,3	16,5	10,5	5,9
Colômbia	23,0	25,8	30,6	21,1	13,7
Croácia	9,1	15,0	8,5	6,7	2,6
Equador	36,1	37,9	39,1	35,9	25,2
Eslováquia	8,6	14,8	11,8	8,6	2,0
Estônia	17,8	20,6	14,6	9,5	4,0
Guatemala	8,0	15,4	15,8	12,1	8,0
Hungria	6,6	13,0	12,0	10,1	5,0
Indonésia	23,2	28,6	27,2	21,2	22,5
Jamaica	9,8	15,1	16,8	15,5	10,1
Letônia	17,6	21,0	14,6	7,8	5,2
Lituânia	14,5	18,8	16,8	9,1	3,3
Macedônia	7,2	8,5	8,3	5,5	3,0
Malásia	6,0	6,0	8,8	6,3	5,4
México	14,8	15,9	15,7	15,9	8,9
Panamá	20,7	23,7	18,1	23,4	14,8
Peru	19,2	28,3	25,2	20,3	20,3
Polônia	9,9	15,3	9,7	7,7	3,0
Romênia	11,8	14,5	11,1	8,2	3,9
Rússia	7,9	7,0	6,9	4,2	3,1
Suriname	4,2	5,0	6,8	4,6	3,6
Tailândia	11,9	22,5	19,5	16,3	14,2
Uruguai	10,7	21,5	17,2	10,2	7,5
Média	*13,5*	*18,5*	*16,5*	*12,9*	*8,7*
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	3,0	6,8	5,6	6,0	2,7
Bélgica	3,0	7,9	6,0	4,3	2,7
Canadá	9,6	19,0	14,0	12,3	5,4
Coréia do Sul	0,4	5,8	11,0	7,5	6,2
Eslovênia	6,3	8,3	9,6	5,0	2,6
Espanha	3,3	6,1	7,1	5,5	1,9
Estados Unidos	12,3	14,9	16,5	11,7	7,7
Finlândia	6,0	5,3	6,1	5,8	3,7
França	4,5	5,9	5,6	5,2	1,4
Grécia	5,1	7,9	6,0	4,4	3,3
Holanda	7,6	13,1	10,6	10,0	4,4
Irlanda	7,6	10,0	12,6	9,0	4,6
Israel	9,2	11,9	14,5	6,7	5,7
Itália	2,5	4,0	4,4	3,5	2,1
Japão	0,5	4,5	5,1	4,6	2,6
Luxemburgo	6,7	10,3	9,9	9,1	5,8
Noruega	3,7	8,1	7,9	5,3	5,3
Porto Rico	9,9	10,9	12,3	5,1	3,1
Portugal	7,0	12,0	10,5	7,3	3,4
Reino Unido	5,8	7,9	8,8	8,0	4,5
República Tcheca	8,0	13,0	7,0	5,8	2,7
Singapura	9,0	13,6	12,4	9,7	7,1
Suécia	6,4	8,5	9,1	9,2	7,4
Suíça	2,6	9,1	10,4	10,9	4,9
Taiwan	6,9	13,0	8,9	6,8	3,9
Trinidad & Tobago	16,5	26,6	23,7	17,0	8,3
Média	*6,3*	*10,2*	*9,8*	*7,5*	*4,4*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais por faixa etária em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.6 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa etária e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Faixa etária	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Economia impulsionada por fatores					
Algéria	3,0	5,0	8,6	6,4	3,2
Angola	4,6	6,6	9,3	14,6	16,9
Botswana	0,3	1,6	7,7	7,2	6,3
Filipinas	1,3	6,8	7,3	8,3	14,8
Gana	5,9	25,7	34,4	41,2	40,0
Índia	4,4	9,0	17,1	15,0	9,3
Irã	3,0	10,7	13,0	16,6	12,5
Líbia	2,3	3,6	5,1	2,8	2,8
Malawi	3,5	13,6	18,2	15,8	18,2
Nigéria	10,0	15,0	20,6	22,9	25,8
Uganda	20,1	35,0	47,3	53,9	59,4
Vietnam	2,9	11,6	27,0	24,2	21,7
Zâmbia	16,4	14,2	18,3	16,6	23,9
Média	*6,0*	*12,2*	*18,0*	*18,9*	*19,6*
Economia impulsionada por eficiência					
África do Sul	0,5	3,0	4,3	3,9	3,8
Argentina	1,2	4,3	12,9	16,9	17,7
Bósnia	1,0	2,6	5,1	7,4	5,0
Brasil	**4,5**	**11,8**	**18,9**	**24,3**	**18,7**
Chile	1,9	4,6	8,8	14,4	13,9
China	1,7	9,0	16,0	14,9	8,7
Colômbia	2,8	4,9	5,5	8,1	9,5
Croácia	0,4	2,2	4,3	4,9	3,3
Equador	5,2	14,2	19,0	27,2	34,8
Eslováquia	0,4	4,5	7,5	7,6	5,5
Estônia	-	1,9	6,4	9,5	5,8
Guatemala	0,8	4,3	8,2	9,6	7,5
Hungria	1,3	4,3	6,7	11,0	11,1
Indonésia	7,3	16,5	25,0	33,6	31,6
Jamaica	0,7	4,2	9,1	11,0	8,7
Letônia	1,2	6,8	12,4	11,5	10,2
Lituânia	0,9	5,9	9,9	12,3	10,4
Macedônia	1,0	5,7	11,5	10,8	5,9
Malásia	1,4	6,3	8,3	6,6	9,2
México	0,7	4,0	5,4	6,1	6,0
Panamá	1,0	1,3	3,4	5,4	9,4
Peru	1,2	3,2	8,0	9,9	8,2
Polônia	0,5	5,3	8,2	7,9	8,8
Romênia	2,0	3,8	5,1	9,2	6,5
Rússia	0,3	3,8	6,4	4,8	0,6
Suriname	0,9	1,4	2,7	2,0	1,3
Tailândia	6,0	20,0	38,2	39,0	30,9
Uruguai	1,3	2,1	6,0	8,5	7,0
Média	*1,8*	*5,8*	*10,1*	*12,1*	*10,7*
Economia impulsionada por inovação					
Alemanha	0,1	2,1	5,9	7,9	6,6
Bélgica	0,9	2,4	8,1	9,1	7,1
Canadá	0,8	4,4	9,4	12,7	11,7
Coréia do Sul	0,4	1,0	7,1	16,7	17,5
Eslovênia	1,8	1,9	9,2	7,8	6,0
Espanha	1,2	3,0	9,6	13,3	12,6
Estados Unidos	4,1	4,1	8,1	9,5	10,8
Finlândia	0,7	4,4	9,7	10,7	5,8
França	-	3,0	5,4	5,9	4,6
Grécia	8,8	12,2	16,4	14,7	9,3
Holanda	0,2	5,8	10,2	14,1	9,0
Irlanda	0,4	2,2	8,6	13,7	12,2
Israel	1,2	2,1	6,4	11,8	10,2
Itália	1,8	2,3	4,0	6,2	2,6
Japão	-	0,4	5,8	8,0	11,2
Luxemburgo	0,4	1,0	3,0	3,5	3,4
Noruega	-	4,3	6,4	9,6	8,7
Porto Rico	-	2,4	2,8	2,4	2,0
Portugal	0,4	2,8	10,5	12,1	9,3
Reino Unido	0,9	1,9	7,3	11,9	9,2
República Tcheca	0,4	3,0	6,6	8,0	6,6
Singapura	-	0,8	6,5	6,2	5,9
Suécia	1,0	3,1	8,0	9,6	7,0
Suíça	0,5	4,7	11,2	14,3	15,5
Taiwan	0,8	5,3	8,7	12,1	12,4
Trinidad & Tobago	2,5	10,1	13,0	18,8	11,5
Média	*1,4*	*3,5*	*8,0*	*10,4*	*8,8*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores estabelecidos por faixa etária em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.7 - Taxas[1] de empreendedores iniciais (TEA) segundo nível de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Nível de escolaridade	Alguma educação secundária	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Algéria	3,9	3,3	6,1	5,2
Angola	17,5	19,0	21,0	1,9
Botswana	19,9	18,9	24,4	25,1
Filipinas	16,4	20,1	17,4	18,4
Gana	25,5	17,2	32,4	
Índia	8,0	13,3	8,8	
Irã	8,4	11,6	11,8	26,7
Líbia	4,8	9,0	12,5	
Malawi	29,3	24,3	21,4	8,9
Nigéria	32,2	41,9	37,0	13,9
Uganda	25,4	24,5	18,7	
Vietnam	9,4	15,1	18,0	26,9
Zâmbia	42,4	37,0	36,0	45,8
Média	*18,7*	*19,6*	*20,4*	*19,2*
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	8,1	12,7	14,7	
Argentina	14,5	16,7	15,3	19,4
Bósnia	5,5	11,3	10,5	17,3
Brasil	**17,0**	**18,0**	**16,2**	**3,5**
Chile	16,6	22,9	28,5	27,3
China	10,5	14,6	17,1	6,0
Colômbia	15,9	22,2	28,2	30,7
Croácia	3,5	9,7	13,7	11,9
Equador	30,2	38,4	40,7	
Eslováquia	6,7	10,1	13,3	11,3
Estônia	7,0	11,1	20,6	14,3
Guatemala	10,7	14,9	12,6	
Hungria	6,7	10,1	10,6	14,2
Indonésia	25,2	24,7	26,5	8,5
Jamaica	13,2	12,2	16,6	
Letônia	9,6	11,3	17,8	13,7
Lituânia	4,7	10,4	13,6	
Macedônia	1,6	7,5	8,6	6,5
Malásia	6,3	6,7	6,5	27,2
México	12,9	17,8	16,1	5,4
Panamá	16,5	19,9	17,3	
Peru	20,7	23,1	24,2	5,2
Polônia	7,1	8,4	14,1	8,7
Romênia	4,4	7,9	14,1	11,1
Rússia	3,9	2,9	6,0	
Suriname	3,8	4,3	6,4	6,7
Tailândia	13,7	15,9	21,3	20,7
Uruguai	13,2	12,3	15,6	14,4
Média	*11,1*	*14,2*	*16,7*	*13,5*
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,3	4,9	6,3	
Bélgica	2,8	4,6	4,2	7,8
Canadá	7,8	9,1	12,6	8,8
Coréia do Sul	2,1	6,5	6,7	8,5
Eslovênia	2,7	6,1	7,8	14,2
Espanha	3,2	5,2	6,6	9,5
Estados Unidos	9,3	9,3	13,1	11,1
Finlândia	3,2	5,9	3,5	6,0
França	2,0	3,8	6,8	
Grécia	3,2	4,1	6,8	7,4
Holanda	5,3	8,9	11,0	16,8
Irlanda	6,3	6,0	9,2	12,1
Israel	6,2	8,7	10,7	12,0
Itália	2,2	4,7		3,5
Japão	1,1	2,8	4,0	3,1
Luxemburgo	3,2	6,7	11,0	9,8
Noruega	4,6	6,9	5,8	
Porto Rico	5,0	6,3	9,9	10,2
Portugal	5,0	6,9	11,0	14,8
Reino Unido	4,1	4,5	8,9	8,5
República Tcheca	3,4	7,0	10,7	10,2
Singapura	6,4	7,8	11,8	
Suécia	5,2	7,7	9,3	4,8
Suíça	2,8	6,0	12,8	18,7
Taiwan	6,4	7,0	8,5	12,1
Trinidad & Tobago	12,8	18,1	26,1	24,0
Média	*4,6*	*6,7*	*9,4*	*10,6*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais por nível de escolariedade em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.8 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo grau de escolaridade e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Nível de escolaridade	Alguma educação secundária	Secundário completo	Pós-secundário	Pós-graduação
Economia impulsionada por fatores				
Algéria	7,2	4,2	4,1	7,2
Angola	6,7	6,1	8,5	
Botswana	2,9	1,4	3,0	
Filipinas		6,1	7,5	3,5
Gana	22,6	22,0	11,4	
Índia	11,2	11,4	7,5	1,7
Irã	13,5	11,8	6,3	5,8
Líbia		2,0	3,7	
Malawi	14,7	13,3	5,7	11,0
Nigéria	15,2	18,9	11,9	3,1
Uganda	26,3	18,8	38,4	
Vietnam	23,2	24,9	8,3	3,9
Zâmbia	19,0	12,7	17,0	16,0
Média	*14,8*	*11,8*	*10,2*	*6,5*
Economia impulsionada por eficiência				
África do Sul	2,0	2,6	8,7	
Argentina	8,2	6,3	14,6	17,8
Bósnia	1,2	4,9	4,8	3,9
Brasil	**15,7**	**13,4**	**12,5**	**16,0**
Chile	5,8	6,6	9,6	8,3
China	14,0	10,2	7,2	
Colômbia	4,6	4,6	7,9	9,3
Croácia	3,3	3,0	6,8	1,2
Equador	15,7	13,8	14,0	
Eslováquia	4,8	5,4	3,0	8,4
Estônia	1,5	5,2	3,8	7,4
Guatemala	3,0	4,8	7,2	
Hungria	3,6	9,0	7,8	12,8
Indonésia	22,3	17,6	16,9	7,1
Jamaica		6,1	4,6	
Letônia	2,1	9,2	7,8	12,4
Lituânia	1,1	4,5	10,2	
Macedônia		7,8	8,7	13,2
Malásia	8,9	5,5	4,1	5,0
México	3,2	4,9	5,8	8,9
Panamá	3,2	2,8	2,5	
Peru	5,3	4,0	7,4	
Polônia	4,9	5,5	6,5	9,4
Romênia	1,5	2,9	8,4	10,8
Rússia	2,9	3,9	3,4	
Suriname	2,0	2,7	1,2	1,1
Tailândia	26,0	28,1	22,4	24,4
Uruguai	4,2	4,7	4,4	7,4
Média	*6,6*	*7,1*	*7,9*	*9,7*
Economia impulsionada por inovação				
Alemanha	3,5	4,1	7,9	
Bélgica	4,4	3,5	7,4	9,6
Canadá	4,2	6,1	8,7	7,4
Coréia do Sul	12,0	12,5	6,2	7,3
Eslovênia	4,9	5,6	5,7	10,3
Espanha	9,5	7,1	8,4	6,6
Estados Unidos	3,0	4,9	8,2	8,2
Finlândia	7,7	7,0	5,6	5,6
França	3,4	2,8	5,3	
Grécia	11,2	13,7	13,1	9,7
Holanda	6,0	8,5	9,5	13,0
Irlanda	3,9	7,9	6,3	9,1
Israel	3,2	6,8	4,8	8,4
Itália	3,1	4,1		3,8
Japão	4,8	4,8	6,1	0,6
Luxemburgo	0,4	1,6	2,9	3,9
Noruega	1,9	5,7	6,8	
Porto Rico	0,6	1,3	2,5	4,8
Portugal	5,9	6,0	8,6	10,0
Reino Unido	6,8	4,7	5,2	8,6
República Tcheca	1,7	5,2	3,5	8,3
Singapura		5,3	3,9	
Suécia	6,2	4,9	7,3	
Suíça	2,5	9,1	13,0	3,9
Taiwan	10,2	10,0	7,4	6,2
Trinidad & Tobago	8,8	11,6	10,2	8,0
Média	*5,2*	*6,3*	*7,0*	*7,3*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores estabelecidos por nível de escolariedade em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.9 - Taxas[1] dos empreendedores iniciais (TEA) segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Faixa de renda	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Algéria	1,9	2,7	3,4
Angola	7,8	7,1	8,4
Botswana	15,8	14,7	
Filipinas	13,7	15,7	15,5
Gana	23,5	14,3	
Índia	6,3	6,8	13,2
Irã	6,7	9,1	12,9
Líbia	7,2	9,1	8,1
Malawi	24,0	15,8	29,0
Nigéria	36,2	40,9	43,3
Uganda	22,7	24,8	26,6
Vietnam	9,9	11,9	18,5
Zâmbia		30,7	35,8
Média	*14,6*	*15,7*	*19,5*
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	7,6	12,1	13,4
Argentina	4,3	5,9	7,0
Bósnia	5,4	7,2	10,0
Brasil	**14,8**	**12,4**	**15,9**
Chile	14,7	17,2	23,7
China	8,0	10,6	18,5
Colômbia	18,3	18,7	30,0
Croácia	3,7	5,0	9,5
Equador	28,2	36,6	35,3
Eslováquia	3,6	6,5	10,1
Estônia	3,8	7,3	10,6
Guatemala	7,3	6,4	9,1
Hungria	5,0	8,0	9,5
Indonésia	23,3	26,0	31,0
Jamaica	3,4	2,8	1,8
Letônia	3,8	7,6	10,5
Lituânia	5,9	8,8	14,9
Macedônia	1,2	4,0	4,0
Malásia	6,7	7,5	5,8
México	5,1	10,1	11,7
Panamá	18,5	21,6	22,1
Peru	10,4	15,8	11,1
Polônia	4,2	8,3	10,8
Romênia	5,0	5,0	12,5
Rússia	1,4	2,6	4,7
Suriname	0,5	2,2	3,2
Tailândia	16,4	14,4	20,1
Uruguai	4,6	7,2	11,0
Média	*8,4*	*10,6*	*13,5*
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	3,1	3,8	2,4
Bélgica	1,7	2,2	3,8
Canadá	8,5	8,7	9,2
Coréia do Sul	3,4	5,8	5,8
Eslovênia	2,1	4,1	4,6
Espanha	2,1	1,3	1,8
Estados Unidos	7,3	8,6	10,4
Finlândia	3,0	3,4	4,1
França	1,3	2,6	4,2
Grécia		4,1	3,7
Holanda	4,0	5,0	9,6
Irlanda	2,8	4,3	4,1
Israel	5,5	8,2	8,2
Itália	1,5	1,4	1,0
Japão	1,0	1,6	2,2
Luxemburgo	3,5	4,9	5,5
Noruega	3,4	2,3	5,4
Porto Rico	4,5	5,0	6,6
Portugal	3,9	4,0	
Reino Unido	2,4	3,5	3,8
República Tcheca	3,8	5,3	8,6
Singapura	5,2	8,9	9,5
Suécia	4,7	5,7	6,9
Suíça	4,3	4,9	5,9
Taiwan	4,6	6,1	11,8
Trinidad & Tobago	10,4	10,3	13,1
Média	*3,9*	*4,8*	*6,1*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais por faixa de renda em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.10 - Taxas[1] de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo faixa de renda e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Faixa de renda	33% menor	33% central	33% maior
Economia impulsionada por fatores			
Algéria	2,4	1,0	5,4
Angola	2,9	3,2	2,7
Botswana	2,1	2,9	
Filipinas	3,4	5,4	6,8
Gana	23,7	18,0	
Índia	10,2	11,7	7,5
Irã	7,3	8,4	9,7
Líbia	1,5	2,8	3,9
Malawi	7,9	7,3	13,9
Nigéria	21,7	16,8	13,2
Uganda	32,7	37,5	36,9
Vietnam	16,1	13,6	16,1
Zâmbia		11,6	15,5
Média	*11,0*	*10,8*	*12,0*
Economia impulsionada por eficiência			
África do Sul	1,5	2,3	5,7
Argentina	1,7	2,5	5,0
Bósnia	1,1	2,7	5,4
Brasil	**9,8**	**13,4**	**15,2**
Chile	5,2	5,3	8,5
China	9,2	8,3	12,7
Colômbia	3,0	6,7	8,5
Croácia	0,7	2,2	4,5
Equador	18,6	14,0	18,7
Eslováquia	1,6	3,3	6,8
Estônia	2,1	2,4	4,1
Guatemala	2,6	2,9	3,7
Hungria	2,7	5,8	8,9
Indonésia	16,9	23,2	29,6
Jamaica	1,3	2,2	0,9
Letônia	2,3	5,6	5,5
Lituânia	3,3	5,9	9,7
Macedônia	1,2	2,7	4,3
Malásia	2,7	7,4	7,4
México	1,1	2,1	3,8
Panamá	2,5	3,3	5,2
Peru	1,6	3,4	4,3
Polônia	3,1	3,9	7,6
Romênia	1,0	2,6	8,0
Rússia	0,5	0,5	2,9
Suriname	0,6	0,9	0,8
Tailândia	27,8	25,2	29,5
Uruguai	2,3	1,5	4,5
Média	*4,6*	*5,8*	*8,3*
Economia impulsionada por inovação			
Alemanha	1,7	3,0	5,2
Bélgica	1,1	2,4	5,5
Canadá	3,8	4,7	8,4
Coréia do Sul	5,8	4,8	8,0
Eslovênia	1,9	3,1	3,8
Espanha	2,5	2,1	2,9
Estados Unidos	2,5	3,4	7,8
Finlândia	1,7	5,3	7,0
França	1,4	2,7	2,6
Grécia		8,1	10,9
Holanda	2,1	5,8	9,6
Irlanda	1,6	3,1	5,2
Israel	1,5	3,3	7,8
Itália	0,5	1,3	1,7
Japão	1,6	2,4	2,9
Luxemburgo	1,0	1,2	1,6
Noruega	2,4	3,6	5,2
Porto Rico	0,3	0,4	3,1
Portugal	2,4	5,3	
Reino Unido	1,0	3,4	4,2
República Tcheca	2,6	3,9	5,1
Singapura	2,0	3,2	3,9
Suécia	1,8	4,1	5,9
Suíça	5,5	6,0	8,1
Taiwan	5,4	6,0	9,9
Trinidad & Tobago	5,4	6,5	7,7
Média	*2,4*	*3,8*	*5,8*

