EMPREENDEDORISMO
NO BRASIL 2019

GEM



IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

EMPREENDEDORISMO
NO BRASIL — 2019

GEM



IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Coordenação:
Simara Maria de Souza Silveira Greco

Autores:
Erika Onozato
Paulo Alberto Bastos Junior
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Vinicius Larangeiras de Souza

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 2019 *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 50 economias no ciclo 2019 da pesquisa.

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

G562 Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020.
200 p. : il.

Vários autores:

Erika Onozato
Paulo Alberto Bastos Junior
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Vinicius Larangeiras de Souza

Inclui bibliografias.
ISBN: 978-65-88012-00-0

1. Empreendedorismo – Brasil. 2. Inovações Tecnológicas – Brasil. I. Global Entrepreneurship Research Association. II. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP). III. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). IV. Greco, Simara Maria de Souza Silveira (Coord.). V. Onozato, Erika. VI. Bastos Junior, Paulo Alberto. VII. Souza, Vinicius Larangeiras. VIII. Título.

CDD (21. ed) – 658.110981
658.11

Elaboração da ficha: Rozane De Nez CRB9/1243

Coordenação do GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research Association (GERA), London Business School
Babson College, Estados Unidos
Korea Entrepreneurship Foundation, Coreia do Sul

No Brasil

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Sandro Nelson Vieira – Presidente do Conselho
Anderson Luiz da Luz – Diretor – Presidente

Parceiro Master no Brasil

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

José Roberto Tadros – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Carlos do Carmo Andrade Melles – Diretor – Presidente
Bruno Quick Lourenço de Lima – Diretor Técnico
Eduardo Diogo – Diretor de Administração e Finanças
Ronaldo Morado Nascimento – Gerente da Unidade de Gestão Estratégica (UGE)
Fausto Ricardo Keske Cassemiro – Gerente Adjunto da Unidade de Gestão Estratégica (UGE)
Marco Aurélio Bedê – Gestor do Projeto pelo Sebrae

Equipe Técnica

Coordenação Geral
Simara Maria de Souza Silveira Greco

Análise, Redação e Revisão de Conteúdo
Erika Onozato
Paulo Alberto Bastos Junior
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Vinicius Larangeiras de Souza

Arte e Diagramação
Marcela Rolim Ribas

Revisão de Texto
Eugênio Vinci de Moraes

ENTREVISTADOS NA PESQUISA COM ESPECIALISTAS - BRASIL 2019[1]

Adriano Renzi
Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD)

Alice Salvo Sosnowski
O Pulo do Gato Empreendedor

Alvaro Machado
Startup Farm

Ana Fontes
Rede Mulher Empreendedora (RME)

Ana Lúcia Vitale Torkomian
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

André Bonini
SP Negócios

Bruna Boa Sorte
Instituto Inova - Ecotec Damha

Bruno Anicet Bittencourt
Unisinos

Bruno Brandão Fischer
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

Bruno H. Rocha Fernandes
Escola de Negócios - PUCPR e Fundação Dom Cabral

Charles Bonani de Oliveira
Escola Superior de Empreendedorismo
Sebrae-SP (ESE)

Cristiano Morini
Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas (Unicamp)

Cristina Alessi
Agência Curitiba de Desenvolvimento

Danilo Egle Santos Barbosa
Agência Comunidados

Edmundo Inácio Júnior
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

Edson Sadao Iizuka
Centro Universitário FEI

Erica Siqueira
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

Fabiana Carvalho
Instituto Euvaldo Lodi Bahia (IEL/BA)

Fabio Miguel Junges
Unisinos

Fabio Zoppi Barrionuevo
Associação dos Ambientes de Inovação de Limeira (AAIL)

Felipe Bannitz
Instituto de Socioeconomia Solidária

Felipe Matos
In Loco

Frederico Araujo Turolla
Pezco Economics

Gabriela Ferreira
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Gabriela Maroja Jales de Sales
Livre Escola Criativa

Graça Moura
Associação de Apoio a Economia Popular da Amazônia

Ivair Segheto Junior
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Espírito Santo (Sebrae/ES)

Janaína Zago Medeiros
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio Grande do Sul (Sebrae/RS)

João Carlos Flor
JCF Participações e Administração de Imóveis LTDA

Juliana Caponi
CAPPO Consultoria e Corretora de Seguros

[1] Quatro dos especialistas entrevistados não autorizaram a divulgação de seus nomes.

Júlio Cesar Durante
Prefeitura do Município de Jundiaí

Larissa Carolina de Almeida Marco
Prefeitura Municipal de Osasco - Secretaria de Planejamento e Gestão

Leandro Silva de Queiroz
FAAP BUSINESS HUB

Leonardo Teixeira
Iporanga Investimentos

Luciana Minev
Singulari Consultoria

Manoel Neto
Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)

Mara Sampaio
Manacá Educação

Marcone Mueller Góes
Prefeitura da Estância Turística de Itu

Marcos Túlio Rodrigues Ramos
EasyCrédito

Maria da Conceição Faheina
Instituto de Assessoria ao Desenvolvimento Humano (IADH)

Maria Jose do Nascimento
KL do Brasil

Maria Rita Spina Bueno
Anjos do Brasil

Mariana Castro
Istituto Europeo di Design/Editora Globo

Mariana Zanatta Inglez
Inova Unicamp

Marina Gheler
Marina Gheler - Jóias

Mario Sergio Salerno
Universidade de São Paulo, Escola Politécnica, Depto Engenharia de Produção (Poli-USP)

Maurílio Santos Jr
Holi Nutrition

Osvaldo Malta Callegari
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

Paolo Petrelli
PontoGet Inovação

Perseu Bastos
Armazém da Criatividade - Porto Digital

Priscila Rabano Budemberg
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo (Sebrae/SP) - Escritório Regional Sorocaba

Renata Abreu
NRG Soluções Sustentáveis

Renata Fonseca de Gomes Pereira
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Alagoas (Sebrae/AL)

Rodolfo Ribeiro da Silva
7 Waves

Rodrigo Gomes Marques Silvestre
Daemon Planejamento e Controle Empresarial

Ruy Bilton
Atingire

Sandra Boccia
Diretora Editorial Pequenas Empresas & Grandes Negócios e de Época Negócios

Sérgio Queiroz
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

Silvio Vucinic
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo (Sebrae/SP)

Tenaflae da Silva Lordêlo
Unifavip Wyden

Thiago de Carvalho
Insper Instituto de Ensino e Pesquisa

Valquiria Monte Cassiano Rizzo
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac)

Vânia Maria Jorge Nassif
Universidade Nove de Julho (Uninove)

AGRADECIMENTOS

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) comemora em 2020 o vigésimo ano como realizador da pesquisa GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) no Brasil, garantindo a eficácia e o compromisso nas informações coletadas e publicadas sobre o atual cenário do empreendedorismo nacional.

Com o apoio do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), a realização da pesquisa GEM Brasil obteve, por mais um ano, suporte financeiro e auxílio na entrega dos resultados. Agradeço a parceria cedida pelo Sebrae e por contribuir com o setor empresarial de forma clara e inspiradora.

Agradeço a confiança de todos os contribuintes – empreendedores, acadêmicos e especialistas – que, com suas experiências e conhecimentos nos setores público e privado, se propuseram a participar da pesquisa e receber nossa equipe de pesquisadores para agregar no projeto GEM.

Para concluir, gostaria de agradecer a toda equipe envolvida na execução da pesquisa. Coordenadora, estatísticos, analistas e todos que dedicaram esforços para que o projeto fosse realizado de forma produtiva, priorizando a excelência e a segurança dos resultados.

Aos nossos parceiros e colaboradores, o meu muito obrigado. Com o apoio de vocês, por mais um ano, pudemos concluir a pesquisa GEM de forma a enaltecer o empreendedorismo no Brasil.

Anderson Luiz da Luz
Diretor – Presidente
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

PREFÁCIO

Precisamos Falar sobre a Importância do Empreendedorismo

A pesquisa GEM 2019/20 é a maior e mais importante pesquisa feita sobre empreendedorismo no mundo. Em duas décadas de realização no Brasil, os dados de 2019 mostram que este foi um ano de resultados extremamente positivos para o universo do empreendedorismo. Podemos dizer que o maior deles é que o Brasil atingiu a sua 2ª maior Taxa de Empreendedorismo Total. Isso significa dizer que 38,7% da população adulta estava envolvida de alguma forma com a atividade empreendedora. Verificamos também maior Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA, do inglês, *Total Early - Stage Entrepreneurial Activity*) desde o início da série histórica, em 1999.

Estimular o empreendedorismo no país sempre foi um dos objetivos do Sebrae e estão aí alguns resultados: Em 2019, 23,3% da população adulta estava à frente de um negócio com até 3,5 anos e/ou envolvido na criação de um (a maior TEA, em 20 anos). Em 2002, apenas 13,5% da população adulta fazia parte dos Empreendedores Iniciais. Em síntese, podemos dizer que contribuíram para os resultados positivos:

1. A recuperação da economia brasileira, em 2019, já que o país estava vivendo um aumento gradual do consumo incentivado pela baixa inflação, redução da taxa básica de juros (Selic) e utilização dos valores sacados das contas do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS); e

2. A melhora do ambiente dos negócios, no país, devido a mudanças recentes na legislação brasileira, como por exemplo: **(a)** operacionalização da reforma trabalhista, em vigência desde novembro de 2017, que trouxe maior flexibilidade aos contratos de trabalho, permitindo customizações favoráveis a empregados e empregadores; **(b)** aprovação da reforma da previdência, em 2019, com a qual espera-se uma redução dos gastos públicos, melhorando a confiança dos empresários e liberando recursos para investimentos; **(c)** aprovação da medida provisória da liberdade econômica com o objetivo de reduzir a burocracia e facilitar a abertura de empresas, principalmente das micro e pequenas. Dentre as mudanças que contribuíram para tal melhoria, estão a não exigência do alvará de funcionamento para atividades de baixo risco, como é o caso da maioria dos pequenos comércios, a simplificação do sistema de escrituração digital de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas, e a criação da figura do abuso regulatório, para impedir que o poder público edite regras que afetem a "exploração da atividade econômica" ou prejudiquem a concorrência.

A despeito desses resultados, a pesquisa de 2019/20 indica também caminhos pelos quais precisamos percorrer para melhorar a situação do empreendedorismo no Brasil. A necessidade de investir na educação empreendedora, em todos os níveis e, especialmente, no nível básico, é uma delas. A capacitação dos empreendedores no quesito "gestão empresarial" e a preparação dos candidatos a empreendedores são assuntos dignos de destaque e ampla reflexão. Quando o investimento em educação acontece de forma cirúrgica, há potencial transformador, pois gera renda, emprego e viabiliza o sonho de 4 em cada 10 brasileiros, com a criação de empresas.

Por fim, outro ponto a ser melhorado é a maior articulação dos órgãos federais na promoção do empreendedorismo e dos pequenos negócios em nosso país, além da redução da burocracia nos órgãos públicos, que ainda restringem e dificultam a atividade empreendedora.

Sabemos que os desafios são hercúleos, mas o país sabe que pode contar com o apoio do Sebrae nesta caminhada. A meta é avançarmos rumo a uma sociedade mais próspera, justa e socialmente responsável.

Carlos do Carmo Andrade Melles
Diretor – Presidente
Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

Lista de Quadros e Tabelas **12**
Lista de Figuras e Gráficos **17**
Introdução **19**
1. Empreendedorismo no Brasil e no Mundo: Contexto Geral **27**
1.1 Empreendedores segundo o Estágio do Empreendimento 28
1.2. Potenciais Empreendedores 36
1.3. Proprietários e Empreendedores "Solo" 37
2. Características Sociodemográficas dos Empreendedores no Brasil e no Mundo . . **39**
2.1. Intensidade Empreendedora segundo as Características Sociodemográficas . . . 40
2.1.1. Intensidade Empreendedora segundo o Sexo 40
2.1.2. Intensidade Empreendedora segundo a Faixa Etária 43
2.1.3. Intensidade Empreendedora segundo o Nível de Escolaridade 46
2.1.4. Intensidade Empreendedora segundo a Faixa de Renda 49
2.2. Ocupação Paralela dos Empreendedores Brasileiros 51
3. Motivação para Empreender no Brasil e no Mundo **55**
3.1. Motivações dos Empreendedores Iniciais no Mundo e no Brasil 56
3.1.1. Para Continuar uma Tradição Familiar 57
3.1.2. Para Construir uma Grande Riqueza ou uma Renda Muito Alta 59
3.1.3. Para Fazer Diferença no Mundo 61
3.1.4. Para Ganhar a Vida Porque os Empregos são Escassos 64
3.2. Variações da Motivação para Empreender segundo as Condições de Ocupação dos Empreendedores Brasileiros 67
3.3. Variações da Motivação para Empreender segundo as Características Sociodemográficas dos Empreendedores Brasileiros 68
4. Investidores Informais **71**
5. Atividades Econômicas dos Empreendedores **79**
5.1. Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil e no Mundo . . . 80
5.2. Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo o Estágio do Empreendimento 83
5.3. Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo o Sexo do Empreendedor 87
5.4. Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo a Faixa Etária do Empreendedor 89
6. Características dos Empreendimentos **93**
6.1. Formalização 94
6.2. Procedência do Cliente 98
6.3. Método de Comercialização 100
6.4. Geração de Ocupação e Renda 100
6.5. Características da Inovação 103

7. Os Fundamentos Sociais e Culturais do Empreendedorismo 105
7.1. O Significado das Atitudes 106
7.2. Autopercepções e Empreendedorismo 109
7.3. Sonhos dos Brasileiros 111
8. Condições para Empreender no Brasil e no Mundo 115
8.1. Pesquisa com Especialistas Nacionais (*National Expert Survey* - NES) 116
8.1.1. Contexto Geral 118
8.1.1.1. Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) 118
8.1.2. Fatores Favoráveis ou Limitantes à Atividade Empreendedora no Brasil 121
8.1.2.1. Capacidade Empreendedora 121
8.1.2.2. Abertura de Mercado e Internacionalização 122
8.1.2.3. Composição da População e Características da Força de Trabalho 124
8.1.2.4. Normas Culturais e Sociais 125
8.1.2.5. Infraestrutura (Comercial e Profissional) e Informações 127
8.1.2.6. Clima Econômico, Contexto Político, Institucional e Social 129
8.1.2.7. Programas Governamentais 129
8.1.2.8. Educação e Capacitação 131
8.1.2.9. Pesquisa e Desenvolvimento 134
8.1.2.10. Acesso à Infraestrutura Física 136
8.1.2.11. Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação 138
8.1.2.12. Apoio Financeiro 138
8.1.2.13. Políticas Governamentais 141
8.1.2.14. Diferenças Devidas ao Porte da Empresa 143
8.2. Avaliação pela População Brasileira das Políticas e Iniciativas Governamentais nos Municípios 144
8.3. Recomendações para Melhoria da Atividade Empreendedora no Brasil 146
8.3.1. Recomendações dos Especialistas para o Brasil 146
8.3.2. Recomendações da População Brasileira para as Políticas Públicas 147
Conclusões 149
Apêndice 1 - Metodologia 159
A.1.1. Público-alvo 160
A.1.2. Coleta de Dados 160
A.1.2.1. Pesquisa com a População Adulta (*Adult Population Survey* – APS) 160
A.1.2.2. Pesquisa com Especialistas Nacionais (*National Expert Survey* – NES) 163
A.1.2.3. Pesquisa em Fontes Secundárias 168
A.1.3. Processamento e Tratamento de Dados 168
Apêndice 2 - Resultados das Economias do GEM 2019. 169
Apêndice 3 - Instituições, Membros e Patrocinadores nas Economias Participantes do GEM 2019 191

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro I.1. Classificação das economias participantes do GEM segundo as regiões geográficas e os níveis de renda - 2019 24

Quadro I.2. Perfil econômico dos países selecionados para comparação nos documentos do GEM Brasil - 2019 25

Quadro 2.1. Classificações dos níveis de escolaridade 46

Quadro 8.1. Condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM. 117

Quadro 8.2. Principais recomendações dos especialistas para melhoria das condições para empreender no Brasil - 2019 146

Quadro C.1. Matriz SWOT do empreendedorismo no Brasil – 2019 156

Quadro A1.1. Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2019 . . 162

Quadro A1.2. Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM. 163

Quadro A1.3. Fatores em que são classificadas as respostas abertas. 166

Quadro A3.1. Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias 192

Tabela 1.1. Taxas (em %) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio - Brasil - 2019 29

Tabela 1.2. Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio - Economias participantes agrupadas segundo os níveis de renda - 2019 35

Tabela 1.3. Taxas (em %) de potenciais empreendedores - Economias selecionadas - 2019 . . 36

Tabela 1.4. Taxas (em %) de potenciais empreendedores - Economias selecionadas - 2019. 34

Tabela 1.5. Distribuição percentual do número de proprietários nos empreendimentos - Brasil - 2018 e 2019 37

Tabela 1.6. Percentual de empreendedores "solo" por estágio - Brasil - 2019. 37

Tabela 2.1. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o sexo - Economias selecionadas - 2019. 40

Tabela 2.2. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o sexo - Economias selecionadas - 2019 43

Tabela 2.3. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a faixa etária - Economias selecionadas - 2019 45

Tabela 2.4. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo a faixa etária - Economias selecionadas - 2019 46

Tabela 2.5. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade - Economias selecionadas - 2019 48

Tabela 2.6. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o nível de escolaridade - Economias selecionadas - 2019 49

Tabela 2.7. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo os percentis de renda - Economias selecionadas - 2019 50

Tabela 2.8. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo os percentis de renda - Economias selecionadas - 2019 51

Tabela 2.9. Distribuição percentual da ocupação paralela[1] dos empreendedores por estágio - Brasil - 2019 . 52

Tabela 3.1. Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019. 57

Tabela 3.2. Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre assuas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019 . . . 57

Tabela 3.3. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo a renda - 2019. 59

Tabela 3.4. Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019 60

Tabela 3.5. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2019 61

Tabela 3.6. Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019 62

Tabela 3.7. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2019 . . 63

Tabela 3.8. Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019 64

Tabela 3.9. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2019. 66

Tabela 3.10. Percentual dos empreendedores iniciais segundo a motivação por ocupação - Brasil - 2019 . 67

Tabela 3.11. Distribuição percentual de empreendedores segundo a condição de ocupação anterior à abertura do negócio - Brasil - 2019 68

Tabela 3.12. Percentual dos empreendedores iniciais (masculino ou feminino) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019 69

Tabela 3.13. Percentual dos empreendedores iniciais (por faixa etária) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019 69

Tabela 3.14. Percentual dos empreendedores iniciais (por escolaridade) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019 70

Tabela 3.15. Percentual dos empreendedores iniciais (por renda familiar) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019 70

Tabela 4.1. Taxa e estimativa de investidores informais - Brasil - 2019 72

Tabela 4.2. Estatísticas dos valores (em R$) investidos pelos investidores informais - Brasil - 2019. . 73

Tabela 4.3. Taxas específicas (em %) dos investidores informais segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2019 76

Tabela 4.4. Distribuição percentual dos investidores informais segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2019 77

Tabela 5.1. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo o setor de atividade econômica - Brasil - 2019 81

Tabela 5.2. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Economias selecionadas - 2019. 82

Tabela 5.3. Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo o setor da atividade econômica - Economias selecionadas - 2019 83

Tabela 5.4. Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Brasil - 2019 86

Tabela 5.5. Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo - Brasil - 2019 . . 89

Tabela 5.6. Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a faixa etária - Brasil - 2019 92

Tabela 6.1. Distribuição percentual dos empreendedores segundo a formalização - Brasil - 2017:2019. 94

Tabela 6.2. Percentual dos empreendedores com CNPJ segundo o estágio - Brasil - 2019 95

Tabela 6.3. Percentual dos principais motivos para obtenção do CNPJ - Brasil - 2019 95

Tabela 6.4. Percentual dos principais motivos para NÃO obtenção do CNPJ - Brasil - 2019 96

Tabela 6.5. Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a formalização - Brasil - 2019 97

Tabela 6.6. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo a formalização e o tipo de cliente de suas atividades - Brasil - 2019. 98

Tabela 6.7. Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a procedência do cliente - Economias selecionadas - 2019 99

Tabela 6.8. Percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a procedência do cliente - Economias selecionadas - 2019 99

Tabela 6.9. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo o método de comercialização de seus produtos/serviços - Brasil - 2019. 100

Tabela 6.10. Distribuição percentual dos empreendedores segundo o número de empregados de seus empreendimentos e o faturamento anual - Brasil - 2019 101

Tabela 6.11. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a formalização e o número de empregados de seus empreendimentos - Brasil - 2019 102

Tabela 6.12. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a formalização e o faturamento anual de seus empreendimentos - Brasil - 2019 103

Tabela 6.13. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos - Brasil - 2019 . . . 104

Tabela 6.14. Distribuição percentual dos empreendedores com e sem CNPJ segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos - Brasil - 2019 104

Tabela 7.1. Percentual da população segundo o "sonho" - Brasil - 2019 111

Tabela 7.2. Percentual da população segundo o "sonho": comparação entre indivíduos não empreendedores e empreendedores - Brasil - 2019 112

Tabela 7.3. Percentual da população para os sonhos de "ter o próprio negócio" e "fazer carreira numa empresa" segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2019 113

Tabela 8.1. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "capacidade empreendedora": percentual e classificação - Brasil - 2019 121

Tabela 8.2. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "abertura de mercado e internacionalização": percentual e classificação - Brasil - 2019 122

Tabela 8.3. Médias das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "abertura de mercado e internacionalização" - Brasil - 2019 123

Tabela 8.4. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "dinâmica do mercado interno" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 . 123

Tabela 8.5. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 124

Tabela 8.6. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "composição da população e características da força de trabalho": percentual e classificação - Brasil - 2019. 125

Tabela 8.7. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "normas culturais e sociais": percentual e classificação - Brasil - 2019 125

Tabela 8.8. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "normas culturais e sociais" - Brasil - 2019. 126

Tabela 8.9. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "normas culturais e sociais" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 126

Tabela 8.10. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "infraestrutura (comercial e profissional) e informações": percentual e classificação - Brasil - 2019 127

Tabela 8.11. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "infraestrutura comercial e profissional" - Brasil - 2019. 128

Tabela 8.12. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "infraestrutura comercial e profissional" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 . . . 128

Tabela 8.13. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "clima econômico, contexto político, institucional e social": percentual e classificação - Brasil - 2019 129

Tabela 8.14. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "programas governamentais": percentual e classificação - Brasil - 2019 130

Tabela 8.15. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "programas governamentais" - Brasil - 2019 130

Tabela 8.16. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "programas governamentais" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 . . . 131

Tabela 8.17. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "educação e capacitação": percentual e classificação - Brasil - 2019 132

Tabela 8.18. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "educação e capacitação" - Brasil - 2019. 133

Tabela 8.19. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "ensino fundamental e médio" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019. . 133

Tabela 8.20. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "ensino superior" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 134

Tabela 8.21. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "pesquisa e desenvolvimento": percentual e classificação - Brasil - 2019 134

Tabela 8.22. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "pesquisa e desenvolvimento" - Brasil - 2019. 135

Tabela 8.23. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "pesquisa e desenvolvimento" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 . . . 136

Tabela 8.24. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "acesso à infraestrutura física": percentual e classificação - Brasil - 2019 136

Tabela 8.25. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "acesso à infraestrutura física" - Brasil - 2019 137

Tabela 8.26. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "acesso à infraestrutura física" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 . . . 137

Tabela 8.27. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "custos do trabalho, acesso e regulamentação": percentual e classificação - Brasil - 2019 138

Tabela 8.28. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "apoio financeiro": percentual e classificação - Brasil - 2019 139

Tabela 8.29. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "apoio financeiro" - Brasil - 2019 140

Tabela 8.30. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "apoio financeiro" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 140

Tabela 8.31. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "políticas governamentais": percentual e classificação - Brasil - 2019 141

Tabela 8.32. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "políticas governamentais" - Brasil - 2019 142

Tabela 8.33. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "efetividade das políticas" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 . . . 142

Tabela 8.34. Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "burocracia e impostos" e posição no ranking geral do NES - Economias selecionadas - 2019 143

Tabela 8.35. Manifestações espontâneas dos especialistas sobre o fator "diferenças devidas ao porte da empresa": percentual e classificação - Brasil - 2019 143

Tabela 8.36. Percentual da população sobre a percepção quanto a existência de estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras - Brasil - 2019 144

Tabela 8.37. Percentual da população sobre a percepção quanto a existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino - Brasil - 2019 145

Tabela 8.38. Percentual da população sobre a percepção de algum tipo de discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio - Brasil - 2019 145

Tabela 8.39. Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2019 148

Tabela 8.40. Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas com mais de 55 anos a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2019 148

Tabela 8.41. Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as mulheres a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2019 148

Tabela A2.1. Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio - Economias participantes - 2019. . . . 170

Tabela A2.2. Percentual da população de 18 a 64 anos segundo suas atitudes e percepções - Economias participantes - 2019. 171

Tabela A2.3. Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019 . 172

Tabela A2.4. Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019. 173

Tabela A2.5. Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019 . . . 174

Tabela A2.6. Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019 175

Tabela A2.7. Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o sexo - Economias participantes - 2019 176

Tabela A2.8. Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o sexo - Economias participantes - 2019. 177

Tabela A2.9. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a faixa etária - Economias participantes - 2019 178

Tabela A2.10. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo a faixa etária - Economias participantes - 2019. 179

Tabela A2.11. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade - Economias participantes - 2019 180

Tabela A2.12. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o nível de escolaridade - Economias participantes - 2019 181