Fonte: GEM 2013

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores estabelecidos por faixa de renda em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.11 - Taxas[1] de investidores informais e valor médio investido (em US$), segundo fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Investidor Informal	Taxa (%)	Valor médio investido (em US$)
Economia impulsionada por fatores		
Algéria	9,8	175.133
Angola	24,8	59.436
Botswana	10,4	1.091
Filipinas	1,7	655
Gana	15,4	1.306
Índia	1,4	
Irã	7,6	8.650
Líbia	4,5	11.336
Malawi	14,1	43
Nigéria	11,6	2.352
Uganda	25,6	282
Vietnam	7,7	7.285
Zâmbia	14,8	210
Média	*11,5*	*22314,9*
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	2,0	3.948
Argentina	3,8	4.506
Bósnia	4,5	13.853
Brasil	**2,4**	**3.919**
Chile	15,6	7.982
China	3,7	17.205
Colômbia	7,4	6.110
Croácia	3,4	52.561
Equador	6,7	202
Eslováquia	7,4	35.428
Estônia	6,6	9.317
Guatemala	2,2	657
Hungria	3,4	13.350
Indonésia	3,2	828
Jamaica	7,3	828
Letônia	7,9	29.317
Lituânia	7,3	17.147
Macedônia	6,3	9.310
Malásia	2,4	3.378
México	7,8	1.475
Panamá	7,0	2.272
Peru	6,2	5.914
Polônia	3,1	8.914
Romênia	5,2	21.490
Rússia	2,3	5.835
Suriname	1,5	722
Tailândia	5,0	4.796
Uruguai	6,6	914
Média	*5,3*	*10077,8*
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	3,4	27.885
Bélgica	2,8	73.923
Canadá	5,7	31.423
Coréia do Sul	3,2	48.276
Eslovênia	3,7	37.933
Espanha	3,3	23.485
Estados Unidos	4,6	50.565
Finlândia	3,0	8.384
França	3,3	28.092
Grécia	2,5	19.051
Holanda	3,5	39.462
Irlanda	3,4	24.484
Israel	5,0	59.188
Itália	1,7	53.643
Japão	1,3	40.046
Luxemburgo	5,6	47.410
Noruega	3,3	27.881
Porto Rico	1,2	54.100
Portugal	2,4	11.954
Reino Unido	2,1	31.874
República Tcheca	7,7	15.116
Singapura	3,9	62.044
Suécia	5,9	21.169
Suíça	6,4	47.919
Taiwan	6,1	64.370
Trinidad & Tobago	6,8	3.222
Média	*3,9*	*36650,0*

Fonte: GEM 2013

As taxas significam o percentual de investidores informais em relação à população de 18 a 64 anos de cada país.

Tabela A2.12 - Novidade do produto ou serviço segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: proporções[1] – Grupo de países – 2013

Novidade do produto ou serviço	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos		
	Para todos	Para alguns	Ninguem considera novo	Para todos	Para alguns	Ninguem considera novo
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Economia impulsionada por fatores						
Algéria	0,8	31,2	68,0	12,5	25,7	61,8
Angola	20,9	34,8	44,3	39,4	25,8	34,8
Botswana	10,0	22,9	67,2	9,2	23,2	67,6
Filipinas	26,0	29,1	44,9	22,9	17,4	59,7
Gana	9,6	12,3	78,2	7,9	7,5	84,6
Índia	17,0	21,4	61,7	15,0	16,8	68,2
Irã	4,3	22,2	73,5	3,9	14,8	81,4
Líbia	19,2	28,0	52,8	18,2	25,1	56,7
Malawi	48,0	6,9	45,1	30,3	7,2	62,5
Nigéria	9,3	22,5	68,1	7,5	7,0	85,5
Uganda	6,1	9,0	85,0	4,7	4,2	91,1
Vietnam	4,6	46,3	49,2	2,5	36,4	61,2
Zâmbia	4,3	15,1	80,7	3,5	6,9	89,6
Média	*13,8*	*23,2*	*63,0*	*13,6*	*16,8*	*69,6*
Economia impulsionada por eficiência						
África do Sul	39,5	28,5	32,0	38,1	20,5	41,4
Argentina	8,5	16,4	75,2	3,0	7,6	89,4
Bósnia	15,7	15,4	68,9	14,7	6,5	78,7
Brasil	**0,0**	**1,2**	**98,8**	**0,0**	**0,3**	**99,7**
Chile	46,7	38,0	15,3	45,2	34,6	20,2
China	16,7	46,0	37,3	18,1	43,0	39,0
Colômbia	37,2	46,2	16,7	27,5	42,6	30,0
Croácia	8,1	21,9	70,1	5,1	4,5	90,5
Equador	24,8	20,5	54,7	13,8	14,7	71,6
Eslováquia	7,9	43,6	48,6	4,5	24,6	70,9
Estônia	16,1	33,1	50,8	10,0	13,7	76,3
Guatemala	24,0	38,9	37,1	24,6	46,4	29,0
Hungria	5,9	21,1	73,0	5,2	15,5	79,3
Indonésia	0,2	23,1	76,7	0,6	20,0	79,4
Jamaica	5,2	19,3	75,5	7,6	6,9	85,5
Letônia	15,0	37,0	48,0	9,1	22,0	69,0
Lituânia	13,1	30,3	56,6	8,8	17,6	73,6
Macedônia	8,6	17,6	73,8	6,2	8,3	85,6
Malásia	7,8	24,7	67,5	10,2	22,3	67,5
México	9,4	24,8	65,8	12,0	41,0	47,0
Panamá	8,6	15,0	76,5	6,5	14,4	79,1
Peru	20,9	15,1	64,0	10,2	19,0	70,8
Polônia	18,9	45,7	35,4	16,8	40,9	42,3
Romênia	13,6	33,3	53,1	15,2	25,6	59,2
Rússia	10,2	18,9	71,0	10,3	11,6	78,1
Suriname	1,1	22,4	76,5	2,9	9,1	88,0
Tailândia	9,8	49,0	41,1	8,1	32,2	59,8
Uruguai	36,6	19,8	43,7	18,4	16,4	65,2
Média	*15,3*	*27,4*	*57,3*	*12,6*	*20,8*	*66,6*
Economia impulsionada por inovação						
Alemanha	14,7	26,1	59,3	3,6	18,4	78,0
Bélgica	21,1	17,2	61,7	9,5	18,1	72,4
Canadá	18,5	29,5	52,0	9,3	25,1	65,6
Coréia do Sul	7,4	42,2	50,4	8,3	26,1	65,6
Eslovênia	15,2	32,4	52,4	8,2	21,8	70,1
Espanha	14,7	18,9	66,4	3,5	6,9	89,6
Estados Unidos	18,3	26,3	55,4	6,6	19,6	73,9
Finlândia	14,1	32,1	53,8	6,8	25,5	67,7
França	9,8	27,1	63,1	12,6	18,3	69,1
Grécia	17,3	30,6	52,1	4,0	15,5	80,6
Holanda	21,9	22,2	55,9	10,1	12,5	77,5
Irlanda	27,0	19,1	53,9	10,1	15,4	74,5
Israel	22,3	35,0	42,8	11,1	18,7	70,1
Itália	30,5	31,3	38,1	20,5	63,3	16,2
Japão	16,7	38,8	44,5	9,7	20,5	69,8
Luxemburgo	17,2	46,0	36,8	8,1	55,4	36,5
Noruega	8,8	17,6	73,6	2,4	11,4	86,2
Porto Rico	19,9	14,9	65,2	5,8	8,7	85,5
Portugal	15,3	30,8	53,9	8,5	14,4	77,1
Reino Unido	18,3	25,2	56,6	5,7	15,2	79,1
República Tcheca	17,5	34,6	47,9	9,2	21,7	69,1
Singapura	11,8	22,4	65,8	7,2	16,1	76,7
Suécia	14,5	31,1	54,5	6,0	22,7	71,4
Suíça	13,8	31,6	54,6	8,6	23,7	67,8
Taiwan	55,4	16,3	28,3	53,1	13,0	33,9
Trinidad & Tobago	5,2	12,1	82,8	4,5	8,5	87,0
Média	*18,0*	*27,4*	*54,7*	*9,7*	*20,6*	*69,7*

Fonte: GEM 2013

Tabela A2.13 - Concorrência segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico – Grupo de países – 2013

Concorrência	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos		
	Muitos Concorrentes	Poucos Concorrentes	Nenhum Concorrente	Muitos Concorrentes	Poucos Concorrentes	Nenhum Concorrente
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Economia impulsionada por fatores						
Algéria	67,2	26,2	6,6	69,9	27,2	2,9
Angola	72,4	23,9	3,7	76,1	22,7	1,1
Botswana	49,1	40,9	10,0	59,5	39,0	1,5
Filipinas	51,6	36,9	11,5	49,6	43,6	6,8
Gana	57,7	31,4	10,9	73,0	23,7	3,3
Índia	47,3	41,7	11,0	60,4	35,0	4,6
Irã	69,4	24,4	6,2	75,0	22,4	2,6
Líbia	56,6	31,8	11,6	65,3	28,7	6,1
Malawi	48,5	42,0	9,5	62,6	32,8	4,6
Nigéria	59,7	37,0	3,3	60,5	38,4	1,1
Uganda	61,7	33,4	4,9	77,0	19,8	3,2
Vietnam	75,6	24,1	0,3	60,6	35,5	4,0
Zâmbia	63,0	29,4	7,6	54,4	32,5	13,0
Média	*60,0*	*32,6*	*7,5*	*64,9*	*30,9*	*4,2*
Economia impulsionada por eficiência						
África do Sul	35,2	50,3	14,5	55,7	37,8	6,5
Argentina	48,4	39,7	12,0	74,1	19,7	6,2
Bósnia	48,0	34,7	17,3	66,4	27,1	6,5
Brasil	**63,3**	**29,6**	**7,1**	**70,0**	**24,2**	**5,8**
Chile	43,6	46,8	9,7	62,8	33,3	3,9
China	69,7	27,2	3,2	74,6	21,2	4,2
Colômbia	44,6	43,8	11,6	65,6	26,0	8,4
Croácia	45,5	45,2	9,4	67,8	28,2	4,0
Equador	43,1	41,9	15,0	66,1	26,6	7,3
Eslováquia	66,9	33,1	0,0	82,7	14,6	2,7
Estônia	40,7	46,5	12,9	57,0	36,3	6,7
Guatemala	52,8	40,4	6,9	59,0	33,6	7,4
Hungria	62,3	27,7	10,0	63,9	27,7	8,4
Indonésia	66,0	27,8	6,2	67,4	25,9	6,7
Jamaica	60,0	29,1	10,8	65,1	28,0	6,9
Letônia	51,3	42,1	6,6	66,1	29,1	4,8
Lituânia	58,2	34,1	7,7	64,7	29,6	5,7
Macedônia	56,0	32,1	11,9	70,3	22,2	7,5
Malásia	53,0	36,3	10,7	57,3	30,3	12,4
México	72,1	25,1	2,9	58,1	38,5	3,4
Panamá	52,6	35,7	11,6	57,6	36,0	6,4
Peru	74,5	23,4	2,2	77,3	19,5	3,2
Polônia	67,2	27,0	5,9	79,3	20,1	0,6
Romênia	61,3	31,2	7,6	75,0	21,8	3,2
Rússia	71,7	26,6	1,7	77,3	22,8	0,0
Suriname	59,3	36,6	4,1	71,8	22,5	5,8
Tailândia	61,4	30,8	7,8	69,8	24,4	5,9
Uruguai	52,9	34,4	12,7	66,4	28,3	5,3
Média	*56,5*	*35,0*	*8,6*	*67,5*	*27,0*	*5,6*
Economia impulsionada por inovação						
Alemanha	53,8	36,3	9,9	74,1	23,8	2,1
Bélgica	49,9	36,6	13,5	57,5	40,2	2,4
Canadá	40,1	42,9	17,1	55,8	38,1	6,1
Coréia do Sul	72,4	21,9	5,8	72,2	21,7	6,1
Eslovênia	43,0	44,0	13,0	65,8	30,6	3,5
Espanha	51,5	37,3	11,2	71,2	23,4	5,4
Estados Unidos	40,0	38,7	21,3	65,5	30,1	4,4
Finlândia	66,2	26,3	7,5	68,5	24,8	6,8
França	45,1	48,2	6,8	62,1	29,4	8,5
Grécia	52,8	39,8	7,4	63,0	33,1	3,9
Holanda	49,9	43,4	6,7	72,4	23,2	4,5
Irlanda	41,1	40,8	18,1	62,7	22,9	14,4
Israel	52,2	38,3	9,5	72,9	26,0	1,1
Itália	63,7	28,5	7,8	70,8	22,9	6,3
Japão	72,1	22,6	5,3	64,2	32,3	3,5
Luxemburgo	36,2	50,3	13,5	66,6	31,7	1,7
Noruega	54,4	28,0	17,6	61,0	24,4	14,6
Porto Rico	59,2	30,8	10,0	62,4	37,6	0,0
Portugal	46,2	40,7	13,1	61,6	34,6	3,7
Reino Unido	48,5	38,1	13,4	63,7	32,2	4,0
República Tcheca	58,7	34,2	7,1	80,1	17,7	2,2
Singapura	58,9	32,0	9,1	70,4	26,0	3,7
Suécia	48,9	39,1	12,0	65,1	31,4	3,5
Suíça	53,3	42,1	4,6	60,3	35,3	4,4
Taiwan	69,1	15,9	15,0	79,8	13,1	7,1
Trinidad & Tobago	62,5	30,3	7,2	72,2	24,3	3,5
Média	*53,4*	*35,7*	*10,9*	*67,0*	*28,1*	*4,9*

Fonte: GEM 2013

Tabela A2.14 - Idade da tecnologia segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: proporções[1] – Grupo de países – 2013

Idade da Tecnologia	Empreendedores Iniciais			Empreendedores Estabelecidos		
	Menos de 1 ano	Entre 1 e 5 anos	Mais de 5 anos	Menos de 1 ano	Entre 1 e 5 anos	Mais de 5 anos
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Economia impulsionada por fatores						
Algéria	9,8	27,9	62,3	5,2	22,8	72,1
Angola	32,8	23,6	43,6	21,8	32,3	45,9
Botswana	7,1	11,7	81,2	4,6	9,7	85,7
Filipinas	38,3	27,4	34,3	13,3	23,9	62,8
Gana	8,1	15,5	76,4	1,8	9,5	88,7
Índia	23,1	33,9	43,0	3,5	15,2	81,3
Irã	4,6	17,8	77,7	3,2	4,4	92,4
Líbia	28,1	32,1	39,8	20,9	25,7	53,4
Malawi	19,9	8,4	71,7	0,7	9,5	89,8
Nigéria	15,1	17,2	67,7	3,5	12,3	84,2
Uganda	5,4	12,3	82,3	0,6	9,5	89,9
Vietnam	11,4	29,6	59,0	3,7	18,7	77,7
Zâmbia	14,5	4,3	81,2	13,1	2,2	84,7
Média	*16,8*	*20,1*	*63,1*	*7,4*	*15,1*	*77,6*
Economia impulsionada por eficiência						
África do Sul	36,0	26,1	37,9	12,0	28,2	59,8
Argentina	9,1	18,8	72,1	0,5	4,4	95,1
Bósnia	32,1	23,1	44,8	20,0	18,3	61,7
Brasil	**0,0**	**0,5**	**99,5**	**0,0**	**0,1**	**99,9**
Chile	12,7	24,4	62,9	3,4	15,4	81,3
China	5,7	18,3	76,0	1,5	12,8	85,8
Colômbia	1,1	4,4	94,5	1,3	8,9	89,8
Croácia	20,3	27,1	52,6	14,5	14,7	70,8
Equador	5,8	9,2	85,0	0,3	3,1	96,6
Eslováquia	16,8	20,7	62,5	12,0	6,3	81,7
Estônia	9,4	20,6	70,0	6,6	9,2	84,2
Guatemala	1,6	9,3	89,2	1,0	2,6	96,4
Hungria	5,6	13,4	81,0	0,6	6,4	93,1
Indonésia	65,8	27,0	7,2	52,8	18,8	28,4
Jamaica	15,7	20,0	64,2	2,0	8,1	89,8
Letônia	9,2	20,3	70,5	7,4	8,7	83,9
Lituânia	11,0	22,3	66,7	5,5	20,7	73,8
Macedônia	14,3	23,3	62,4	4,1	17,5	78,4
Malásia	15,9	27,7	56,4	7,1	23,6	69,3
México	5,1	6,3	88,7	3,4	9,4	87,2
Panamá	22,2	23,7	54,1	5,6	11,7	82,7
Peru	11,6	15,3	73,1	1,6	4,1	94,4
Polônia	7,1	18,8	74,1	5,5	5,4	89,1
Romênia	16,7	30,1	53,2	3,2	20,1	76,7
Rússia	0,8	13,1	86,2	0,0	7,9	92,1
Suriname	27,7	18,3	54,1	19,5	12,6	67,9
Tailândia	15,9	35,2	48,9	1,0	17,5	81,4
Uruguai	12,4	20,6	67,1	3,7	8,6	87,7
Média	*14,5*	*19,2*	*66,2*	*7,0*	*11,6*	*81,4*
Economia impulsionada por inovação						
Alemanha	6,8	13,4	79,8	1,1	2,9	96,0
Bélgica	20,8	12,1	67,1	4,0	12,3	83,7
Canadá	8,0	21,3	70,7	0,2	6,9	93,0
Coréia do Sul	6,5	14,5	79,0	2,2	5,6	92,2
Eslovênia	10,7	15,4	74,0	2,1	4,6	93,3
Espanha	12,0	17,0	71,0	3,4	8,7	88,0
Estados Unidos	10,9	18,3	70,8	1,9	11,2	86,9
Finlândia	8,5	14,1	77,3	9,0	8,2	82,8
França	9,1	18,5	72,4	5,6	13,5	80,9
Grécia	25,1	23,7	51,3	16,9	12,3	70,8
Holanda	11,1	15,4	73,5	1,9	6,1	92,0
Irlanda	10,2	19,3	70,5	1,9	11,6	86,5
Israel	8,4	31,1	60,5	5,6	15,2	79,2
Itália	26,7	20,0	53,3	4,1	8,1	87,8
Japão	8,2	21,7	70,2	2,1	4,6	93,3
Luxemburgo	20,7	25,2	54,1	2,1	10,4	87,5
Noruega	5,6	15,2	79,2	5,7	3,3	91,1
Porto Rico	13,2	10,8	76,1	3,7	14,3	82,0
Portugal	16,5	25,7	57,8	2,7	9,9	87,5
Reino Unido	9,1	19,3	71,7	1,4	7,4	91,2
República Tcheca	10,9	24,6	64,5	15,0	22,3	62,7
Singapura	24,2	23,8	52,0	16,0	7,4	76,6
Suécia	8,3	22,2	69,5	1,8	8,6	89,7
Suíça	5,3	15,7	79,0	3,3	3,6	93,1
Taiwan	16,5	16,0	67,5	3,5	4,8	91,7
Trinidad & Tobago	3,7	13,0	83,3	1,5	5,0	93,6
Média	*12,2*	*18,7*	*69,1*	*4,6*	*8,8*	*86,7*