Tabela A2.13. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo os percentis de renda - Economias participantes - 2019 182

Tabela A2.14. Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo os percentis de renda - Economias participantes - 2019 183

Tabela A2.15. Taxas (em %) de investidores informais - Economias participantes - 2019 184

Tabela A2.16. Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a procedência do cliente - Economias participantes - 2019 185

Tabela A2.17. Percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a procedência do cliente - Economias participantes - 2019 186

Tabela A2.18. Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI) - Economias participantes - 2019 187

Tabela A2.19. Médias das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas aos 12 fatores - Economias participantes - 2019. 188

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura I.1. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas para 2030 . 21

Figura I.2. Modelo conceitual do GEM 23

Figura I.3. O processo empreendedor 23

Gráfico 1.1. Evolução das taxas (em %) de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento (inicial, estabelecido e total) - Brasil - 2002:2019 29

Gráfico 1.2. Evolução das taxas de empreendedorismo nascente e novo - Brasil - 2002:2019 30

Gráfico 1.3. Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019. 31

Gráfico 1.3.1. Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio nascente - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 33

Gráfico 1.3.2. Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio novo - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 33

Gráfico 1.4. Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 34

Gráfico 2.1. Taxas específicas (em %) e estimativas de empreendedorismo segundo o sexo - Brasil - 2019 . 41

Gráfico 2.2. Taxas específicas (em %) e estimativas de empreendedorismo segundo a faixa etária - Brasil - 2019 44

Gráfico 2.3. Taxas (em %) específicas e estimativas de empreendedorismo segundo o nível de escolaridade - Brasil - 2019. 47

Gráfico 2.4. Taxas específicas (em %) e estimativas de empreendedorismo segundo as faixas de renda - Brasil - 2019 50

Gráfico 3.1. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 58

Gráfico 3.2. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019. 60

Gráfico 3.3. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019. 62

Gráfico 3.4. Evolução do empreendedorismo por necessidade como proporção do empreendedorismo inicial (2002 a 2018) e proporção de empreendedores que iniciaram seus negócios porque os empregos são escassos (2019) - Brasil - 2002:2018/2019 65

Gráfico 3.5. Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que "para ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019. 65

Gráfico 4.1. Evolução das taxas (em %) de investidores informais - Brasil - 2009:2019 73

Gráfico 4.2. Taxas (em %) de investidores informais - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 74

Gráfico 4.3. Investidores informais: valor mediano investido em dólares - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019. 75

Gráfico 7.1. Percentual da população que conhece pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 107

Gráfico 7.2. Percentual da população que afirma ser fácil começar um negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 108

Gráfico 7.3. Percentual da população que percebe boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 108

Gráfico 7.4. Percentual da população que percebe boas oportunidades, mas não começaria um negócio por medo de fracassar - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019 110

Gráfico 7.5. Percentual da população que afirma ter os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para iniciar um novo negócio (autopercepção) - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019. 111

Gráfico 8.1. Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2019 118

Gráfico 8.2. Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) - Economias participantes da pesquisa com especialistas - 2019 119



Introdução

1

INTRODUÇÃO

O GEM no Mundo e no Brasil

O *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM é um consórcio de equipes de pesquisadores na área de empreendedorismo vinculados a renomadas instituições acadêmicas e de pesquisa de mais de 100 países. O GEM é a única pesquisa em âmbito global que coleta dados sobre o empreendedorismo diretamente com os indivíduos empreendedores, o que possibilita a captura de dados sobre a economia informal, além das atividades econômicas formais, especialmente nos países de baixa e média renda. A "pesquisa com a população adulta" (*Adult Population Survey* – APS) fornece dados para a análise sobre as características, motivações e ambições dos indivíduos que estão iniciando um negócio, além das atitudes sociais em relação ao empreendedorismo. A "pesquisa com especialistas nacionais" (*National Expert Survey* – NES) analisa o contexto do país para os indivíduos que estão criando negócios.

No conceito GEM, o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

As ferramentas e dados exclusivos do GEM atendem às necessidades de inúmeros atores envolvidos com a temática do empreendedorismo:

- Pesquisadores e acadêmicos são capazes de adotar abordagens exclusivas nos estudos de empreendedorismo em nível nacional;
- Formuladores de políticas públicas são capazes de tomar decisões fundamentadas por informações, favorecendo o aperfeiçoamento do ecossistema empreendedor, em diferentes níveis de abrangência;
- Empreendedores têm melhores informações sobre onde investir ou atuar;
- Patrocinadores colaboram com o GEM para promover seus interesses organizacionais;
- Organizações internacionais aproveitam *insights* provenientes do GEM em relatórios e eventos.

O GEM em Números

- 20 anos de coleta de dados;
- mais de 200.000 entrevistas por ano;
- mais de 100 economias já participaram da pesquisa;
- mais de 500 especialistas em empreendedorismo consultados por ano;
- mais de 300 instituições acadêmicas e de pesquisa; e
- mais de 200 instituições patrocinadoras.

O GEM teve início em 1999 como um projeto conjunto entre a *Babson College* (Estados Unidos) e a *London Business School* (Reino Unido). O consórcio tornou-se a fonte mais rica em informações sobre empreendedorismo, publicando anualmente uma série de relatórios globais, nacionais e de "tópicos especiais" sobre o tema.

Em 2019, o Brasil completou seu 20º ciclo de participação, neste que é um dos mais significativos projetos mundiais de pesquisa socioeconômica.

A condução do projeto no Brasil, desde sua 1ª edição, está sob a responsabilidade do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) em parceria técnica e financeira com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

A pesquisa com a população adulta consiste em um levantamento domiciliar junto a uma amostra representativa de pessoas com idade entre 18 e 64 anos de cada país participante do GEM. No Brasil foram 2.000 indivíduos entrevistados no período de abril a julho de 2019.

Com os dados coletados, é possível identificar, em meio à amostra, o percentual de empreendedores existentes e estimar essa quantidade para a população como um todo. Além disso, é fundamental para a pesquisa GEM a categorização desses empreendedores segundo o estágio dos empreendimentos com os quais estão envolvidos. Ou seja, empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos.

Na pesquisa com especialistas do Brasil foram consultados, no período de maio a julho de 2019, 67 profissionais de diversas áreas de especialização associadas ao fenômeno do empreendedorismo, com o propósito de fornecer um panorama sobre o ambiente para se empreender no país.

Um dos aspectos de grande relevância do GEM é a padronização dos instrumentos de coleta de dados – tanto da população adulta, quanto dos especialistas – para todas as economias participantes em cada ciclo da pesquisa. Com isso é possível estabelecer parâmetros de comparação, gerando assim experiências e aprendizados compartilhados que, em última análise, concorrem para aperfeiçoar as condições para se empreender em cada um dos países que participam da pesquisa GEM.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

O empreendedorismo é um fator essencial da saúde e da riqueza da sociedade, e um formidável motor do crescimento econômico. Promove a inovação necessária não apenas para explorar novas oportunidades, impulsionar a produtividade e criar empregos, mas também para ajudar a abordar alguns dos desafios mais difíceis da sociedade, como a conquista dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU)[2] para 2030.

Muitos integrantes do governo, do meio acadêmico e de organizações não governamentais de diferentes partes do mundo olham agora para o empreendedorismo como parte essencial da solução para acabar com a pobreza e a desigualdade social, promovendo o empoderamento das mulheres e a implementação de soluções de negócios para os desafios mundiais que envolvem as questões ambientais, incluindo as mudanças climáticas.

FIGURA I.1 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas para 2030



Fonte: ONU Brasil

[2] *"Esta Agenda é um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade. Ela também busca fortalecer a paz universal com mais liberdade. A Agenda reconhece que a erradicação da pobreza em todas as suas formas e dimensões, incluindo a pobreza extrema, é o maior desafio global e um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável".*

Fonte: ONU BRASIL. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.* Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 17 jul. 2020.

Novidades na Pesquisa GEM para a Edição de 2019

O mundo continua em movimento e os conceitos e as práticas no campo do empreendedorismo também sofrem evoluções. Por isso, os questionários do GEM são revisados frequentemente, mas com as alterações reduzidas ao mínimo possível, para garantir a continuidade e a relevância da pesquisa. Antes de qualquer alteração nos questionários são necessários a realização de debates cuidadosos e testes piloto devido à perspectiva longitudinal do estudo que compara os resultados das diversas economias entre os anos.

O questionário GEM APS de 2019 incluiu algumas diferenças importantes, como a ampliação das alternativas que buscam identificar as razões para iniciar um novo negócio, não mais restringindo a somente duas opções de respostas: necessidade ou oportunidade. Nessa nova abordagem foram apresentadas aos entrevistados quatro afirmações: "para ganhar a vida porque os empregos são escassos", "para fazer diferença no mundo", "para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" e "para continuar uma tradição familiar". Para cada afirmação foi adotada a escala Likert de cinco pontos – de concordo totalmente até discordo totalmente – em vez de apenas sim ou não, permitindo assim maior nuance nas respostas e reduzindo substancialmente as proporções da opção "não sabe".

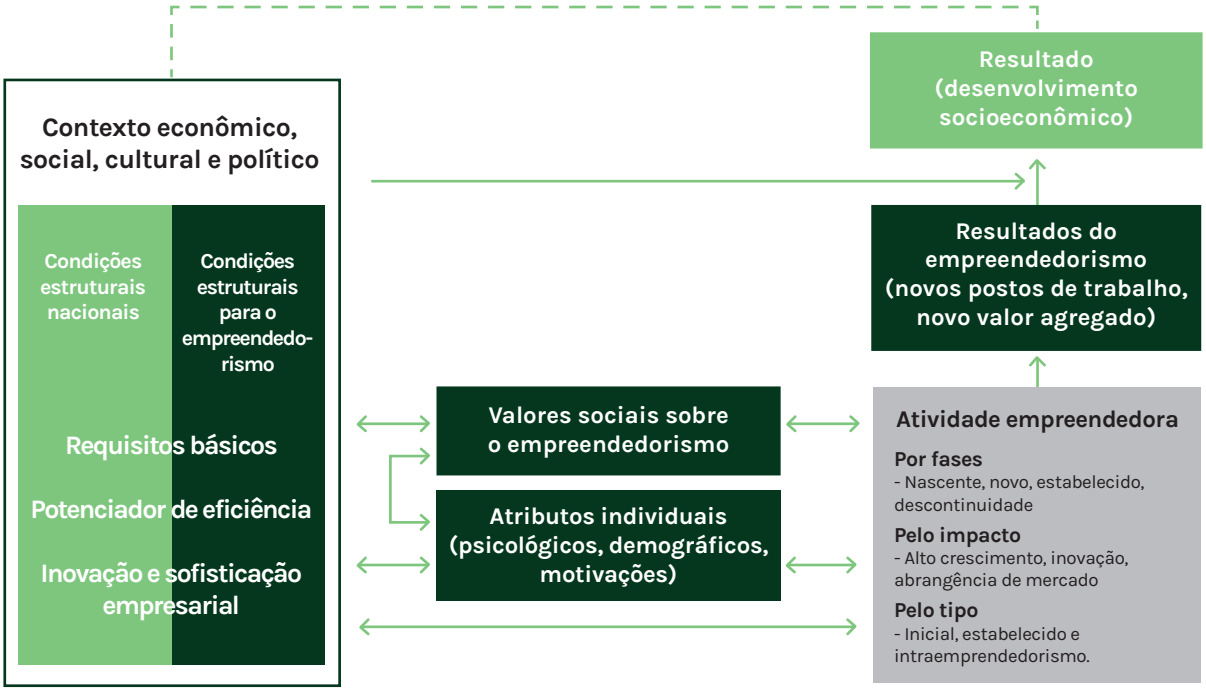
Com relação à inovação produzida pelos empreendimentos, foram introduzidas medidas mais amplas de impacto, incluindo o escopo geográfico – local, nacional ou internacional.

Estrutura Conceitual do GEM

A estrutura conceitual do GEM é descrita na **figura I.2,** conforme apresentado no relatório global[3]. A atividade empreendedora é conjuntamente determinada por valores sociais e atributos individuais, e cria valor agregado e empregos. Mas a estrutura também considera o contexto social, cultural, político e econômico, que tanto influencia como é influenciado por esta atividade. As duas pesquisas do GEM – tanto com a população adulta quanto com os especialistas – são fundamentadas por esse quadro conceitual, identificando os fatores que influenciam a atividade empreendedora, fornecendo importantes implicações para os formuladores de políticas, profissionais e outras partes interessadas que procuram expandir os níveis de empreendedorismo. A rigorosa abordagem metodológica do GEM transforma as respostas obtidas nas pesquisas em medidas precisas do nível de atividade empreendedora, fornecendo dados relevantes para que os formuladores de políticas possam monitorar e avaliar os impactos das políticas e iniciativas.

[3] BOSMA, N. e*t al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

FIGURA I.2 Modelo conceitual do GEM[4]



Fonte: GEM 2019

Na **figura I.3** são apresentados os principais indicadores do GEM e as fases de desenvolvimento do empreendimento que vai desde a concepção do novo negócio, até a fase madura com o negócio totalmente estabelecido.