Fonte: GEM 2013

Tabela A2.15 - Orientação internacional segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: porporções[1] – Grupo de países – 2013

Orientação internacional	Empreendedores Iniciais				Empreendedores Estabelecidos			
	Nenhum consumidor no exterior	De 1% a 25% consumidores	De 25% a 75% consumidores	Mais de 75% consumidores	Nenhum consumidor no exterior	De 1% a 25% consumidores	De 25% a 75% consumidores	Mais de 75% consumidores
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Economia impulsionada por fatores								
Algéria	71,4	17,9	4,5	6,3	67,7	19,1	11,0	2,2
Angola	48,6	28,1	10,5	12,8	35,0	20,3	16,2	28,6
Botswana	50,4	37,7	8,3	3,6	55,0	34,2	5,9	5,0
Filipinas	65,2	23,5	4,0	7,3	67,4	19,0	8,9	4,7
Gana	76,8	16,4	5,7	1,2	84,6	10,5	3,9	1,1
Índia	83,1	11,2	4,8	0,8	88,0	10,6	0,9	0,6
Irã	85,4	11,6	1,4	1,6	82,0	14,4	2,1	1,6
Líbia	53,5	32,1	9,5	4,9	56,1	31,6	12,3	0,0
Malawi	90,5	4,9	2,5	2,1	86,5	5,9	2,7	5,0
Nigéria	64,2	26,0	8,0	1,9	72,9	21,7	4,0	1,4
Uganda	83,1	12,0	3,6	1,2	90,7	6,3	2,7	0,4
Vietnam	68,2	28,2	2,3	1,3	78,3	19,8	1,6	0,3
Zâmbia	44,3	46,8	8,0	1,0	77,0	20,1	3,0	0,0
Média	*68,1*	*22,8*	*5,6*	*3,5*	*72,4*	*17,9*	*5,8*	*3,9*
Economia impulsionada por eficiência								
África do Sul	49,7	24,0	15,5	10,9	43,3	19,0	25,3	12,5
Argentina	77,7	18,5	2,4	1,4	89,7	9,8	0,5	0,0
Bósnia	42,6	36,6	12,7	8,2	45,2	37,5	12,8	4,5
Brasil	**98,6**	**1,0**	**0,4**	**0,0**	**98,9**	**1,0**	**0,0**	**0,1**
Chile	18,5	67,6	10,1	3,7	31,8	60,4	5,8	2,0
China	77,5	21,7	0,4	0,4	87,5	11,8	0,5	0,2
Colômbia	14,0	71,6	9,6	4,8	16,6	74,9	6,9	1,6
Croácia	16,1	42,9	21,1	19,9	27,2	44,2	17,0	11,7
Equador	92,9	6,1	0,3	0,7	91,9	5,3	1,4	1,4
Eslováquia	12,9	65,9	15,2	6,0	19,2	62,5	9,1	9,2
Estônia	31,4	42,6	15,2	10,8	39,6	42,9	8,2	9,3
Guatemala	65,7	26,3	5,2	2,7	56,1	34,1	5,9	4,0
Hungria	36,8	41,0	16,3	5,9	39,7	38,0	13,4	8,9
Indonésia	99,1	0,5	0,4	0,0	98,2	1,5	0,3	0,0
Jamaica	43,4	40,2	6,6	9,8	40,7	43,5	7,7	8,1
Letônia	32,4	34,2	22,7	10,7	33,1	41,6	14,4	10,8
Lituânia	30,9	43,2	17,1	8,9	32,7	47,9	10,9	8,4
Macedônia	34,6	36,5	20,3	8,6	36,6	38,8	13,8	10,9
Malásia	80,2	19,8	0,0	0,0	66,3	28,5	2,9	2,3
México	90,4	5,0	3,7	0,9	85,4	9,7	3,9	1,0
Panamá	76,9	19,9	1,6	1,7	66,4	29,7	1,7	2,2
Peru	65,8	28,4	3,4	2,5	75,5	19,1	5,0	0,4
Polônia	21,0	55,4	14,1	9,5	21,9	68,0	6,8	3,3
Romênia	29,6	38,6	20,5	11,3	36,4	46,0	14,9	2,7
Rússia	91,3	3,0	1,1	4,6	89,3	7,3	1,6	1,7
Suriname	53,7	36,4	8,0	1,9	44,3	38,4	14,0	3,3
Tailândia	92,9	5,3	1,5	0,4	93,6	5,1	0,8	0,5
Uruguai	73,5	15,5	7,7	3,3	61,6	30,3	2,6	5,5
Média	*55,4*	*30,3*	*9,0*	*5,3*	*56,0*	*32,0*	*7,4*	*4,5*
Economia impulsionada por inovação								
Alemanha	45,9	38,0	11,1	5,0	39,5	50,4	5,9	4,2
Bélgica	27,6	44,0	17,1	11,3	32,0	52,0	8,1	7,9
Canadá	15,8	70,0	7,2	7,1	22,5	69,6	4,9	3,1
Coréia do Sul	53,8	34,1	8,3	3,8	61,0	32,2	4,0	2,8
Eslovênia	26,2	47,5	10,8	15,5	25,8	51,5	14,9	7,8
Espanha	72,8	17,9	4,4	4,8	74,2	20,5	3,6	1,7
Estados Unidos	15,2	73,6	7,5	3,8	26,3	67,0	3,6	3,1
Finlândia	59,0	30,0	7,0	4,0	58,6	33,1	3,0	5,3
França	45,0	36,4	12,5	6,1	56,0	30,8	7,5	5,7
Grécia	44,3	42,6	6,1	7,0	49,8	40,4	5,0	4,8
Holanda	46,5	39,1	8,9	5,4	37,8	49,2	7,0	6,1
Irlanda	40,8	33,7	12,3	13,2	47,4	32,3	12,0	8,3
Israel	46,9	28,9	11,4	12,9	45,0	40,7	4,8	9,5
Itália	55,6	27,3	10,4	6,7	51,4	36,1	9,5	3,1
Japão	40,3	48,5	10,1	1,1	61,2	34,3	2,4	2,1
Luxemburgo	11,8	54,3	19,3	14,6	15,7	57,8	12,5	14,0
Noruega	60,3	23,1	7,4	9,1	72,0	17,8	5,9	4,2
Porto Rico	53,1	36,5	7,4	3,0	73,0	16,7	5,9	4,4
Portugal	27,1	43,2	17,7	12,0	36,8	48,1	9,1	6,0
Reino Unido	62,1	21,1	9,1	7,7	63,7	26,2	6,5	3,6
República Tcheca	19,7	64,1	11,2	5,0	28,0	61,5	6,6	4,0
Singapura	12,5	50,8	22,3	14,5	22,5	43,6	18,9	15,0
Suécia	42,9	35,0	12,6	9,6	43,5	40,3	9,1	7,2
Suíça	19,3	52,9	20,4	7,4	19,3	56,9	17,3	6,5
Taiwan	46,9	33,0	10,0	10,0	46,2	34,4	9,1	10,3
Trinidad & Tobago	63,1	29,9	5,2	1,8	62,4	35,0	2,6	0,0
Média	*40,6*	*40,6*	*11,1*	*7,8*	*45,1*	*41,5*	*7,7*	*5,8*

Fonte: GEM 2013

[1] As proporções significam o percentual de empreendimentos segundo a orientação internacional, por país, em relação ao número total de empreendimentos no mesmo estágio e país.

Tabela A2.16 - Expectativa de geração de empregos segundo estágio e fase do desenvolvimento econômico: proporções[1] – Grupo de países – 2013

Geração de empregos	Empreendedores Iniciais	Empreendedores Estabelecidos
	Alta expectativa de emprego (10+ empregos e mais 50 % em 5 anos)	Alta expectativa de emprego (10+ empregos e mais 50 % em 5 anos)
Economia impulsionada por fatores		
Algéria	9,8	2,9
Angola	5,2	6,5
Botswana	22,2	5,0
Filipinas	3,9	1,7
Gana	5,2	2,4
Índia	3,2	1,2
Irã	21,1	4,3
Líbia	21,9	25,9
Malawi	0,5	0,4
Nigéria	10,3	10,3
Uganda	2,2	1,5
Vietnam	15,0	2,8
Zâmbia	1,5	0,0
Média	*9,4*	*5,0*
Economia impulsionada por eficiência		
África do Sul	17,8	13,3
Argentina	16,1	4,1
Bósnia	20,0	2,3
Brasil	**5,1**	**2,0**
Chile	23,6	5,0
China	15,6	7,5
Colômbia	44,3	10,9
Croácia	22,7	7,7
Equador	9,3	4,3
Eslováquia	21,1	7,3
Estônia	15,3	1,1
Guatemala	1,6	1,8
Hungria	18,9	6,6
Indonésia	1,1	0,3
Jamaica	2,9	1,5
Letônia	32,2	8,9
Lituânia	23,6	4,4
Macedônia	19,2	7,7
Malásia	2,0	7,0
México	3,6	4,3
Panamá	4,2	0,0
Peru	7,0	3,3
Polônia	27,1	7,0
Romênia	33,1	5,4
Rússia	18,9	4,4
Suriname	1,0	0,0
Tailândia	11,4	1,3
Uruguai	15,4	3,9
Média	*15,5*	*4,8*
Economia impulsionada por inovação		
Alemanha	*16,4*	*3,0*
Bélgica	*15,8*	*0,6*
Canadá	21,8	5,8
Coréia do Sul	13,9	6,1
Eslovênia	22,7	9,5
Espanha	8,6	1,2
Estados Unidos	23,3	2,2
Finlândia	12,2	2,3
França	15,9	1,7
Grécia	4,8	1,1
Holanda	8,5	1,1
Irlanda	21,9	4,6
Israel	17,8	6,7
Itália	6,7	3,8
Japão	35,2	9,6
Luxemburgo	11,4	0,0
Noruega	9,6	3,3
Porto Rico	5,8	0,0
Portugal	16,0	2,6
Reino Unido	16,4	3,2
República Tcheca	19,3	3,8
Singapura	35,2	8,7
Suécia	10,5	3,4
Suíça	9,2	0,7
Taiwan	35,1	14,4
Trinidad & Tobago	19,1	6,5
Média	*16,7*	*4,1*

Fonte: GEM 2013

[1] As proporções significam o percentual de empreendimentos segundo a alta expectativa de geração de empregos, por país, em relação ao número total de empreendimentos no mesmo estágio e país.

Tabela A2.17 - Taxas[1] específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	% da população da mesma classe					
Gênero						
Masculino	17,2	15,1	15,9	14,9	20,5	12,0
Feminino	17,4	19,4	13,9	18,1	19,9	15,0
Faixa etária						
18-24 anos	16,2	12,9	14,2	17,6	19,3	12,8
25-34 anos	21,9	19,7	18,2	20,7	26,6	16,9
35-44 anos	19,9	20,0	16,0	15,8	24,1	16,2
45-54 anos	15,2	18,1	14,7	14,6	15,9	13,4
55-64 anos	8,8	12,8	6,9	10,1	10,1	5,7
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	14,2	13,4	10,3	13,9	16,4	18,9
Primeiro grau incompleto	16,9	15,8	15,3	14,8	19,8	12,8
Primeiro grau completo	17,3	17,0	11,0	17,2	21,3	17,5
Segundo grau incompleto	17,6	16,8	12,2	19,5	21,5	13,4
Segundo grau completo	18,5	18,0	16,5	17,4	21,8	12,9
Curso superior incompleto	15,3	19,4	17,4	17,7	14,6	10,0
Curso superior completo	15,7	20,9	12,9	18,1	17,2	12,4
Pós-graduação incompleto	17,2	32,8	26,1	0,0	11,3	21,7
Pós-graduação completo	18,5	13,4	21,7	10,7	22,1	14,1
Tamanho da família						
Apenas 1 pessoa	16,4	24,8	11,1	14,2	20,6	10,6
2 pessoas	16,9	19,3	16,4	16,9	18,6	12,4
3 pessoas	17,9	17,7	13,7	17,3	20,9	17,0
4 pessoas	17,1	14,8	16,3	16,5	19,7	12,7
5 pessoas	16,0	16,9	14,0	15,4	18,0	12,4
6 pessoas	20,3	16,3	17,9	19,8	25,7	10,5
Mais de 6 pessoas	17,3	16,9	14,1	12,0	23,5	9,9
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	16,8	16,8	13,6	15,6	20,9	12,9
3 a 6 salários mínimos	18,3	17,7	18,4	19,1	19,4	14,6
6 a 9 salários mínimos	22,6	29,7	22,5	13,2	24,5	15,6
Mais de 9 salários mínimos	18,8	15,1	10,8	27,0	23,6	11,7
Movimentos Migratórios						
Natural da cidade	16,6	15,5	14,5	15,7	19,7	12,7
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	18,7	22,2	16,0	19,5	21,3	14,8
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	17,7	16,2	13,8	15,8	20,2	14,7
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	17,6	17,4	17,0	16,9	18,4	17,1

Fonte : GEM Brasil 2012

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais em cada classe em relação a polulação da mesma classe.

Tabela A2.18 - Taxas[1] específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo a características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	% da população da mesma classe					
Gênero						
Masculino	18,6	13,7	17,2	23,0	19,6	18,2
Feminino	12,6	10,6	11,9	16,9	12,7	12,1
Faixa etária						
18-24 anos	4,5	2,2	3,4	6,2	4,8	6,4
25-34 anos	11,8	7,4	10,6	16,6	12,4	12,7
35-44 anos	18,9	18,1	19,2	23,6	18,8	16,4
45-54 anos	24,3	22,0	24,6	27,3	24,4	23,0
55-64 anos	18,7	16,9	16,6	29,4	19,5	15,7
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	20,1	12,4	24,5	18,8	20,4	11,5
Primeiro grau incompleto	18,6	15,5	16,0	24,0	18,9	19,8
Primeiro grau completo	16,3	17,7	18,5	24,2	14,9	12,5
Segundo grau incompleto	15,0	6,2	12,6	14,8	19,0	11,9
Segundo grau completo	13,9	10,7	13,7	17,8	13,8	14,9
Curso superior incompleto	11,1	10,8	9,5	15,2	12,2	9,1
Curso superior completo	13,0	6,7	9,9	15,1	14,9	13,1
Pós-graduação incompleto	8,9	0,0	0,0	8,7	11,3	14,4
Pós-graduação completo	13,2	8,5	13,7	21,0	11,0	14,2
Tamanho da família						
Apenas 1 pessoa	19,7	21,0	22,6	18,7	18,5	18,8
2 pessoas	13,9	11,9	12,8	20,1	13,8	13,8
3 pessoas	14,8	11,2	13,9	19,3	15,2	14,4
4 pessoas	16,3	12,7	14,7	21,3	16,8	16,9
5 pessoas	15,1	12,5	11,7	17,0	17,6	14,6
6 pessoas	16,3	12,7	18,7	18,5	16,0	14,2
Mais de 6 pessoas	13,9	9,0	13,1	29,1	16,1	11,8
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	13,6	10,2	13,5	18,2	13,8	13,1
3 a 6 salários mínimos	17,9	16,2	16,6	22,5	18,3	17,3
6 a 9 salários mínimos	18,2	19,6	18,6	20,7	16,7	23,0
Mais de 9 salários mínimos	19,6	25,6	14,2	22,7	21,5	17,3
Movimentos Migratórios						
Natural da cidade	14,2	7,8	13,4	15,7	15,7	14,0
Natural do Estado (ou Unidade da	15,7	15,3	16,0	22,7	14,0	17,0
Natural de outro Estado (ou Unidade da	19,9	18,2	18,7	24,1	20,0	16,1
Já morou em outro Estado (ou Unidade da	18,0	16,3	14,3	23,0	19,7	16,1

Fonte : GEM Brasil 2012

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores estabelecidos em cada classe em relação a polulação da mesma classe.

Tabela A2.19 - Taxas[1] específicas de empreendedorismo total (TTE) segundo a características sociodemográficas – Brasil e regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	% da população da mesma classe					
Gênero						
Masculino	35,0	28,3	32,2	37,7	39,2	30,2
Feminino	29,8	29,5	25,6	34,9	32,5	27,1
Faixa etária						
18-24 anos	20,5	14,8	16,9	23,7	24,1	19,2
25-34 anos	33,4	26,5	28,0	37,1	38,7	29,6
35-44 anos	38,0	37,4	34,4	39,4	41,8	32,6
45-54 anos	39,0	39,9	39,3	41,9	39,3	36,4
55-64 anos	27,3	28,5	23,1	39,2	29,7	21,1
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	34,1	24,1	34,8	32,8	36,7	30,3
Primeiro grau incompleto	35,2	31,0	30,5	38,5	38,5	32,6
Primeiro grau completo	33,3	33,0	29,6	41,4	35,7	30,0
Segundo grau incompleto	32,1	22,6	24,4	34,3	39,6	25,3
Segundo grau completo	31,9	28,7	29,5	35,2	34,8	27,9
Curso superior incompleto	25,7	28,8	26,1	33,0	25,8	19,0
Curso superior completo	28,6	26,4	22,9	33,2	32,1	25,5
Pós-graduação incompleto	26,1	32,8	26,1	8,7	22,6	36,1
Pós-graduação completo	28,7	21,9	26,3	31,7	33,1	25,8
Tamanho da família						
Apenas 1 pessoa	34,8	39,6	32,1	32,9	37,8	29,4
2 pessoas	30,6	31,2	28,3	36,5	32,4	26,2
3 pessoas	32,2	28,6	27,4	36,6	35,3	31,2
4 pessoas	33,2	27,5	30,9	37,8	35,9	29,6
5 pessoas	31,0	29,0	25,3	32,4	35,6	27,0
6 pessoas	35,5	27,9	34,5	38,3	40,7	24,7
Mais de 6 pessoas	30,5	25,6	25,2	41,1	39,6	21,7
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	30,1	26,5	26,8	33,7	34,3	26,0
3 a 6 salários mínimos	35,8	33,0	34,3	41,6	37,2	31,9
6 a 9 salários mínimos	38,7	49,3	36,5	32,9	39,3	38,6
Mais de 9 salários mínimos	38,2	40,7	25,0	49,7	45,1	27,6
Movimentos Migratórios						
Natural da cidade	30,4	23,2	27,4	31,4	34,8	26,6
Natural do Estado (ou Unidade da	33,8	35,7	31,3	42,0	34,7	31,8
Natural de outro Estado (ou Unidade	37,5	34,0	31,9	39,8	40,3	30,8
Já morou em outro Estado (ou	35,1	33,1	30,3	39,6	37,6	33,0

Fonte : GEM Brasil 2012

[1] As taxas significam o percentual de empreendedores (inicial e/ou estabelecido) em cada classe em relação a polulação da mesma classe.

Tabela A2.20 - Distribuição dos empreendedores iniciais segundo características dos empreendimentos: proporções[1] – Brasil e regiões – 2013

características dos empreendimentos	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Novo para alguns	1,2	0,0	1,4	0,7	1,0	2,9
Ninguem considera novo	98,8	100,0	98,6	99,3	99,0	97,1
Concorrência						
Muitos concorrente	63,3	58,1	60,2	73,9	63,8	63,7
Poucos concorrentes	29,6	35,6	33,5	19,0	28,5	29,9
Nenhum concorrentes	7,1	6,3	6,3	7,1	7,7	6,4
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,6	99,1	98,5	98,2	98,7	98,0
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	0,9	0,8	1,5	1,0	1,2
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,4	0,0	0,7	0,0	0,3	0,8
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0
Empregos atualmente						
Nenhum emprego	66,1	60,8	50,5	76,7	70,6	72,6
1 Emprego	17,8	16,0	26,7	9,0	16,6	13,4
2 Empregos	8,9	13,0	14,0	4,7	7,0	7,8
3 Empregos	1,9	3,3	1,8	1,7	1,6	2,2
4 Empregos	1,8	3,4	2,3	2,7	1,3	1,0
5 ou mais empregos	3,5	3,6	4,7	5,1	2,9	3,0
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	76,5	66,0	72,3	88,5	77,4	80,8
1 emprego	3,5	6,1	7,6	1,6	1,7	3,1
2 emprego	6,3	10,3	8,7	3,0	5,3	5,3
3 emprego	3,2	4,4	2,9	2,4	3,4	2,4
4 emprego	2,2	3,8	1,1	0,3	2,7	1,8
5 ou mais empregos	8,3	9,3	7,3	4,1	9,5	6,5
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,5	0,0	1,1	0,7	0,2	1,0
Mais de 5 anos	99,5	100,0	98,9	99,3	99,8	99,0
Faturamento						
Até R$ 60.000,00	67,1	50,7	66,1	87,7	65,2	75,6
De R$ 60.000,01 a R$ 360.000,00	2,9	2,5	1,8	2,6	3,8	1,3
De R$ 360.000,01 a R$ 3.600.000,00	0,6	0,3	0,7	0,0	0,8	0,0
Acima de R$ 3.600.000,00	0,8	6,4	0,0	0,0	0,5	0,0
Ainda não faturou nada	28,7	40,0	31,4	9,8	29,7	23,1
Registro formal						
Possui cadastro na prefeitura, na junta comercial, na secretaria da agricultura ou na receita federal	20,9	19,6	18,6	21,5	21,5	22,8
Não possui nenhum tipo de registro	79,1	80,4	81,4	78,5	78,5	77,2
CNPJ						
Possui CNPJ	16,8	13,7	14,9	18,2	16,9	21,2
Não possui CNPJ	83,2	86,3	85,1	81,8	83,1	78,8

Fonte : GEM Brasil 2012

[1] As proporções significam o percentual de empreendimentos segundo a novidade do produto ou serviço, por região, em relação ao número total de empreendimentos no mesmo estágio e região.

Tabela A2.21 - Distribuição dos empreendedores estabelecidos segundo as características dos empreendimentos: proporções[1] – Brasil e regiões – 2012

Características dos empreendimentos	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	% dos empreendedores estabelecidos					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Novo para alguns	0,3	0,0	0,0	1,1	0,3	0,3
Ninguem considera novo	99,7	100,0	100,0	98,9	99,7	99,7
Concorrência						
Muitos concorrente	70,0	72,7	64,4	82,1	72,5	62,2
Poucos concorrentes	24,2	23,0	29,2	15,2	22,3	28,0
Nenhum concorrentes	5,8	4,3	6,4	2,6	5,2	9,8
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,9	98,2	99,2	99,5	98,4	99,7
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	1,8	0,4	0,3	1,6	0,3
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,1	0,0	0,4	0,3	0,0	0,0
Empregos atualmente						
Nenhum emprego	66,3	60,0	50,3	77,0	73,0	67,6
1 Emprego	16,6	16,0	30,1	11,0	11,7	13,2
2 Empregos	6,1	8,3	8,5	5,5	4,1	7,5
3 Empregos	3,1	4,8	2,1	0,6	3,9	3,0
4 Empregos	2,4	0,4	3,1	1,8	2,2	2,7
5 ou mais empregos	5,6	10,4	5,9	4,1	5,1	6,0
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	55,5	49,3	42,8	63,9	60,4	59,9
1 emprego	11,7	9,5	16,2	11,7	9,3	12,3
2 emprego	11,5	15,4	18,4	5,8	8,2	11,5
3 emprego	5,1	4,9	5,0	6,5	5,7	3,0
4 emprego	3,0	4,6	4,3	3,6	2,2	2,2
5 ou mais empregos	13,2	16,3	13,4	8,5	14,2	11,2
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,6
Mais de 5 anos	99,9	100,0	100,0	99,7	100,0	99,4
Faturamento						
Até R$ 60.000,00	92,8	83,7	93,8	95,0	92,6	94,0
De R$ 60.000,01 a R$ 360.000,00	5,4	6,8	5,5	5,0	5,4	4,9
De R$ 360.000,01 a R$ 3.600.000,00	1,1	0,4	0,7	0,0	1,7	1,1
Acima de R$ 3.600.000,00	0,7	9,2	0,0	0,0	0,3	0,0
Ainda não faturou nada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Registro formal						
Possui cadastro na prefeitura, na junta comercial, na secretaria da agricultura ou na receita federal	25,9	25,4	27,7	20,9	25,4	28,1
Não possui nenhum tipo de registro	74,1	74,6	72,3	79,1	74,6	71,9
CNPJ						
Possui CNPJ	20,2	18,7	18,8	16,1	20,3	25,6
Não possui CNPJ	79,8	81,3	81,2	83,9	79,7	74,4

Fonte : GEM Brasil 2012

[1] As proporções significam o percentual de empreendimentos segundo a novidade do produto ou serviço, por região, em relação ao número total de empreendimentos no mesmo estágio e região.