FIGURA I.3 O processo empreendedor



Fonte: GEM 2019

[4] Na publicação do GEM Brasil 2019 não foram incluídas as análises sobre intraempreendedorismo.

Economias que Participaram da Pesquisa GEM em 2019

As 50 economias[5] participantes do GEM em 2019 foram agrupadas em quatro regiões, conforme definido pelo Fórum Econômico Mundial (*World Economic Forum* – WEF)[6], e em três níveis de renda[7] **(quadro I.1)**. A região do Oriente Médio e África inclui 11 países que variam de baixa a alta renda, enquanto a Ásia e Pacífico incluem oito economias, também variando de níveis de baixa a alta renda. A região da América Latina e Caribe possui oito economias, igualmente divididas entre os níveis de renda média e alta. O maior número de economias participantes do GEM em 2019 são da Europa e América do Norte (23), sendo apenas três classificadas como de média renda e o restante como de alta renda.

QUADRO I.1 Classificação das economias participantes do GEM segundo as regiões geográficas e os níveis de renda - 2019

Regiões	Baixa renda	Média renda	Alta renda
Ásia e Pacífico	**Índia** Paquistão	Armênia **China**	**Austrália** Coreia do Sul Japão Taiwan
Europa e América do Norte		Bielorrússia Macedônia do Norte Rússia	**Alemanha** Canadá Chipre Croácia Eslováquia Eslovênia Espanha **Estados Unidos** Grécia Irlanda Itália Letônia Luxemburgo Noruega Países Baixos Polônia Portugal Suécia Suíça Reino Unido
América Latina e Caribe		**Brasil** Equador Guatemala **México**	Chile Colômbia Panamá Porto Rico
Oriente Médio e África	Egito Madagascar Marrocos	**África do Sul** Irã Jordânia	Arábia Saudita Catar Emirados Árabes Unidos Israel Omã

Fonte: GEM 2019

[5] O GEM reconhece que algumas regiões do mundo têm economias individuais que não são formalmente reconhecidas como países separados, portanto, nas análises deste relatório são usados os termos economias ou países.

[6] SCHWAB, K. *The Global Competitiveness Report 2019*. Genebra: World Economic Forum, 2019. Disponível em:<http://www.weforum.org/gcr>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[7] O grupo de baixa renda contém os classificados pelo WEF como baixa renda e média-baixa renda. O grupo de média renda tem aqueles que o WEF coloca como superior médio. O maior grupo das economias participantes do GEM é classificado pelo WEF como alta renda.

No desenvolvimento da análise de alguns itens da edição brasileira da pesquisa foram selecionadas sete das 50 economias participantes em 2019, com o objetivo de facilitar e restringir o foco nas comparações entre o Brasil e os dados internacionais. Os países selecionados para o ano de 2019 foram: África do Sul, Alemanha, Austrália, China, Estados Unidos, Índia e México. Os principais critérios para a escolha desses países foram a representatividade dos diferentes grupos de renda; a localização geográfica nos diversos continentes; a diversidade étnica e cultural; e o perfil econômico **(quadro I2)**.

QUADRO I.2 Perfil econômico dos países selecionados para comparação nos documentos do GEM Brasil - 2019

Economias	População em 2019 (Fórum Econômico Mundial)	Crescimento do PIB % variação anual, 2018 (Fundo Monetário Internacional)	PIB per capita PPP, $ internacional, 2018 (Fundo Monetário Internacional)	Pontuação e classificação globais relativas à facilidade para fazer negócios, 2019 (Banco Mundial)	Pontuação e classificação relativas à abertura de empresas, 2019 (Banco Mundial)	Classificação no ranking Global de Competitividade, 2019 (Fórum Econômico Mundial)
Brasil	208,3 milhões	1,1%	16,15 mil	59,1/100 124º/190	81,3/100 138º/190	71º/141
África do Sul	57,7 milhões	0,8%	13,63 mil	67/100 84º/190	81,2/100 139º/190	60º/141
Alemanha	82,9 milhões	1,5%	52,39 mil	79,7/100 22º/190	83,7/100 125º/190	7º/141
Austrália	25,2 milhões	2,7%	52,38 mil	81,2/100 14º/190	96,6/100 7º/19	16º/141
China	1.395,4 milhões	6,6%	18,12 mil	77,9/100 31º/190	94,1/100 27º/190	28º/141
Estados Unidos	327,4 milhões	2,9%	62,87 mil	84/100 6º/190	91,6/100 55º/190	2º/141
Índia	1.334,2 milhões	6,8%	7,86 mil	71/100 63º/190	81,6/100 136º/190	68º/141
México	124,7 milhões	2%	20,62 mil	72,4/100 60º/190	86,1/100 107º/190	48º/141

Fonte: GEM 2019

Estrutura da Publicação Brasileira da Pesquisa GEM 2019

O presente documento foi desenvolvido a partir dos dados coletados em 2019, sendo, portanto, todas as análises, estimativas numéricas e conclusões referentes ao ano em questão.

A estrutura da publicação brasileira do GEM é dividida em oito partes.

O capítulo 1 apresenta o contexto geral do empreendedorismo nas economias participantes do GEM em 2019, com destaque para o Brasil, por meio da análise dos empreendedores conforme o estágio de seus negócios, além de dados sobre os potenciais empreendedores e os proprietários e empreendedores "solo". O capítulo 2 é sobre as taxas específicas de empreendedorismo considerando as diferentes características sociodemográficas de sexo, idade, escolaridade e renda da população brasileira e dos países selecionados. Também é demonstrada a ocupação paralela dos empreendedores no Brasil e o retrato do empreendedor brasileiro. O capítulo 3 é dedicado à análise das motivações dos empreendedores iniciais para começar um novo negócio. O capítulo 4 é específico sobre os investidores informais. No capítulo 5 são mostradas as atividades econômicas dos empreendedores considerando o estágio do empreendimento, o sexo e a faixa etária do empreendedor. O capítulo 6 descreve as características dos empreendimentos no Brasil com informações sobre a formalização, procedência do cliente, método de comercialização, inovação e geração de postos de trabalho e renda. No capítulo 7 são apresentadas questões relacionadas aos sentimentos, atitudes e percepções da população sobre o ambiente no qual estão inseridas, assim como sobre as condições que são intrínsecas aos indivíduos e que influenciam positiva ou negativamente a atividade empreendedora. Também são mostrados os sonhos expressos pelos brasileiros, incluindo o de ter um negócio próprio. O capítulo 8 apresenta os resultados da pesquisa com especialistas sobre as condições favoráveis e limitantes para empreender, bem como as recomendações citadas por eles.

Este documento é finalizado com o capítulo das conclusões que contém um resumo dos principais resultados. No apêndice 1 está a descrição detalhada da metodologia da pesquisa, no apêndice 2 são disponibilizadas os principais resultados do GEM de todas as economias participantes em 2019 e no apêndice 3 são apresentados os integrantes das equipes técnicas e os patrocinadores de cada economia.



Empreendedorismo no Brasil e no Mundo: Contexto Geral

1

CAPÍTULO 1

1 Empreendedorismo no Brasil e no Mundo: Contexto Geral

Neste capítulo são apresentadas as principais taxas de empreendedorismo da população adulta (indivíduos de 18 a 64 anos) dos 50 países que participaram do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) no ano de 2019, com destaque para os resultados encontrados no Brasil. O objetivo é analisar o contexto geral da atividade empreendedora conforme o estágio do empreendimento; potenciais empreendedores; e o número de proprietários dos empreendimentos brasileiros, incluindo os empreendedores caracterizados como "solo", ou seja, que não têm sócio(s), não têm funcionários atualmente e não pretendem ter nos próximos cinco anos.

1.1 Empreendedores segundo o Estágio do Empreendimento

Uma das perspectivas para compreender o fenômeno do empreendedorismo no mundo é por meio da análise do estágio de vida do empreendedor junto ao seu empreendimento. Para esse fim, o GEM classifica os empreendedores como iniciais ou estabelecidos:

- **Empreendedores iniciais** – são indivíduos que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência (3,5 anos) e são divididos em duas categorias: empreendedores nascentes e empreendedores novos.
  - Os **empreendedores nascentes** estão envolvidos na estruturação ou são proprietários de um novo negócio, mas esse empreendimento ainda não pagou salário, pró-labore ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.
  - Os **empreendedores novos** administram e são donos de um novo empreendimento que já remunerou de alguma forma os seus proprietários por um período superior a três meses e inferior a 42 meses.
- **Empreendedores estabelecidos** – são indivíduos que administram e são proprietários de um negócio consolidado, pelo fato desse empreendimento ter pago aos seus proprietários alguma remuneração, sob a forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses.

A partir dessa classificação são calculadas a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) e a taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE).

A taxa de empreendedorismo total (TTE) é formada por todos os indivíduos que estão envolvidos com alguma atividade empreendedora, indicando o conjunto de empreendedores em relação ao total da população adulta (de 18 a 64 anos).

No Brasil, a taxa de empreendedorismo total (TTE) no ano de 2019 foi de 38,7% **(tabela 1.1)**, representando, aproximadamente, 53 milhões de brasileiros adultos que realizavam alguma atividade empreendedora, como o envolvimento na criação ou na consolidação de um novo negócio ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido.

TABELA 1.1 Taxas[1] (em %) e estimativas[2] (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio - Brasil - 2019

Estágio	Taxas	Estimativas
Empreendedorismo total	38,7	53.437.971
Empreendedorismo inicial	23,3	32.177.117
Novos	15,8	21.880.835
Nascentes	8,1	11.120.000
Empreendedorismo estabelecido	16,2	22.323.036

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, pois empreendedores com mais de um empreendimento são contabilizados mais de uma vez.

[2] Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

De acordo com o **gráfico 1.1**, a TTE de 38,7% foi ligeiramente superior à do ano anterior, sendo a 2ª mais alta da série histórica, o que confirmou a trajetória de crescimento do empreendedorismo no país que, depois de uma queda em 2016, logo após a taxa ter alcançado a maior marca histórica em 2015 (39,3%), atingiu um patamar em 2019 bem próximo àquela marca, de apenas 0,6 ponto percentual abaixo.

GRÁFICO 1.1 Evolução das taxas[1] (em %) de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento (inicial, estabelecido e total) - Brasil - 2002:2019



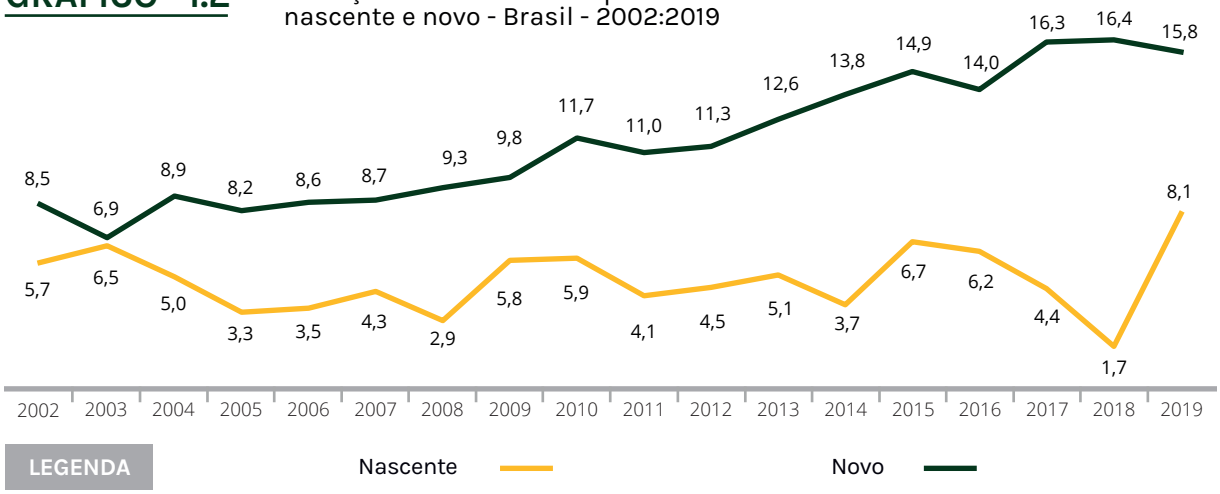
Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

Em 2019, a taxa de empreendedorismo inicial (23,3%) foi superior à taxa de empreendedorismo estabelecido (16,2%), apresentando a maior diferença entre as taxas dos dois estágios (7,1 pontos percentuais) desde 2002. A TEA alcançou o seu maior patamar e a redução da TEE acabou por aproximar essa taxa (de empreendedores estabelecidos) dos valores obtidos em 2016 e 2017, produzindo, assim, um retorno ao padrão tradicional dessas trajetórias. No **gráfico 1.1** é possível verificar que esse comportamento ficou invertido em apenas quatro anos da série histórica, incluindo 2018.

O crescimento expressivo do empreendedorismo inicial no Brasil foi devido exclusivamente ao aumento de 6,4 pontos percentuais na taxa de empreendedores nascentes (8,1%) em relação a 2018, uma vez que a taxa de empreendedores novos sofreu uma redução de 0,6 ponto percentual no mesmo período **(gráfico 1.2)**. O empreendedorismo nascente em 2019 alcançou o maior valor na série histórica, sendo 1,4 ponto percentual superior ao patamar máximo registrado anteriormente, de 6,7%, em 2015.

GRÁFICO 1.2 Evolução das taxas[1] de empreendedorismo nascente e novo - Brasil - 2002:2019



Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

Explicações para tal crescimento podem ser buscadas no momento social e econômico do país em 2019, no qual se observou uma retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro. O Brasil, em 2019, estava vivenciando um aumento gradual do consumo incentivado pela baixa inflação, redução da taxa básica de juros (Selic) e utilização dos valores sacados das contas do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Além disso, observou-se o crescimento de investimentos no mercado de ações, com o Ibovespa batendo sucessivos recordes positivos, ultrapassando 117 mil pontos no ano de 2019 (B3, 2019)[8].

Outros fatores políticos com provável influência sobre o ânimo empreendedor no país foram: a operacionalização da reforma trabalhista, em vigência desde novembro de 2017, com o propósito de trazer maior flexibilidade aos contratos de trabalho, permitindo customizações favoráveis ao empregado e empregador; a aprovação da reforma da previdência em 2019, com a qual espera-se uma redução dos gastos públicos, liberando recursos para investimentos. Avanços por meio da aprovação das reformas tributária e administrativa também eram esperados como forma de impulsionar a economia do país e alavancar espaços para o desenvolvimento das atividades empreendedoras.

Em 2019 também houve a aprovação da medida provisória da liberdade econômica com o objetivo de reduzir a burocracia e facilitar a abertura de empresas, principalmente das micro e pequenas. Entre as mudanças estão a não exigência do alvará de funcionamento para atividades de baixo risco, como a maioria dos pequenos comércios; a simplificação do sistema de escrituração digital de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas; e a criação da figura do abuso regulatório, para impedir que o poder público edite regras que afetem a "exploração da atividade econômica" ou prejudiquem a concorrência.

Por outro lado, a situação de ocupação no país também interferiu no aumento das iniciativas para novos negócios. A tímida redução nas taxas de desemprego manteve ainda muitas incertezas sobre as opções de ocupação e de obtenção de renda para a população. Conforme

[8] B3 – BRASIL, BOLSA E BALCÃO. *Ibovespa registra novo recorde e marca 117.203 pontos.* 26 dez. 2019. Disponível em: <http://www.b3.com.br/pt_br/noticias/ibovespa-8AE490CA6F32B7A0016F441B10FD3C98.htm>. Acesso em: 17 jul. 2020.

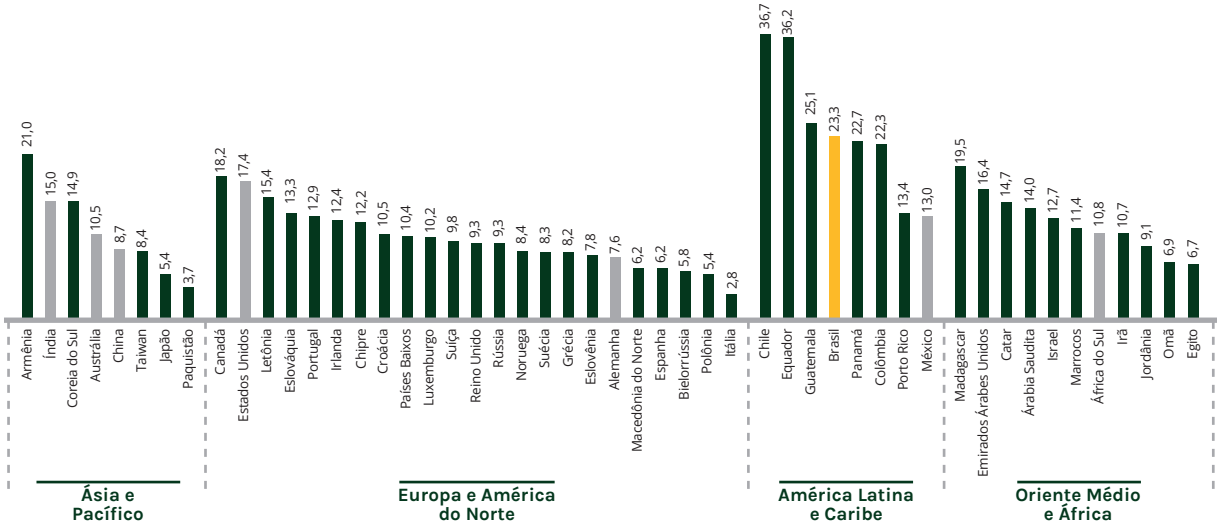
os dados da PNAD Contínua do IBGE[9], a taxa média de desocupação no Brasil caiu de 12,3% em 2018 para 11,9% em 2019, sendo a segunda queda anual consecutiva. Em 2019 representou um contingente de 12,6 milhões de pessoas desocupadas, 1,7% a menos do que em 2018. No entanto, a informalidade em 2019 alcançou 41,1% da população brasileira ocupada, cerca de 38,4 milhões de pessoas, o maior contingente desde 2016. Em 2019 eram 11,6 milhões de empregados sem carteira de trabalho assinada no setor privado, exceto empregados domésticos, ocasionando um recorde na série histórica iniciada em 2012, com uma alta de 4% em relação a 2018. A quantidade de trabalhadores por conta própria também atingiu o maior nível da série, subindo para 24,2 milhões (sendo 19,3 milhões sem CNPJ), a expansão foi de 4,1% em comparação com 2018.

Por sua vez, cabe uma atenção especial para as reduções nas taxas de empreendedores novos e estabelecidos de 2018 para 2019. Entre os novos, o declínio (já mencionado) foi leve, de apenas 0,6 ponto percentual, porém, entre os estabelecidos, foram significativos 4 pontos percentuais. Provavelmente, essa redução está associada às desistências de parte do contingente de empreendedores já estabelecidos, por causa das dificuldades que estes enfrentaram no último período de crise (p.ex. endividamento, inadimplência, forte queda da demanda, etc.).

Para analisar os dados brasileiros em relação ao contexto internacional, são apresentadas no **gráfico 1.3** as taxas de empreendedorismo inicial (TEA) dos 50 países participantes na pesquisa GEM no ano de 2019, agrupados segundo quatro regiões (Ásia e Pacífico; Europa e América do Norte; América Latina e Caribe; Oriente Médio e África). Por sua vez, a **tabela 1.2** (ver página 35) disponibiliza as mesmas informações para agrupamentos segundo a classificação dos níveis de renda desses países: baixa, média ou alta.

A TEA do Brasil (23,3%) ocupou a 4ª posição entre todas as economias participantes do GEM e a 3ª colocação entre os 12 países pertencentes ao grupo de média renda.

GRÁFICO 1.3 Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[9] IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Desemprego cai para 11,9% na média de 2019; informalidade é a maior em 4 anos. *Agência IBGE Notícias*. Estatísticas sociais, 31 jan. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26741-desemprego-cai-para-11-9-na-media-de-2019-informalidade-e-a-maior-em-4-anos>. Acesso em: 17 jul. 2020.

A região da América Latina e Caribe, composta por oito países, foi destaque, pois concentrou as seis maiores TEA das 50 economias que participaram da pesquisa em 2019. O Brasil, que ficou em 4º lugar, foi superado apenas pela Guatemala (25,1%), pelo Equador (36,2%) e pelo Chile (36,7%), sendo que os dois últimos países foram os destaques também nos seus respectivos grupos de renda: média e alta.

Dos 33 países classificados como alta renda, 32 possuíam TEA menor do que a do Brasil, sendo 17 deles com percentual inferior à metade da TEA brasileira. Diferentemente dos anos anteriores, em 2019, nenhum país de baixa renda apresentou TEA superior à do Brasil.

Ao comparar com os países selecionados para as análises mais detalhadas nesse relatório (Índia – baixa renda; África do Sul, China e México – média renda; Alemanha, Austrália e Estados Unidos – alta renda), o Brasil obteve a maior TEA, cerca de 6 pontos percentuais superior aos Estados Unidos (2º colocado no ranking dos países selecionados) e mais de três vezes a TEA da Alemanha.

Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[10], o nível da TEA foi altamente variável nas economias de baixa e média renda, sendo mais estável, e geralmente com menor proporção, nas economias de alta renda, com a exceção do Chile.

Segundo o mesmo relatório, é mais provável que os indivíduos das economias mais ricas tenham mais acesso aos recursos necessários para iniciar a atividade empreendedora. Por outro lado, nas economias de baixa renda, a motivação para iniciar um negócio pode estar mais relacionada à ausência de fontes alternativas de rendimentos. Nas economias em desenvolvimento, a concorrência pode ser menos intensa e ocorrer uma demanda crescente para novos produtos e serviços, de acordo com as aspirações da população.

Quando desdobrada a taxa de empreendedorismo inicial nos estágios nascente **(gráfico 1.3.1)** e novo **(gráfico 1.3.2)**, verifica-se que em 78% de todos os países participantes da pesquisa em 2019 a taxa de empreendedores nascentes superou a dos novos e, especificamente, no grupo dos países de alta renda essa proporção se elevou para 85%.

Taxas de empreendedorismo nascente mais altas do que de novos indicam uma intensa atividade empreendedora que nem sempre é seguida pela sobrevivência dos empreendimentos. No grupo dos países selecionados para comparação, todos, à exceção do Brasil, apresentaram esse comportamento.

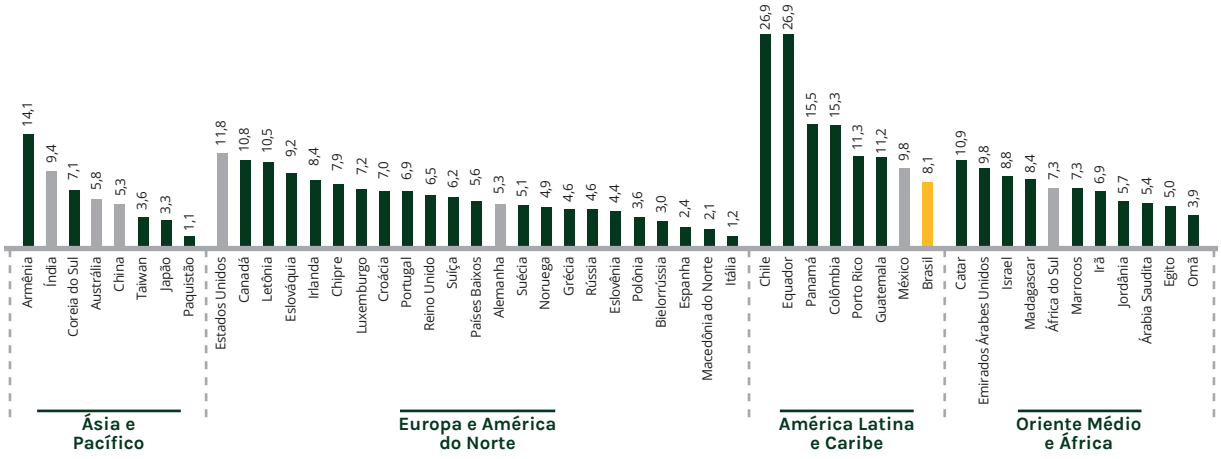
Embora o empreendedorismo nascente do Brasil tenha apresentado significativo crescimento em relação a 2018, já anteriormente analisado, a taxa de 8,1% obtida em 2019 não se destacou quando comparada às de outros países, sendo a mais baixa no grupo da América Latina e Caribe.

Também, ao se avaliar as taxas de nascentes e novos na composição do empreendedorismo inicial, observa-se que o valor que determinou o 4º lugar da TEA do Brasil entre todos os países não foi a taxa dos nascentes, mas a dos novos (15,8%), a qual, por sua vez, colocou o Brasil na 1ª posição do empreendedorismo em estágio novo. O Chile e o Equador alcançaram as melhores posições na TEA devido à alta taxa de nascentes, ambos com 26,9%.

Esse comportamento do Brasil no que se refere ao empreendedorismo nascente e novo pode indicar, por um lado, que ainda existe espaço para crescimento dos nascentes no país e, por outro, uma certa efetividade na conversão de nascentes em novos, representando uma quantidade maior de empreendedores em fase inicial que estão sobrevivendo, ou seja, pelo menos, conseguindo gerar a própria renda.