Tabela A2.22 - Distribuição do total de empreendedores segundo as características dos empreendimentos: proporções[1] – Brasil e regiões – 2013

Características dos empreendimentos	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	% do total de empreendedores					
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Novo para alguns	0,8	0,0	0,7	0,9	0,7	1,6
Ninguem considera novo	99,2	100,0	99,3	99,1	99,3	98,4
Concorrência						
Muitos concorrente	66,4	63,8	62,2	78,3	67,7	62,9
Poucos concorrentes	27,1	30,6	31,4	17,0	25,7	28,9
Nenhum concorrentes	6,5	5,5	6,4	4,7	6,6	8,2
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,7	98,7	98,8	98,9	98,6	98,9
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1,0	1,3	0,6	0,8	1,3	0,7
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,2	0,0	0,4	0,0	0,1	0,4
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,1	0,0	0,2	0,3	0,0	0,0
Empregos atualmente						
Nenhum emprego	66,2	60,6	50,5	76,8	71,6	69,8
1 Emprego	17,2	16,1	28,8	10,2	14,2	13,3
2 Empregos	7,4	10,5	11,0	5,2	5,5	7,6
3 Empregos	2,5	4,0	2,0	1,1	2,8	2,6
4 Empregos	2,1	1,9	2,6	2,2	1,8	2,0
5 ou mais empregos	4,6	7,0	5,1	4,5	4,1	4,6
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	68,1	60,7	60,0	76,5	71,2	70,4
1 emprego	6,9	7,2	11,5	6,5	4,5	7,7
2 emprego	8,5	12,0	12,9	4,3	6,5	8,4
3 emprego	4,0	4,0	4,0	4,4	4,3	2,7
4 emprego	2,5	4,1	2,4	1,9	2,4	2,0
5 ou mais empregos	10,0	12,0	9,2	6,3	11,1	8,7
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,3	0,0	0,6	0,4	0,1	0,8
Mais de 5 anos	99,7	100,0	99,4	99,6	99,9	99,2
Faturamento						
Até R$ 60.000,00	79,1	64,1	79,6	91,6	77,2	85,3
De R$ 60.000,01 a R$ 360.000,00	4,1	4,3	3,6	3,9	4,5	3,2
De R$ 360.000,01 a R$ 3.600.000,00	0,8	0,3	0,7	0,0	1,2	0,6
Acima de R$ 3.600.000,00	0,7	7,6	0,0	0,0	0,5	0,0
Ainda não faturou nada	15,2	23,7	16,1	4,5	16,7	10,9
Registro formal						
Possui cadastro na prefeitura, na junta comer	23,0	21,6	23,0	21,1	22,8	25,4
Não possui nenhum tipo de registro	77,0	78,4	77,0	78,9	77,2	74,6
CNPJ						
Possui CNPJ	18,3	15,6	16,6	17,1	18,4	23,4
Não possui CNPJ	81,7	84,4	83,4	82,9	81,6	76,6

Fonte : GEM Brasil 2012

[1] As proporções significam o percentual de empreendimentos segundo a novidade do produto ou serviço, por região, em relação ao número total de empreendimentos no mesmo estágio e região.

Tabela A2.23 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções relativas a fatores favoráveis e limitantes segundo a percepção dos especialistas – Brasil[1] e regiões[2] – 2013

Fatores	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos Especialistas					
Fatores favoráveis						
EFC 1: Apoio Financeiro	18,5	15,4	20,0	23,5	17,6	11,8
EFC 2: Políticas Governamentais	29,6	23,1	26,7	23,5	23,5	23,5
EFC 3: Programas Governamentais	19,8	7,7	33,3	23,5	23,5	35,3
EFC 4: Educação e Capacitação	8,6	15,4	6,7	23,5	5,9	11,8
EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência Tecnologia)	6,2	7,7	0,0	5,9	5,9	11,8
EFC 6: Infra-estrutura Comercial e Profissional	18,5	7,7	13,3	11,8	35,3	11,8
EFC 7: Acesso ao Mercado/ Abertura e Barreiras à Entrada	32,1	53,8	20,0	17,6	41,2	29,4
EFC 8: Acesso à Infra-estrutura Física	7,4	7,7	6,7	5,9	5,9	5,9
EFC 9: Normas Culturais e Sociais	44,4	30,8	33,3	35,3	47,1	52,9
EFC 10 - Capacidade empreendedora	18,5	15,4	26,7	23,5	5,9	5,9
EFC 11 - Clima econômico	27,2	23,1	40,0	17,6	29,4	29,4
EFC 12 - Caracteristicas da Força trabalho	3,7	7,7	0,0	5,9	5,9	0,0
EFC 13 - Composição da População Percebida	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EFC 14 - Contexto Político, Institucional e Social	7,4	7,7	6,7	11,8	11,8	0,0
Fatores limitantes						
EFC 1: Apoio Financeiro	44,4	30,8	46,7	29,4	29,4	61,1
EFC 2: Políticas Governamentais	80,2	84,6	86,7	82,4	76,5	61,1
EFC 3: Programas Governamentais	9,9	7,7	6,7	5,9	23,5	0,0
EFC 4: Educação e Capacitação	40,7	38,5	20,0	41,2	47,1	61,1
EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência Tecnologia)	2,5	0,0	0,0	5,9	0,0	5,6
EFC 6: Infra-estrutura Comercial e Profissional	14,8	15,4	13,3	11,8	0,0	11,1
EFC 7: Acesso ao Mercado/ Abertura e Barreiras à Entrada	4,9	0,0	0,0	0,0	11,8	11,1
EFC 8: Acesso à Infra-estrutura Física	7,4	23,1	6,7	11,8	11,8	0,0
EFC 9: Normas Culturais e Sociais	14,8	7,7	13,3	0,0	29,4	22,2
EFC 10 - Capacidade empreendedora	9,9	0,0	6,7	29,4	11,8	11,1
EFC 11 - Clima econômico	6,2	7,7	6,7	0,0	5,9	0,0
EFC 12 - Caracteristicas da Força trabalho	12,3	7,7	6,7	17,6	11,8	11,1
EFC 13 - Composição da População Percebida	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EFC 14 - Contexto Político, Institucional e Social	3,7	0,0	13,3	0,0	5,9	0,0

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]Brasil: Todos os entrevistados do Brasil avaliando Brasil.

[2]Regiões: Todos os entrevistados da região avaliando região.

Tabela A2.24 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Brasil – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	20,7	31,5	29,4	13,6	4,8
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	20,2	33,6	28,3	11,3	6,5
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	58,4	25,4	8,7	3,3	4,2
Programas governamentais	23,0	36,3	29,7	8,6	2,4
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	60,2	28,7	7,8	3,3	0,0
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	14,9	44,4	27,4	12,9	0,4
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	34,9	39,0	18,9	5,2	2,0
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	22,1	34,1	30,9	11,3	1,7
Dinâmica do mercado interno.	5,4	24,1	37,3	28,9	4,2
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	24,4	43,8	26,8	4,7	0,3
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	13,9	19,6	27,5	27,8	11,2
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	9,6	34,2	31,5	21,4	3,2
Percepção de oportunidades existentes.	1,7	10,1	28,8	35,5	24,0
Nível de capacidade e habilidade da população para iniciar um novo negócio.	17,8	47,7	29,8	4,4	0,2
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.	3,6	8,4	25,8	39,4	22,9
Situação dos direitos de propriedade intelectual.	26,3	24,0	27,6	17,4	4,6
Opinião sobre a dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino.	8,4	23,6	27,6	25,5	14,9
Apoio e encorajamento à empresas de alto crescimento.	10,6	28,7	41,0	17,8	1,9
Valorização da inovação sob o ponto de vista das empresas.	6,8	30,4	40,8	16,0	6,0
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.	3,6	11,5	32,4	36,0	16,6
Bem Estar	6,3	25,8	40,8	23,4	3,6

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se os itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e os itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

Tabela A2.25 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Norte – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	37,8	28,9	18,9	8,9	5,6
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	30,4	37,0	13,0	10,9	8,7
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	65,6	20,3	3,1	4,7	6,3
Programas governamentais	46,3	28,4	15,8	8,4	1,1
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	70,8	22,9	6,3	0,0	0,0
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	31,3	41,7	20,8	6,3	0,0
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	67,8	20,0	5,6	5,6	1,1
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	47,5	27,5	22,5	2,5	0,0
Dinâmica do mercado interno.	10,0	30,0	26,7	30,0	3,3
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	40,4	35,1	21,1	3,5	0,0
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	30,0	26,3	28,8	10,0	5,0
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	21,3	48,8	18,8	8,8	2,5
Percepção de oportunidades existentes.	5,0	22,5	18,8	20,0	33,8
Nível de capacidade e habilidade da população para iniciar um novo negócio.	33,8	38,8	22,5	5,0	0,0
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.	8,8	12,5	23,8	33,8	21,3
Situação dos direitos de propriedade intelectual.	32,1	28,2	15,4	16,7	7,7
Opinião sobre a dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino.	13,8	27,5	23,8	16,3	18,8
Apoio e encorajamento à empresas de alto crescimento.	34,6	26,9	29,5	9,0	0,0
Valorização da inovação sob o ponto de vista das empresas.	22,9	37,5	20,8	12,5	6,3
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.	12,5	14,6	16,7	37,5	18,8
Bem Estar	6,7	30,0	36,7	23,3	3,3

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se os itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e os itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

Tabela A2.26 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Nordeste – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	50,0	31,9	12,8	4,3	1,1
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	27,5	39,2	25,5	5,9	2,0
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	74,6	17,9	4,5	1,5	1,5
Programas governamentais	29,7	42,6	18,8	5,9	3,0
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	78,4	17,6	2,0	2,0	0,0
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	23,5	49,0	23,5	3,9	0,0
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	60,2	27,6	10,2	2,0	0,0
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	25,9	47,1	20,0	4,7	2,4
Dinâmica do mercado interno.	11,8	17,6	29,4	32,4	8,8
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	32,3	48,4	12,9	6,5	0,0
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	15,7	27,7	30,1	21,7	4,8
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	16,5	50,6	15,2	13,9	3,8
Percepção de oportunidades existentes.	3,6	22,6	32,1	26,2	15,5
Nível de capacidade e habilidade da população para iniciar um novo negócio.	36,3	42,5	17,5	3,8	0,0
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.	2,5	20,0	32,5	25,0	20,0
Situação dos direitos de propriedade intelectual.	44,0	17,3	21,3	13,3	4,0
Opinião sobre a dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino.	12,5	22,5	32,5	21,3	11,3
Apoio e encorajamento à empresas de alto crescimento.	26,8	25,4	38,0	9,9	0,0
Valorização da inovação sob o ponto de vista das empresas.	23,5	33,3	35,3	7,8	0,0
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.	3,9	21,6	39,2	15,7	19,6
Bem Estar	7,8	31,3	43,8	17,2	0,0

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se os itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e os itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

Tabela A2.27 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Centro-Oeste – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	12,5	48,8	18,8	13,8	6,3
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	13,3	26,7	26,7	26,7	6,7
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	59,7	19,4	11,3	1,6	8,1
Programas governamentais	29,3	25,0	32,6	8,7	4,3
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	46,5	27,9	25,6	0,0	0,0
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	11,9	42,9	26,2	16,7	2,4
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	25,3	55,4	10,8	2,4	6,0
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	22,5	33,8	30,0	13,8	0,0
Dinâmica do mercado interno.	0,0	35,5	41,9	16,1	6,5
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	28,6	42,9	23,2	5,4	0,0
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	10,0	17,5	27,5	27,5	17,5
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	7,9	27,6	42,1	18,4	3,9
Percepção de oportunidades existentes.	1,3	7,6	34,2	35,4	21,5
Nível de capacidade e habilidade da população para iniciar um novo negócio.	16,4	45,2	28,8	8,2	1,4
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.	1,3	12,7	30,4	35,4	20,3
Situação dos direitos de propriedade intelectual.	23,3	28,8	35,6	9,6	2,7
Opinião sobre a dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino.	15,2	20,3	25,3	25,3	13,9
Apoio e encorajamento à empresas de alto crescimento.	13,9	27,8	47,2	9,7	1,4
Valorização da inovação sob o ponto de vista das empresas.	13,0	32,6	26,1	17,4	10,9
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.	8,3	4,2	33,3	37,5	16,7
Bem Estar	9,5	19,0	49,2	19,0	3,2

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se os itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e os itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

Tabela A2.28 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Sudeste – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	26,0	31,3	18,8	12,5	11,5
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	30,6	36,7	16,3	6,1	10,2
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	50,7	29,9	13,4	4,5	1,5
Programas governamentais	22,7	36,1	24,7	12,4	4,1
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	47,9	35,4	12,5	2,1	2,1
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	18,8	27,1	39,6	12,5	2,1
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	42,2	34,4	17,8	4,4	1,1
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	18,8	28,2	30,6	20,0	2,4
Dinâmica do mercado interno.	8,8	23,5	38,2	26,5	2,9
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	34,4	34,4	27,9	3,3	0,0
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	13,6	16,0	23,5	30,9	16,0
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	13,9	25,3	32,9	21,5	6,3
Percepção de oportunidades existentes.	3,5	11,8	20,0	31,8	32,9
Nível de capacidade e habilidade da população para iniciar um novo negócio.	23,5	32,9	32,9	10,6	0,0
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.	2,4	9,4	24,7	41,2	22,4
Situação dos direitos de propriedade intelectual.	20,0	23,8	28,8	21,3	6,3
Opinião sobre a dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino.	7,2	16,9	24,1	28,9	22,9
Apoio e encorajamento à empresas de alto crescimento.	16,0	21,3	30,7	24,0	8,0
Valorização da inovação sob o ponto de vista das empresas.	3,9	31,4	33,3	23,5	7,8
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.	3,9	13,7	21,6	45,1	15,7
Bem Estar	7,7	18,5	35,4	32,3	6,2

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se os itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e os itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

Tabela A2.29 - Condições que afetam o empreendedorismo: proporções das notas dadas segundo a percepção dos especialistas, relativas ao grupo de tópicos – Região Sul – 2013