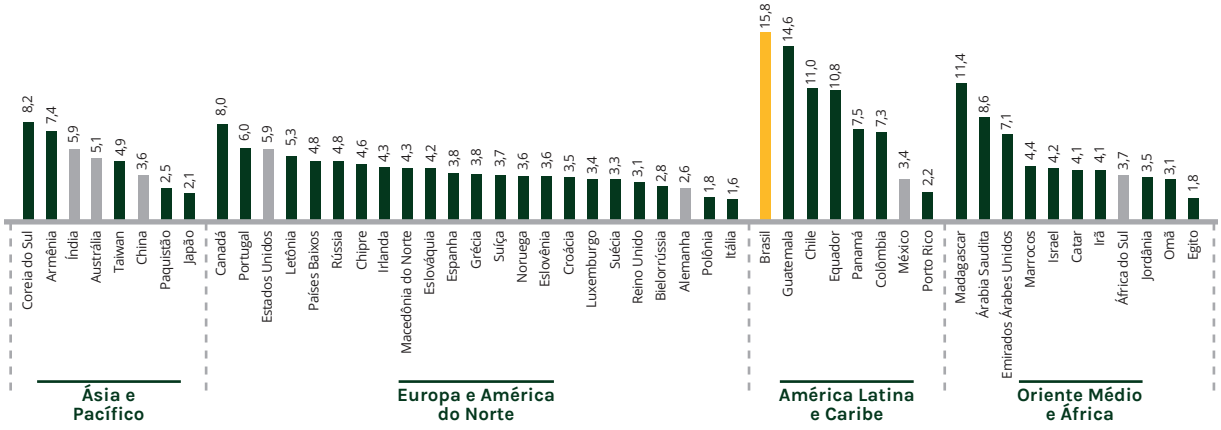
[10] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

GRÁFICO 1.3.1 Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio nascente - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

GRÁFICO 1.3.2 Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio novo - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

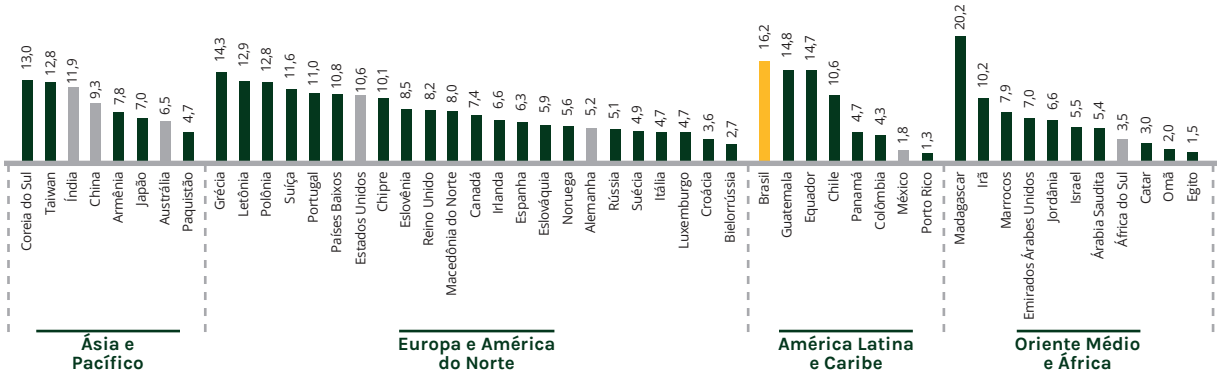
Com relação às taxas de empreendedorismo estabelecido (TEE), o Brasil (16,2%), apesar da queda de 4 pontos percentuais em relação ao ano de 2018, obteve o 2º lugar entre os 50 países participantes na pesquisa GEM em 2019 **(gráfico 1.4)**, uma posição acima do alcançado em 2018 e 2017. Apenas Madagascar (20,2%), classificado como baixa renda, superou a TEE brasileira. O Brasil ficou, portanto, em 1º lugar entre os países de média renda e também no grupo da América Latina e Caribe. Em 2019 várias economias registraram uma taxa de empreendedorismo estabelecido inferior à metade da TEE do Brasil, sendo 20 países de alta renda e sete de média renda.

Entre os países selecionados, o Brasil obteve a maior TEE, pouco mais de 4 pontos percentuais superior à da Índia (2º colocada no ranking dos países selecionados) e mais de oito vezes a taxa do México.

Taxas maiores de empreendedorismo estabelecido nos países sugerem um ambiente mais favorável à longevidade dos negócios, indicando a manutenção dos empreendimentos em atividade. Porém, como até esse momento, as análises estão tratando das taxas – quantidade de indivíduos envolvidos no empreendedorismo –, para sustentação desse argumento, outras variáveis serão analisadas considerando o tipo, a qualidade e os impactos sociais e econômicos das atividades.

GRÁFICO 1.4

Taxas (em %) de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

TABELA 1.2 Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio - Economias participantes agrupadas segundo os níveis de renda - 2019

Níveis de renda	Economias	Iniciais	Nascentes	Novos	Estabelecidos
Baixa renda	Egito	6,7	5,0	1,8	1,5
	Índia	15,0	9,4	5,9	11,9
	Madagascar	19,5	8,4	11,4	20,2
	Marrocos	11,4	7,3	4,4	7,9
	Paquistão	3,7	1,1	2,5	4,7
Média renda	África do Sul	10,8	7,3	3,7	3,5
	Armênia	21,0	14,1	7,4	7,8
	Bielorrússia	5,8	3,0	2,8	2,7
	Brasil	**23,3**	**8,1**	**15,8**	**16,2**
	China	8,7	5,3	3,6	9,3
	Equador	36,2	26,9	10,8	14,7
	Guatemala	25,1	11,2	14,6	14,8
	Irã	10,7	6,9	4,1	10,2
	Jordânia	9,1	5,7	3,5	6,6
	Macedônia do Norte	6,2	2,1	4,3	8,0
	México	13,0	9,8	3,4	1,8
	Rússia	9,3	4,6	4,8	5,1
Alta renda	Alemanha	7,6	5,3	2,6	5,2
	Arábia Saudita	14,0	5,4	8,6	5,4
	Austrália	10,5	5,8	5,1	6,5
	Canadá	18,2	10,8	8,0	7,4
	Catar	14,7	10,9	4,1	3,0
	Chile	36,7	26,9	11,0	10,6
	Chipre	12,2	7,9	4,6	10,1
	Colômbia	22,3	15,3	7,3	4,3
	Coreia do Sul	14,9	7,1	8,2	13,0
	Croácia	10,5	7,0	3,5	3,6
	Emirados Árabes Unidos	16,4	9,8	7,1	7,0
	Eslováquia	13,3	9,2	4,2	5,9
	Eslovênia	7,8	4,4	3,6	8,5
	Espanha	6,2	2,4	3,8	6,3
	Estados Unidos	17,4	11,8	5,9	10,6
	Grécia	8,2	4,6	3,8	14,3
	Irlanda	12,4	8,4	4,3	6,6
	Israel	12,7	8,8	4,2	5,5
	Itália	2,8	1,2	1,6	4,7
	Japão	5,4	3,3	2,1	7,0
	Letônia	15,4	10,5	5,3	12,9
	Luxemburgo	10,2	7,2	3,4	4,7
	Noruega	8,4	4,9	3,6	5,6
	Omã	6,9	3,9	3,1	2,0
	Países Baixos	10,4	5,6	4,8	10,8
	Panamá	22,7	15,5	7,5	4,7
	Polônia	5,4	3,6	1,8	12,8
	Porto Rico	13,4	11,3	2,2	1,3
	Portugal	12,9	6,9	6,0	11,0
	Reino Unido	9,3	6,5	3,1	8,2
	Suécia	8,3	5,1	3,3	4,9
	Suíça	9,8	6,2	3,7	11,6
	Taiwan	8,4	3,6	4,9	12,8

Fonte: GEM 2019

1.2 Potenciais Empreendedores

O GEM, além de analisar os indivíduos que já estão envolvidos em uma atividade empreendedora nos países pesquisados (empreendedores nascentes, novos e estabelecidos), também identifica os potenciais empreendedores, ou seja, as pessoas adultas de 18 a 64 anos que não são empreendedoras e expressam o desejo de começar um novo negócio nos próximos três anos.

A taxa de potenciais empreendedores em 2019 no Brasil foi de 30,2% **(tabela 1.3)**, significando que, de cada 10 brasileiros que não eram considerados empreendedores, três deles pretendiam abrir um negócio próprio nos próximos três anos. Se essa pretensão vier a se concretizar, em média serão mais 8 milhões de novos empreendedores ao ano a ingressarem no ambiente de negócios brasileiro.

TABELA 1.3 Taxa[1] (em %) e estimativa[2] (em unidades) de potenciais empreendedores[3] - Brasil - 2017:2019

Potenciais empreendedores	2017	2018	2019
Taxa (% da população de 18 a 64 anos NÃO empreendedora)	15,3	26,0	30,2
Estimativa (número de pessoas)	13.124.553	22.092.889	25.545.666

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos não empreendedora.

[2] Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira não empreendedora de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 86 milhões, 2018: 84,8 milhões e 2019: 84,7 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

[3] São considerados potenciais empreendedores aqueles indivíduos que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos e não possuem atualmente algum negócio.

O crescimento de 10,7 pontos percentuais na taxa de potenciais empreendedores de 2017 para 2018 pode ter influenciado para que a taxa de empreendedores nascentes (8,1%) alcançasse o maior valor na série histórica em 2019, no Brasil, pois muitas pessoas que sinalizavam o desejo de empreender começaram efetivamente a concretizar o novo negócio.

Na comparação internacional com as 50 economias participantes do GEM em 2019, o Brasil ficou na 16ª posição. Entre os oito países selecionados **(tabela 1.4)**, a taxa brasileira de 30,2% foi a 2ª maior, atrás apenas da Índia (33,3%). Todos os demais países ficaram com a média inferior a 22%, sendo a menor taxa (9,1%) a da Alemanha.

TABELA 1.4 Taxas[1] (em %) de potenciais empreendedores[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Potenciais empreendedores	
	Taxas	Posição[3]
Brasil	30,2	16ª
África do Sul	11,9	37ª
Alemanha	9,1	43ª
Austrália	13,0	34ª
China	21,4	22ª
Estados Unidos	13,7	32ª
Índia	33,3	13ª
México	16,3	28ª

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos não empreendedora.

[2] São considerados potenciais empreendedores aqueles indivíduos que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos e não possuem atualmente algum negócio.

[3] Posição da respectiva taxa em relação às 50 economias participantes.

1.3 Proprietários e Empreendedores "Solo"

Empreender no Brasil é uma atividade tipicamente "solitária". Em 2019 três quartos dos empreendedores foram identificados como sendo os únicos proprietários do negócio **(tabela 1.5)**. Cerca de 20% possuíam um sócio e 4,8% mais de um sócio.

Apesar do elevado percentual de empreendedores que não possuem sócios, em comparação com 2018 (85,4%), houve uma redução de aproximadamente 11 pontos percentuais dos empreendedores com essa característica.

Os dados de 2019 permitem inferir que os empreendedores estão mais propensos a incluírem sócios em seus negócios, seja pela diluição dos riscos envolvidos devido à redução do aporte inicial de recursos, ou pela presença de uma companhia na condução do empreendimento que pode melhorar as chances para o aproveitamento do mercado. Isso pode ser especialmente significativo no caso de empreendedores que se dedicam parcialmente ao negócio devido a outras ocupações laborais.

TABELA 1.5 Distribuição percentual do número de proprietários nos empreendimentos - Brasil - 2018 e 2019

Número de proprietários	2018	2019
1 proprietário	85,4	74,5
2 proprietários	11,0	20,3
3 proprietários	1,5	3,6
4 proprietários	0,5	0,9
5 proprietários ou mais	1,2	0,3
Não sabe	0,4	0,5
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

Em 2019, uma nova abordagem foi utilizada na análise do empreendedorismo brasileiro: a identificação do empreendedor "solo", caracterizado por não possuir sócio, não ter funcionário atualmente e não ter a pretensão de contratar nos próximos cinco anos.

No Brasil, um em cada cinco empreendedores iniciais começou seu negócio atuando de forma completamente individual e sem a perspectiva de expandir suas atividades de forma a tornar necessária a contratação de colaboradores para auxiliar no empreendimento **(tabela 1.6)**. Entre os estabelecidos a proporção de empreendedores "solo" foi quase o dobro dos iniciais (37,6%).

TABELA 1.6 Percentual de empreendedores "solo"[1] por estágio - Brasil - 2019

Estágio	Percentual
Iniciais	19,1
Estabelecidos	37,6
Total	26,7

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] São considerados empreendedores "solo", aqueles que não têm sócio(s), não têm funcionários atualmente e não pretendem ter nos próximos cinco anos.



2 Características Sociodemográficas dos Empreendedores no Brasil e no Mundo

CAPÍTULO 2

2 Características Sociodemográficas dos Empreendedores no Brasil e no Mundo

Neste capítulo são apresentadas as taxas específicas de empreendedorismo considerando estratos relacionados às características sociodemográficas de sexo, idade, escolaridade e renda familiar mensal da população brasileira e dos países selecionados do GEM 2019. O objetivo é analisar a intensidade da atividade empreendedora em cada estrato e as diferenças nas taxas de empreendedorismo inicial e estabelecido, para auxiliar no desenvolvimento de programas, políticas e ações, conforme as características específicas do público a ser atendido.

A partir das taxas específicas identificadas no Brasil, são estimadas as quantidades de empreendedores presentes em cada estrato.

O capítulo também traz informações sobre a ocupação exercida pelos empreendedores brasileiros em paralelo à condução de um negócio próprio; e é finalizado com um retrato do empreendedorismo no Brasil considerando as características sociodemográficas dos empreendedores.

2.1 Intensidade Empreendedora segundo as Características Sociodemográficas

2.1.1 Intensidade Empreendedora segundo o Sexo

Em 2019, no Brasil, praticamente não existiu diferença entre homens e mulheres no estágio de empreendedorismo inicial. Por sua vez, no estágio estabelecido, os homens foram mais ativos do que as mulheres – a taxa dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do feminino foi de 13,9%, com uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos absolutos, estima-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres no empreendedorismo estabelecido **(gráfico 2.1)**.

Esse tem sido um retrato constante no país ao longo dos anos, ou seja, proporções semelhantes de empreendedores iniciais entre a população masculina e a feminina, e um percentual maior de homens à frente de negócios já consolidados (empreendedorismo estabelecido).

Esse panorama se deve, provavelmente, aos seguintes fatores:

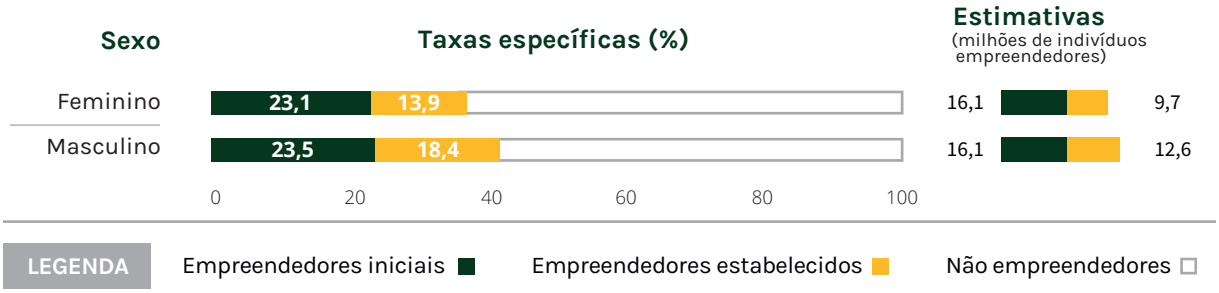
(a) No passado, a atuação maior de homens na atividade empreendedora pode ter contribuído para a criação de um estoque de empreendedores estabelecidos com forte presença masculina. A inserção da mulher na atividade empreendedora, assim como em outras posições no mercado de trabalho, vem crescendo ao longo dos anos, mas as mulheres partem de uma base mais modesta de empreendedores estabelecidos;

(b) Na passagem dos empreendedores do estágio inicial para o estabelecido, parece haver um nível maior de abandono de mulheres do que de homens. Isto, por sua vez, pode estar associado aos seguintes fatores: (i) negócios femininos menos longevos. Estes empreendimentos podem enfrentar maiores desafios e obstáculos. Neste ponto, deve-se

destacar, por exemplo, uma concentração maior de mulheres em atividades como "serviços domésticos", em que a concorrência tende a ser muito alta; (ii) considerando o tipo de motivação, no caso das mulheres, verificou-se, no passado, uma participação maior de empreendedoras por necessidade, quando comparado aos homens. Nesse caso, aparentemente, parte das mulheres busca o empreendedorismo como algo provisório, em momentos de piora da renda familiar, mas abandona posteriormente a atividade empreendedora quando há uma melhora da renda familiar; (iii) outros aspectos socioculturais, como o maior envolvimento das mulheres com as obrigações domésticas. Conforme os dados do IBGE[11], em 2018 no Brasil a taxa de realização de afazeres domésticos e/ou cuidado de pessoas entre as mulheres foi de 93% enquanto entre os homens foi de 80,4%. O tempo em que as mulheres dedicaram a essas atividades por semana foi em média de 21,3 horas, aproximadamente o dobro do que os homens gastaram (10,9 horas). Mesmo trabalhando fora, as mulheres cumpriam em média 8,2 horas a mais com essas atividades que os homens também ocupados.

Apesar da menor permanência feminina na atividade empreendedora, deve-se destacar que, segundo o estudo desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisa em Gênero e Economia da Universidade Federal Fluminense, a média do nível de escolaridade das mulheres na população é de um ano superior à média dos homens[12]. Portanto, pelo menos, na média, não são déficits de conhecimento formal que explicam essa defasagem. Apesar disso, cabe destacar também que, mesmo com taxas de empreendedorismo total menores que as dos homens, a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 25,8 milhões, muito próxima dos 28,7 milhões de homens.

GRÁFICO 2.1 Taxas específicas[1] (em %) e estimativas[2] de empreendedorismo segundo o sexo - Brasil - 2019



Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 23,5% dos homens no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[2] Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

[11] IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Mulheres dedicam mais horas aos afazeres domésticos e cuidado de pessoas, mesmo em situações ocupacionais iguais a dos homens. *Agência IBGE Notícias.* Estatísticas sociais, 26 abr. 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24266-mulheres-dedicam-mais-horas-aos-afazeres-domesticos-e-cuidado-de-pessoas-mesmo-em-situacoes-ocupacionais-iguais-a-dos-homens>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[12] BRASIL, Cristina Indio do. Mulheres aumentam escolaridade em relação aos homens, mostra pesquisa. Rio de Janeiro: *Agência Brasil*, 17 jun. 2019. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-06/mulheres-aumentam-escolaridade-em-relacao-aos-homens-mostra-pesquisa>. Acesso em: 17 jul. 2020.

De acordo com o relatório global do GEM 2019/2020[13], a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) entre os homens foi maior do que entre as de mulheres na maioria dos países participantes. Em apenas três economias (Arábia Saudita, Catar e Madagascar), a taxa feminina excedeu a masculina, sendo que na Arábia Saudita pode ter sido resultado das recentes mudanças políticas dando às mulheres mais liberdade individual. A região da América Latina e Caribe teve as cinco maiores taxas da TEA feminina da amostra, incluindo o Brasil, que ficou em 3º lugar. O nível de atividade empreendedora em estágio inicial excedeu 10% da população adulta feminina em 21 das 50 economias no GEM 2019.

Em todos os países selecionados **(tabela 2.1)**, apesar dos homens possuírem a taxa de empreendedorismo inicial superior à das mulheres, em nenhum caso a diferença foi acima de 4,4 pontos percentuais. As maiores diferenças, acima de 3 pontos percentuais, foram verificadas na Índia e na Alemanha. A menor foi a do Brasil, onde a TEA masculina foi de apenas 0,4 ponto percentual superior.

Outra forma de analisar as diferenças é a razão entre as taxas de homens e mulheres que exercem uma atividade empreendedora. Quanto mais próximo de 1,0, maior o equilíbrio entre os sexos. Neste caso, observa-se que no Brasil, em 2019, para cada 10 homens empreendendo em estágio inicial existiam também 10 mulheres exercendo alguma atividade empreendedora. Nos Estados Unidos, México e África do Sul também predominou o equilíbrio, com razão de 1,1.

Na Alemanha e na Austrália houve uma diferença expressiva entre homens e mulheres no empreendedorismo inicial: razão de 1,7 e 1,4 respectivamente. Conforme mencionado no relatório global do GEM 2019/2020[14], esses dois países já estão desenvolvendo algumas ações de incentivo ao empreendedorismo com foco nas mulheres.

No relatório específico sobre o empreendedorismo feminino do GEM 2018/2019[15], é pontuado que, de um modo geral, as intenções empreendedoras das mulheres são mais baixas nos países de alta renda, em parte porque elas possuem muitas oportunidades de emprego, além do empreendedorismo.

TABELA 2.1 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o sexo - Economias selecionadas - 2019

Economias	Masculino	Feminino	Razão[2]	TEA
Brasil	23,5	23,1	1,0	23,3
África do Sul	11,4	10,2	1,1	10,8
Alemanha	9,5	5,7	1,7	7,6
Austrália	12,3	8,8	1,4	10,5
China	9,4	7,9	1,2	8,7
Estados Unidos	18,3	16,6	1,1	17,4
Índia	17,1	12,7	1,3	15,0
México	13,6	12,4	1,1	13,0

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 23,5% dos homens no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[2] Exemplo de interpretação: Para cada 1 mulher empreendedora inicial, 1,2 homem era empreendedor inicial na China em 2019.

[13], [14] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

[15] ELAM, A.B. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report.* London: GERA, 2019.

Em relação ao empreendedorismo estabelecido, nos países selecionados **(tabela 2.2)**, os homens também obtiveram as maiores taxas. Em comparação ao empreendedorismo inicial, a razão entre os empreendedores estabelecidos do sexo masculino e feminino foi ainda mais alta na maioria dos países. As únicas exceções foram na Alemanha, onde a razão permaneceu inalterada (1,7), e na Austrália, que diminuiu para 1,3, justamente os dois países que alcançaram as razões mais altas no empreendedorismo inicial.

A maior diferença entre homens e mulheres foi na África do Sul, com razão de 1,8. As menores razões foram da Austrália, China, Estados Unidos e Brasil (1,3), ou seja, para cada 13 empreendedores estabelecidos do sexo masculino existiam 10 empreendedoras.

Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas é o 5º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030. E o incentivo ao empreendedorismo feminino pode ser um dos meios para atingir esse objetivo, pois a ONU orienta no item 5.a *"realizar reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, herança e os recursos naturais, de acordo com as leis nacionais"*[16].

TABELA 2.2 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o sexo - Economias selecionadas - 2019

Economias	Masculino	Feminino	Razão[2]	TEE
Brasil	18,4	13,9	1,3	16,2
África do Sul	4,5	2,6	1,8	3,5
Alemanha	6,6	3,8	1,7	5,2
Austrália	7,3	5,8	1,3	6,5
China	10,4	8,2	1,3	9,3
Estados Unidos	11,9	9,3	1,3	10,6
Índia	14,6	9,1	1,6	11,9
México	2,3	1,4	1,6	1,8

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 18,4% dos homens no Brasil eram empreendedores estabelecidos em 2019).

[2] Exemplo de interpretação: Para cada 1 mulher empreendedora inicial, 1,3 homem era empreendedor estabelecido no Brasil em 2019.

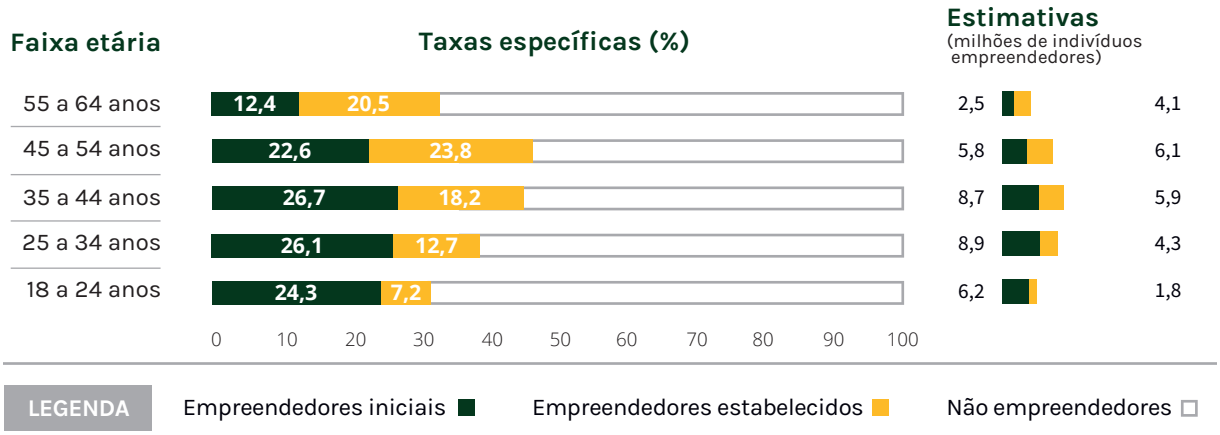
2.1.2 Intensidade Empreendedora segundo a Faixa Etária

No que se refere à idade dos empreendedores iniciais em 2019 **(gráfico 2.2)**, das cinco faixas etárias consideradas (18 a 24 anos, 25 a 34 anos, 35 a 44 anos, 45 a 54 anos, 55 a 64 anos), a dos seniores foi a que mais se diferenciou das demais. Na faixa etária de 55 a 64 anos, foi identificada a menor taxa, com apenas 12,4% dos brasileiros envolvidos com empreendimentos em estágio inicial. Em todas as demais faixas, a taxa variou menos, de 22,6% na faixa dos 45 aos 54 anos até 26,7% na faixa com maior intensidade empreendedora (35 a 44 anos).