Tópicos	Nota				
	1	2	3	4	5
	Frequência relativa das notas[1]				
Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo.	28,1	39,6	19,8	12,5	0,0
Políticas Gov. em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas	29,4	29,4	27,5	11,8	2,0
Políticas governamentais: burocracia e impostos.	50,0	22,9	15,7	5,7	5,7
Programas governamentais	24,1	38,0	25,9	10,2	1,9
Nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio.	58,0	34,0	8,0	0,0	0,0
Nível de educação empreendedora no ensino técnico e superior.	18,4	26,5	42,9	12,2	0,0
Nível de transferência e desenvolvimento de tecnologia.	43,3	39,2	12,4	4,1	1,0
Acesso à infraestrutura comercial e profissional.	22,5	33,7	25,8	14,6	3,4
Dinâmica do mercado interno.	11,1	27,8	38,9	19,4	2,8
Mercado interno: barreiras, custos, concorrência e legislação	25,0	55,0	16,7	3,3	0,0
Acesso à infraestrutura física e de serviços.	14,3	21,4	22,6	25,0	16,7
Normas culturais e sociais e apoio da sociedade.	10,7	26,2	35,7	25,0	2,4
Percepção de oportunidades existentes.	2,3	12,8	31,4	37,2	16,3
Nível de capacidade e habilidade da população para iniciar um novo negócio.	16,5	44,7	32,9	5,9	0,0
Nível de motivação e valorização do empreendedor e seu papel.	7,8	10,0	24,4	35,6	22,2
Situação dos direitos de propriedade intelectual.	33,8	30,0	22,5	12,5	1,3
Opinião sobre a dinâmica e apoio ao empreendedorismo feminino.	11,2	31,5	22,5	22,5	12,4
Apoio e encorajamento à empresas de alto crescimento.	12,3	31,5	39,7	13,7	2,7
Valorização da inovação sob o ponto de vista das empresas.	13,0	27,8	42,6	16,7	0,0
Valorização da inovação sob o ponto de vista dos clientes.	5,7	3,8	26,4	50,9	13,2
Bem Estar	6,0	35,8	26,9	26,9	4,5

Fonte: GEM Brasil 2013

[1]As frequências relativas significam o percentual em que a nota foi citada em relação ao total de especialistas. Considera-se os itens com avaliação negativa as notas com as maiores frequências abaixo de 3 e os itens com avaliação positiva as notas com as maiores frequências acima de 3.

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

APÊNDICE 03

EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM 2013

APÊNDICE 03

EQUIPES E PATROCINADORES DO GEM 2013

Quadro A3.1 - Equipes e patrocinadores do GEM 2013 nos países

Equipe	Instituições	Membros	Patrocinadores
Algéria	CREAD	**Abderrahmane Abedou** Ahmed Bouyacoub Hamid Kherbachi Boukahri Mohamed Marita Riedel Marcus Antonius Casel	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI) Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) of the Universidade Católica de Angola (UCAN)	**Augusto Medina** Douglas Thompson Nuno Gonçalves Manuel Alves da Rocha Salim Abdul Valimamade	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L. International Development Research Centre (IDRC)
Argentina	IAE Business School	**Silvia Torres Carbonell** Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	**Marjorie Wharton** Donley Carrington Jeannine Comma Jason Marshall Camara Lee	International Development Research Centre (IDRC) First Citizens Bank Ltd
Bélgica	Vlerick Business School	**Hans Crijns** Niels Bosma Tine Holvoet Jeff Seaman	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)
Bósnia	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	**Bahrija Umihanić** Mirela Omerović Aziz Šunje Rasim Tulumović Kenan Crnkić Zdenko Klepić Ranko Markuš Slađana Simić Majda Mujanović	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla Federal Ministry of Entrepreneurship, Development and Crafts Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton Oxfam Independent Office for Development (NBR) Local Economic Development Network (LEDnet) Swiss Agency for Development and Cooperation (Youth Employment Project)
Botswana	University of Botswana	**C.R. Sathyamoorthi** B. Kealesitse J. Pansiri R. Makgosa S. Biza-Khupe T. Mphela R. Morakanyane T. Ditshweu T. Tsheko L. Setswalo I. Radikoko	International Development Research Centre (IDRC)
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	**Simara Maria de S, S. Greco** Adriano Luiz Antunes Kristie Seawright Marco Aurélio Bedê Mariano Mato Macedo Mario Tamada Neto Morlan Luigi Guimarães Tales Andreassi	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE Fundação Getúlio Vargas - FGV- EAESP Universidade Federal do Paraná - UFPR Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR
Canadá	The Centre for Innovation Studies (THECIS) University of Calgary Memorial University Téluq-Université du Québec Ryerson University Université du Québec à Trois-Rivières Rivières University of Manitoba University of Saskatchewan University of Alberta CPROST, Simon Fraser University University of Regina	**Peter Josty** Chad Saunders Gary Gorman Dennis Hanlon Diane-Gabrielle Tremblay Charles Davis Dave Valliere Howard Lin Neil Wolff Etienne St-Jean Nathan Greidanus Cami Ryan Cooper Langford Ted Heidrick Adam Holbrook Brian Wixted Blair Winsor Chris Street	Atlantic Canada Opportunities Agency British Columbia Innovation Council Canadian Youth Business Foundation EY Government of Alberta Government of Ontario Government of Newfoundland Government of Manitoba Government of Quebec Innovation Saskatchewan Institut de recherche sur les PME International Development Research Centre (IDRC) International Institute for Sustainable Development Stu Clark Centre for Entrepreneurship, University of Manitoba University of Alberta

Equipe	Instituições	Membros	Patrocinadores
Chile	Universidad del Desarrollo	**José Ernesto Amorós** Carlos Poblete Carlos Albornoz Gianni Romani	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra SOFOFA (Federation of Chilean Industry) InnovaChile Corfo Ministerio de Economía
China	Tsinghua University	**Gao Jian** Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	School of Economics and Management, Tsinghua University
Colômbia	Universidad Icesi Universidad de los Andes Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	**Rodrigo Varela Villegas** Jhon Alexander Moreno Monica Bedoya Rafael Augusto Vesga Liyis Gómez Ignacio Negrette Juan Guillermo Restrepo Fernando Pereira Fabian Osorio Ana Maria Fierro	Universidad Icesi Universidad de los Andes Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali
Croácia	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	**Slavica Singer** Nataša Šarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka Mirna Oberman	Ministry of Economy Ministry of Entrepreneurship and Crafts CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics
República Tcheca	University of Economics, Prague	**Martin Lukes** Martina Jakl Jan Zouhar Jan Mares	Technology Agency of the Czech Republic
Equador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	**Virginia Lasio** Guido Caicedo Xavier Ordeñana Andrea Gabriela Samaniego Diaz Ramon Villa Edgar Izquierdo	Banco del Pacífico CLARO Dyvenpro ESPOL Mexichem Group Telconet
Estônia	Estonian Development Fund	**Tõnis Arro** Tõnis Mets Tiit Elenurm	Estonian Development Fund University of Tartu
Finlândia	Turku School of Economics, University of Turku	**Anne Kovalainen** Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm Sanna Suomalainen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku
França	EMLYON Business School	**Alain Fayolle** Emeran Nziali Danielle Rousson	EMLYON Business School
Alemanha	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	**Rolf Sternberg** **Udo Brixy** Arne Vorderwülbecke	German Federal Employment Agency (BA)
Gana	University of Ghana	**Paul W. K. Yankson** George Owusu Robert D. Osei Simon Bawakyillenuo	International Development Research Centre (IDRC)
Grécia	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	**Stavros Ioannides** Aggelos Tsakanikas Ioannis Giotopoulos	National Bank of Greece SA
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	**Hugo Maúl** Mónica de Zelaya Carolina Uribe David Casasola Fritz Thomas Jaime Diaz Lisardo Bolaños Gustavo Saenz	Francisco Marroquín University -UFM- School of Economic Sciences -UFM- Kirzner Entrepreneurship Center

Equipe	Instituições	Membros	Patrocinadores
Hungria	University of Pécs, Faculty of Business	**László Szerb**	OTKA Research Foundation Theme number
		József Ulbert	Regional Studies PhD Programme,
		Attila Varga	Business Administration PhD Programme,
		Gábor Márkus	Management and Business Administration
		Attila Petheő	Doctoral School of Regional and Economic
		Dietrich Péter	Global Entrepreneurship and Research
		Zoltán J. Ács	
		Terjesen Siri	
		Saul Estrin	
		Ruta Aidis	
India	Entrepreneurship Development	**Sunil Shukla**	Centre for Research in Entrepreneurship,
		Pankaj Bharti	
		Amit Kumar Dwivedi	
	Institute of Management Technology	Bibek Banerjee	Institute of Management Technology (IMT)
		Noel Saraf	
	Indian School of Business (ISB),	Krishna Tanuku	Wadhwani Centre for Entrepreneurship
		Santosh Srinivas	Wadhwani Centre for Entrepreneurship
		Vijay Vyas	
		Kumar Ashish	
Indonésia	Parahyangan Catholic University	**Catharina Badra Nawangpalupi**	International Development Research Centre
		Gandhi Pawitan	
		Agus Gunawan	
		Maria Widyarini	
		Triyana Iskandarsyah	
Irã	University of Tehran	**Abbas Bazargan**	Labour Social Security Institute (LSSI)
		Nezameddin Faghih	
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi	
		Leyla Sarfaraz	
		Asadolah Kordrnaeij	
		Jahangir Yadollahi Farsi	
		Mahmod Ahamadpour Daryani	
		S. Mostafa Razavi	
		Mohammad Reza Zali	
		Mohammad Reza Sepehri	
		Ali Rezaean	
		Thomas Schøtt	
Irlanda	Fitzsimons Consulting	**Paula Fitzsimons**	Enterprise Ireland
	Dublin City University Business School	Colm O'Gorman	Forfás
Israel	The Ira Centre for Business	**Ehud Menipaz**	The Ira Centre for Business Technology and
		Yoash Avrahami	
		Miri Lerner	
		Eli Gimmon	
		Zeev Greenberg	
		Geula Biton	
Itália	University of Padua	**Moreno Muffatto**	Università degli Studi di Padova
		Patrizia Garengo	Università Politecnica delle Marche
		Paolo Giacon	Fondazione Aristide Merloni
		Donato Iacobucci	Grafica Veneta Spa
		Alessandra Micozzi	
		Michael Sheriff	
		Saadat Saaed	
		Masoud Mostafavi	
		Sandra Dal Bianco	
		Debora Vivenzi	
Jamaica	University of Technology, Jamaica	**Michelle Black**	International Development Research Centre
		Paul Golding	
		Orville Reid	
		Vanetta Skeete	
		Horace Williams	
		Michael Steele	
		O'Neil Perkins	
		Girjanauth Boodraj	
		Claudette Williams-Myers	
Japão	Musashi University	**Noriyuki Takahashi**	Venture Enterprise Center
		Takeo Isobe	
		Yuji Honjo	
		Takehiko Yasuda	
		Masaaki Suzuki	
Coréia do Sul	Gyeongnam National University of	**Sung-sik Bahn**	GEM Korea Center
		Sanggu Seo	Hanaro Tech Co., Ltd.
		Kyung-Mo Song	Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI)
		Jong-hae Park	Taewan Co., Ltd.
		Min-Seok Cha	Chonhaiji Co., Ltd.
		Mim-sun Cho	

Equipe	Instituições	Membros	Patrocinadores
Latvia	The TeliaSonera Institute at the Baltic International Centre for	**Marija Krumina** Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB
Libya	University of Benghazi	**Fathi Ali** Ali Omar Yousef El Gimati Paul Dyer Nader Kabbani	International Development Research Centre Silatech
Letônia	International Business School at	**Mindaugas Lauzikas** Erika Vaiginiene Aiste Miliute Skaiste Varniene	International Business School at Vilnius Lithuanian Research Council Enterprise Lithuania
Luxemburgo	University of Luxembourg	**Denise Elaine Fletcher** Anne-Laure Mention Olivier Giacomin Guy Schuller Peter Höck	Chambre de Commerce Luxembourg Ministère de l'Économie et du Commerce University of Luxembourg CRP Henri Tudor, public research centre STATEC, National Statistical Office
Macedônia	University "Ss. Cyril and Methodius" - Macedonian Enterprise Development	**Radmil Polenakovic** Tetjana Lazarevska Saso Klekovski Aleksandar Krzalovski Dimce Mitreski Lazar Nedanoski Gligor Mihailovski Jasmina Popovska	Macedonian Enterprise Development
Malawi	University of Malawi	**George Mandere** Benjamin Kaneka James Kaphuka Andrew Jamali Regson Chaweza Monica Phiri Mike Dalious	International Development Research Centre University of Malawi Invest in Knowledge Initiative
Malásia	Universiti Tun Abdul Razak	**Siri Roland Xavier** Mohar bin Yusof Leilanie Mohd Nor Noorseha binti Ayob Garry Clayton	Universiti Tun Abdul Razak
México	Tecnológico de Monterrey	**Mario Adrián Flores** Marcia Campos Elvira Naranjo Natzin López	Tecnológico de Monterrey Campus León
Namibia	Namibia Business School	**Mac Hengari** Albert Kamuinjo Jennifer Haihambo Nepeti Nicanor Nehemia Uzera	Namibia Business School
Holanda	Panteia/EIM	**Jolanda Hessels** Peter van der Zwan Sander Wennekers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Ingrid Verheul Niels Bosma	The Ministry of Economic Affairs of the
Nigéria	TOMEB Foundation for Youth	**Rilwan Aderinto** Tunde Popoola Luqman Olatokunbo Obileye Tomola Marshal Obamuyi Thomas Schøtt Abubakar Sadiq Kasum Lere Baale	International Development Research Centre TOMEB Foundation for Youth, Development
Noruega	Bodø Graduate School of Business	**Gry Agnete Alsos** Erlend Bullvåg Tommy Høyvarde Clausen Espen Isaksen Bjørn Willy Åmo Aurora Dyrnes	Innovation Norway Kunnskapsfondet Nordland AS Bodø Graduate School of Business
Panama	City of Knowledge's Panama Business IESA Management School (Panama	**Manuel Lorenzo** Manuel Arrocha Ramón Garibay Andrés León Federico Fernández Dupouy	The Authority of the Micro, Small and IPSOS

Equipe	Instituições	Membros	Patrocinadores
Peru	Universidad ESAN	**Jaime Serida** Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Armando Borda	Universidad ESAN's Center for Imasen
Filipinas	De La Salle University	**Aida Licaros Velasco** Emilina Sarreal Brian Gozun Junette Perez Gerardo Largoza Mitzie Conchada	International Development Research Centre
Polônia	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise	**Przemysław Zbierowski** Anna Tarnawa Paulina Zadura-Lichota Dorota Węcławska Mariusz Bratnicki	Polish Agency for Enterprise Development
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação	**Augusto Medina** Douglas Thompson Rui Monteiro Nuno Gonçalves Luís Antero Reto António Caetano Nelson Ramalho	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
Porto Rico	University of Puerto Rico School of	**Marines Aponte** Aida Lozada Marta Alvarez	University of Puerto Rico School of Business, Banco Popular de Puerto Rico
Romênia	Faculty of Economics and Business	**Ágnes Nagy** Tünde Petra Petru Annamária Benyovszki Ştefan Pete Lehel - Zoltán Györfy Dumitru Matiș Eugenia Matiș	OTP Bank Romania Asociatia Pro Oeconomica Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca Metro Media Transilvania, Studii Sociale,
Rússia	Graduate School of Management	**Verkhovskaya Olga** Dorokhina Maria Shirokova Galina	Charitable Foundation for Graduate School E&Y Center for Entrepreneurship
Singapura	Nanyang Technological University	**Olexander Chernyshenko** Ho Moon-Ho Ringo Chan Kim Yin Rosa Kang Lai Yoke Yong Marilyn Ang Uy Francis Wong Lun Kai Calvin Ong He Lu Lee Seong Per	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd
Eslováquia	Comenius University in Bratislava,	**Anna Pilkova** Zuzana Kovacicova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik	National Agency for Development of Small Central European Foundation (CEF) SLOVINTEGRA Energy, s.r.o Comenius University in Bratislava, Faculty of
Eslovênia	Faculty of Economics and Business,	**Miroslav Rebernik** Polona Tominc Katja Crnogaj Karin Širec Barbara Bradač Hojnik Matej Rus	SPIRIT Slovenia Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship and Small
África do Sul	The UCT Centre for Innovation and	**Mike Herrington** Gerhard Mulder	Department of Economic Development and
Espanha	UCEIF-Cise Spanish GEM Regional Network	**Ricardo Hernández** Federico Gutiérrez- Solana Iñaki Peña Maribel Guerrero José Luis González Manuel Redondo Inés Rueda Antonio Fernández	Bank Of Santander Spanish GEM Regional Network Fundación Rafael Del Pino
Suécia	Swedish Entrepreneurship Forum	**Pontus Braunerhjelm** Per Thulin Carin Holmquist Maria Adenfelt Mikael Jorstig	Svenskt Näringsliv / Confederation of Vinnova EU Commission, DG Employment (for

Equipe	Instituições	Membros	Patrocinadores
Suíça	School of Management (HEG-FR)	**Rico Baldegger**	School of Management Fribourg (HEG-FR)
		Andreas Brülhart	
		Fredrik Hacklin	Swiss Federal Institute of Technology in
		Pius Baschera	
		Siegfried Alberton	University of Applied Sciences and Arts of
		Andrea Huber	
		Pascal Wild	
		Onur Saglam	
Suriname	Arthur Lok Jack Graduate School of	**Miguel Carillo**	Inter American Development Bank
		Henry Bailey	
		Marvin Pacheco	
Taiwan	National Chengchi University	**Chao-Tung Wen**	Small and Medium Enterprise Administration,
		Ru-Mei Hsieh	
		Yi-Wen Chen	
		Chang-Yung Liu	
		Su-Lee Tsai	
		Yu-Ting Cheng	
		Li-Hua Chen	
		Shih-Feng Chou	
Tailândia	Bangkok University - School of	**Pichit Akrathit**	Bangkok University
		Koson Sapprasert	
		Ulrike Guelich	
Trinidad & Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of	**Miguel Carillo**	International Development Research Centre
		Henry Bailey	
		Marvin Pacheco	
Turquia	Small and Medium Enterprises	**Esra Karadeniz**	Small and Medium Enterprises Development
	Yeditepe University	Meltem Öksüz	Turkish Economy Bank (TEB)
		Dila Kalyoncu	
Uganda	Makerere University Business School	**Rebecca Namatovu**	International Development Research Centre
		Waswa Balunywa	
		Sarah Kyejjusa	Makerere University Business School
		Peter Rosa	
		Laura Orobia	
		Diana Ntamu	
		Arthur Sserwanga	
		Samuel Dawa	
Reino Unido	Aston University	**Mark Hart**	Department for Business, Innovation and
		Jonathan Levie	Welsh Assembly Government
		Erkko Autio	Hunter Centre for Entrepreneurship,
		Tomasz Mickiewicz	Invest Northern Ireland
		Michael Anyadike-Danes	Coca Cola Ltd
		Paul Reynolds	The Prince's Initiative for Mature Enterprise
		Karen Bonner	
Uruguai	IEEM	**Leonardo Veiga**	University of Montevideo
		Isabelle Chaquiriand	Deloitte Uruguay
Estados Unidos	Babson College	**Donna Kelley**	Babson College
		Abdul Ali	
		Candida Brush	
		Marcia Cole	
		Andrew Corbett	
		Medhi Maj	
		Monica Dean	Baruch College
		Edward Rogoff	
		Thomas Lyons	
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and	**Luong Minh Huan**	International Development Research Centre
		Doan Thi Quyen	
		Pham Dinh Vu	
		Do Thi Ha Lan	
		Doan Thuy Nga	
Zâmbia	University of Zambia	**Francis Chigunta**	International Development Research Centre
		Valentine Mwanza	
		Mumba Moonga	
		Chilala Hankuku	
		Wisdom Kalenga	

Quadro A3.2 - Características da pesquisa nos países – 2013

Países	Procedimentos da pesquisa	População adulta 18-64 anos	Tamanho da amostra
África do Sul	Entrevistas face-a-face	28.092.000	3.450
Alemanha	Entrevistas via telefone móvel	51.743.922	5.996
Algéria	Entrevistas face-a-face	8.900.463	2.500
Angola	Entrevistas face-a-face	9.220.789	2.146
Argentina	Entrevistas via telefone fixo	20.502.843	2.200
Bélgica	Entrevistas via telefone fixo e móvel	6.865.841	2.001
Bósnia	Entrevistas via telefone fixo	2.600.825	2.004
Botswana	Entrevistas face-a-face	668.562	2.204
Brasil	Entrevistas face-a-face	123.122.000	10.000
Canadá	Entrevistas via telefone fixo e móvel	21.454.125	3.286
Chile	Entrevistas face-a-face, via telefone fixo e móvel	10.517.682	6.703
China	Entrevistas face-a-face	925.991.018	3.634
Colômbia	Entrevistas via telefone fixo	17.046.077	3.400
Coréia do Sul	Entrevistas via telefone fixo	35.320.865	2.000
Croácia	Entrevistas via telefone fixo	2.728.401	2.000
Equador	Entrevistas face-a-face	8.145.455	2.030
Eslováquia	Entrevistas via telefone móvel	3.694.841	2.007
Eslovênia	Entrevistas via telefone fixo e móvel	1.360.549	2.002
Espanha	Entrevistas via telefone fixo	30.722.016	24.600
Estados Unidos	Entrevistas via telefone fixo	190.627.076	2.010
Estônia	Entrevistas via telefone fixo e móvel	816.522	2.004
Filipinas	Entrevistas face-a-face	52.178.966	2.500
Finlândia	Entrevistas via telefone móvel	3.322.533	2.005
França	Entrevistas via telefone fixo	38.046.271	2.002
Gana	Entrevistas face-a-face	13.291.782	2.100
Grécia	Entrevistas via telefone fixo	7.031.044	2.000
Guatemala	Entrevistas face-a-face	7.464.065	2.142
Holanda	Entrevistas via telefone fixo e móvel	10.443.800	3.005
Hungria	Entrevistas via telefone móvel	6.516.632	2.000
Índia	Entrevistas face-a-face	717.885.168	3.000
Indonésia	Entrevistas face-a-face	17.217.805	4.500
Irã	Entrevistas face-a-face	31.069.191	3.637
Irlanda	Entrevistas via telefone fixo e móvel	2.846.854	2.002
Israel	Entrevistas via telefone fixo e móvel	-	2.039
Itália	Entrevistas via telefone fixo	37.025.613	2.052
Jamaica	Entrevistas face-a-face	1.646.901	2.246
Japão	Entrevistas via telefone fixo	77.886.000	2.000
Letônia	Entrevistas via telefone móvel	1.446.816	2.000
Líbia	Entrevistas face-a-face	3.351.083	2.246
Lituânia	Entrevistas via telefone fixo e móvel	1.904.045	2.000
Luxemburgo	Fixed Line and Online Panel	342.522	2.005
Macedônia	Entrevistas via telefone fixo e móvel	1.374.553	2.000
Malásia	Entrevistas face-a-face	17.332.144	2.000
Malawi	Entrevistas face-a-face	5.782.537	2.094
México	Entrevistas face-a-face	64.773.525	2.801
Nigéria	Entrevistas face-a-face	78.312.651	2.604
Noruega	Entrevistas via telefone fixo e móvel	3.101.631	2.000
Panamá	Entrevistas face-a-face	2.148.528	2.004
Peru	Entrevistas face-a-face	15.634.740	2.075
Polônia	Entrevistas via telefone fixo e móvel	26.022.914	2.000
Porto Rico	Entrevistas face-a-face	2.280.496	2.000
Portugal	Entrevistas via telefone fixo e móvel	6.206.869	2.003
Reino Unido	Entrevistas via telefone fixo e móvel	39.347.910	11.017
República Tcheca	Entrevistas via telefone móvel	6.909.277	5.009
Romênia	Entrevistas via telefone fixo e móvel	14.247.195	2.021
Rússia	Entrevistas face-a-face	97.994	2.029
Singapura	Entrevistas via telefone fixo	2.620.675	2.000
Suécia	Entrevistas via telefone fixo, móvel e Online	5.799.489	2.506
Suíça	Entrevistas via telefone fixo e móvel	5.086.459	2.003
Suriname	Entrevistas face-a-face	273.453	2.290
Tailândia	Entrevista face-a-face e via telefone fixo	42.254.082	2.362
Taiwan	Entrevistas via telefone fixo	16.253.685	2.007
Trinidad & Tobago	Entrevistas face-a-face	873.253	2.036
Uganda	Entrevistas face-a-face	10.625.984	2.513
Uruguai	Entrevistas via telefone fixo e móvel	1.279.967	5.698
Vietnam	Entrevistas face-a-face	54.102.168	2.000
Zâmbia	Entrevistas face-a-face	5.562.987	2.099

Fonte: GEM 2013

GEM

Global Entrepreneurship Monitor

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

GEM 2013 - ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS NO BRASIL

GEM 2013 – ORGANIZAÇÕES PARCEIRAS NO BRASIL

IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

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

SEBRAE
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
Luiz Barretto

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
Prof. Dr. Emerson Carneiro Camargo

Coordenador de Empreendedorismo e incubação de Empresas
Prof. Dr. Fernando Gimenez

O Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar) é uma empresa focada na pesquisa, desenvolvimento e inovação, em especial na área de saúde. Sua atuação relaciona-se profundamente como a promoção do empreendedorismo tecnológico inovador e por meio da Agência Tecpar de Inovação tem prestado contribuições relevantes para a sociedade paranaense e nacional a mais de setenta anos.

Diretor-Presidente
Júlio C. Felix

ESTA OBRA FOI IMPRESSA PELA
IMPRENSA DA UFPR
RUA BOM JESUS, 650 - JUVEVÊ
CURITIBA - PARANÁ - BRASIL
WWW.IMPRENSA.UFPR.BR
IMPRENSA@UFPR.BR

COORDENAÇÃO DO GEM:

NACIONAL:

IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

INTERNACIONAL:

GERA

BABSON

London Business School

Universidad del Desarrollo
Universidad de Excelencia

Universiti TUN ABDUL RAZAK

PARCEIRO MASTER NO BRASIL:

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

PARCEIRO ACADÊMICO NO BRASIL:

FGV
FGVcenn
Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios

PARCEIROS NO PARANÁ:

UFPR 100 Anos DESDE 1912

TECPAR
INSTITUTO DE TECNOLOGIA DO PARANÁ