[16] ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 17 jul. 2020.

GRÁFICO 2.2

Taxas específicas[1] (em %) e estimativas[2] de empreendedorismo segundo a faixa etária - Brasil - 2019



Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 24,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[2] Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

Importante destacar que, mesmo com a menor taxa, o contingente de brasileiros com mais de 55 anos iniciando um negócio foi de aproximadamente 2,5 milhões. E a tendência é deste número crescer cada vez mais, acompanhando o aumento da expectativa de vida do brasileiro. Isso evidencia a urgência de desenvolver ações para compreender melhor o fenômeno do empreendedorismo sênior, assim como projetos efetivos que possam apoiar esses novos negócios. Uma hipótese é de que essas pessoas decidiram empreender como forma de complementação de renda, devido ao baixo valor das aposentadorias, ou pela consciência dos obstáculos para obtenção de uma colocação no mercado de trabalho.

Para o empreendedorismo estabelecido, os brasileiros na faixa etária de 45 a 54 anos foram os mais ativos. Aproximadamente um quarto deles eram proprietários e administravam negócios já consolidados.

A faixa com a menor taxa de empreendedorismo estabelecido foi a dos mais jovens (18 a 24 anos), com 7,2%. Mesmo mais baixo, esse percentual significou um contingente de 1,8 milhões de pessoas que empreenderam cedo e conseguiram manter seus negócios por mais de 3,5 anos. Assim como a atividade dos mais idosos no empreendedorismo inicial, o fenômeno de jovens com menos de 24 anos à frente de negócios estabelecidos também remete a algumas reflexões sobre os impactos possíveis na vida futura desses indivíduos que decidiram empreender tão jovens. Pensar, por exemplo, em quais ações de apoio seriam adequadas de forma a conciliar a manifestação de um espírito empreendedor com a necessidade tanto de aperfeiçoamento acadêmico como profissional, vitais para o desenvolvimento das pessoas e dos negócios.

Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[17], em 38 das 50 economias participantes na pesquisa em 2019, o empreendedorismo em estágio inicial, de modo geral, aumentou com a idade e depois declinou. No entanto, existiram exceções suficientes para concluir que outros fatores podem ter mais importância do que a idade, como o acesso aos recursos, tradições familiares, migração, etc.

[17] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

Na comparação com os países selecionados **(tabela 2.3)**, as taxas de empreendedorismo inicial no Brasil foram superiores, exceto a da faixa dos 55 aos 64 anos. Entre os mais seniores, Índia (14,7%) e Estados Unidos (13,4%) tiveram taxas superiores à brasileira (12,4%).

A África do Sul foi o único país que obteve a maior taxa de empreendedores iniciais na faixa dos 45 aos 54 anos. Na Alemanha, na China e na Índia prevaleceram a faixa dos 25 aos 34 anos.

Austrália e África do Sul apresentaram as menores TEA na faixa dos mais jovens. No caso australiano, a taxa de 5,5% foi praticamente a metade da TEA geral do país. Essa situação pode ser explicada pelo fato de a Austrália ter a maior expectativa de vida escolar, cerca de 23 anos (2016), o que ocasiona uma entrada mais tardia dos jovens no mercado de trabalho. O Brasil tem expectativa menor, sendo 15 anos para o sexo masculino e 16 anos para o feminino (2015), embora não seja adequado comparar diretamente os dados[18].

Em relação ao empreendedorismo estabelecido **(tabela 2.4)**, à exceção do Brasil, da Alemanha e da China, os demais países selecionados possuíam as suas maiores taxas na faixa dos 55 aos 64 anos.

Como esperado, em todos os países selecionados a menor taxa foi na faixa dos mais jovens. Na Alemanha praticamente inexistiam empreendedores estabelecidos de 18 a 24 anos (0,1%), contrastando com a sua taxa no empreendedorismo inicial de 10,1%. O Brasil foi o país que apresentou a maior diferença entre a taxa de estabelecidos e de iniciais nessa mesma faixa etária, 17 pontos percentuais a menos.

Nos países de renda alta, parece haver proporcionalmente menos jovens no empreendedorismo estabelecido, do que nos países de renda média e baixa. Por exemplo, a TEE dos mais jovens na Alemanha e Austrália equivale a menos de 20% da TEE geral desses países. Enquanto que na África do Sul, no Brasil e na China, a TEE dos jovens equivale a 40%, 44% e 88% da TEE geral, e na Índia a 53%. A expectativa de vida escolar, que é maior nas economias de renda alta, pode explicar esses comportamentos. De acordo com o relatório global do GEM 2019/2020[19], em alguns países, uma alta proporção de jovens pode estar cursando a faculdade ou prestando o serviço militar. O desemprego entre os mais jovens também pode estar relacionado à maior presença deles em empreendimentos estabelecidos em alguns países. Segundo os dados da CIA (2020)[20], a taxa de desemprego dos jovens entre 15 e 24 anos na Alemanha é de 6,2% e na Austrália 11,8%, sendo que no Brasil é de 28,5% e na África do Sul 53,4%.

TABELA 2.3 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a faixa etária - Economias selecionadas - 2019

Economias	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	TEA
Brasil	24,3	26,1	26,7	22,6	12,4	23,3
África do Sul	8,4	12,6	9,2	14,3	8,5	10,8
Alemanha	10,1	11,8	7,3	6,3	4,4	7,6
Austrália	5,5	13,4	13,5	10,0	8,0	10,5
China	10,6	13,1	9,9	7,4	2,8	8,7
Estados Unidos	15,8	22,1	22,1	13,3	13,4	17,4
Índia	14,6	16,9	15,3	11,9	14,7	15,0
México	12,2	14,1	14,3	12,7	9,3	13,0

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 24,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[18] CIA - CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. School life expectancy (primary to tertiary education). *The World Factbook 2020.* Disponível em: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/371.html>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[19] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

[20] CIA - CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. Unemployment, youth ages 15-24. *The World Factbook 2020.* Disponível em: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/373rank.html>. Acesso em: 17 jul. 2020.

TABELA 2.4 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo a faixa etária - Economias selecionadas - 2019

Economias	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	TEE
Brasil	7,2	12,7	18,2	23,8	20,5	16,2
África do Sul	1,4	3,8	4,0	3,5	6,0	3,5
Alemanha	0,1	4,6	5,6	7,2	6,1	5,2
Austrália	0,9	3,3	5,5	10,3	12,3	6,5
China	8,2	8,6	9,2	11,2	9,1	9,3
Estados Unidos	2,9	5,4	12,6	14,0	16,2	10,6
Índia	6,3	12,9	14,5	13,0	14,8	11,9
México	0,6	1,5	2,6	2,1	3,1	1,8

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 7,2% da população de 18 a 24 anos no Brasil eram empreendedores estabelecidos em 2019).

2.1.3 Intensidade Empreendedora segundo o Nível de Escolaridade

Nesta seção, é utilizada a nomenclatura própria adotada pelo GEM internacional para a classificação dos níveis de escolaridade nas tabelas que apresentam comparações entre os países selecionados. Para as análises específicas do Brasil, é utilizada a nomenclatura equivalente nacional, pois possibilita um maior detalhamento das informações sobre a realidade local. A classificação internacional considera quatro níveis de escolaridade (alguma educação, secundário completo, pós-secundário, experiência pós-graduação) cuja equivalência para as classificações do Brasil é apresentada no **quadro 2.1**.

QUADRO 2.1 Classificações dos níveis de escolaridade

Classificação internacional	Classificação Brasil	Nível de escolaridade
Alguma educação	Fundamental incompleto	Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto
	Fundamental completo	Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto
Secundário completo	Médio completo	Ensino médio completo e superior incompleto
Pós-secundário	Superior completo ou maior	Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto
Experiência pós-graduação		Mestrado completo, doutorado incompleto e completo

Fonte: GEM Brasil 2019

Pelo **gráfico 2.3**, observa-se que no Brasil, em 2019, a partir do estrato dos que possuíam o ensino fundamental completo (com taxa de empreendedorismo inicial de 23,3%) até os níveis de escolaridade mais elevados, as diferenças entre as taxas de empreendedorismo inicial, apesar de existirem, não foram grandes. Considerando os quatro níveis de escolaridade, os mais ativos no envolvimento com atividades empreendedoras iniciais foram os que possuíam o ensino superior completo (27,6%). A menor taxa (18,4%) foi verificada no ensino fundamental incompleto. Entretanto, apesar da taxa mais baixa, esse grupo representava aproximadamente 5,5 milhões de pessoas, 500 mil a mais do que o grupo dos empreendedores iniciais com educação superior completa.

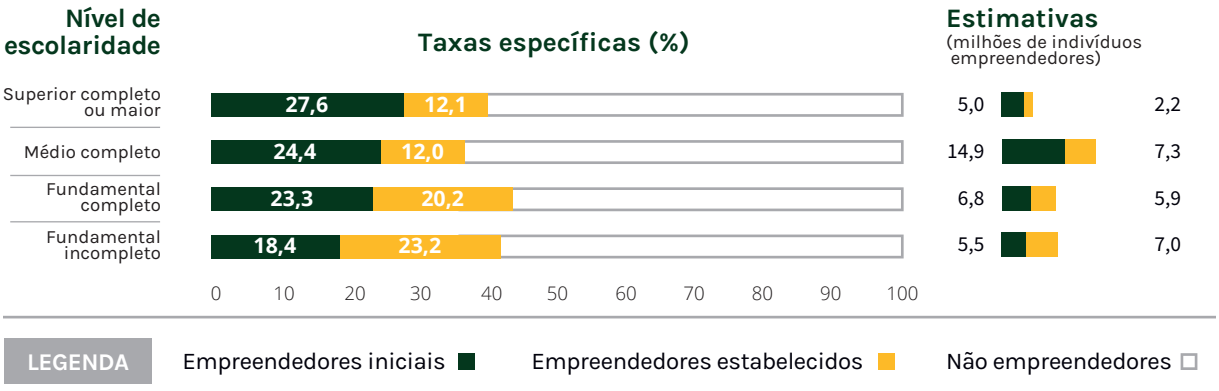
Em relação à intensidade do empreendedorismo estabelecido no Brasil, as maiores taxas foram registradas entre aqueles que não possuíam o ensino médio completo, ou seja, 23,2% para os que tinham o ensino fundamental incompleto e 20,2% para o fundamental completo. Para os que possuíam o ensino médio ou superior completo, 12% desses eram empreendedores estabelecidos.

Aproximadamente 13 milhões de pessoas com nível de escolaridade inferior ao ensino médio completo eram empreendedores estabelecidos. Por outro lado, cerca de 2,2 milhões com nível universitário eram proprietários de um empreendimento já consolidado. Em outras palavras, pode-se afirmar que, para cada empreendedor estabelecido com nível universitário, existiam seis outros empreendedores que não concluíram o ensino médio.

A maioria das economias selecionadas apresentou uma relação crescente entre o nível de escolaridade e a taxa de empreendedorismo inicial **(tabela 2.5)**. A menor TEA estava no grupo dos classificados como "alguma educação", exceto na China que obteve a menor taxa no "secundário completo", mas com uma diferença de apenas 0,2 ponto percentual a menos do grupo "alguma educação". Por outro lado, a maior TEA estava entre os que possuíam o nível "pós-secundário". A exceção foi a Índia, único país considerado de baixa renda que teve a maior taxa no grupo dos que tinham o "secundário completo".

GRÁFICO 2.3

Taxas (em %) específicas[1] e estimativas[2] de empreendedorismo segundo o nível de escolaridade[3] - Brasil - 2019



Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 18,4% com ensino fundamental incompleto no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[2] Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

[3] Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[21], a educação na Índia para o empreendedorismo nos dois níveis (secundário e superior) requer atenção adicional dos formuladores de políticas. Até agora, apenas algumas diretorias de ensino secundário sênior *(Senior Secondary Boards)* oferecem educação empreendedora, o que significa que mais universidades devem incluir a oferta de cursos voltados para promover o empreendedorismo no país.

Ao comparar a TEA "pós-secundário" com a TEA "alguma educação" em cada país, nota-se que na Índia praticamente não houve diferença. No México, essa diferença foi de quase 10 pontos percentuais, sendo a TEA geral mexicana de 13%. No Brasil também houve uma diferença considerável, 7,5 pontos percentuais, em uma TEA geral de 23,3%. Na Alemanha a diferença foi semelhante à brasileira (7,8 pontos percentuais), porém a TEA geral alemã foi de 7,6%, sendo a intensidade empreendedora entre os que possuíam o nível de escolaridade "pós-secundário" 2,6 vezes superior àqueles com "alguma educação".

TABELA 2.5 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	TEA
Brasil	20,8	24,4	28,3	23,3
África do Sul	8,2	9,1	13,4	10,8
Alemanha	4,7	5,8	12,5	7,6
Austrália	6,5	6,9	12,5	10,5
China	8,2	8,0	9,5	8,7
Estados Unidos	14,0	14,7	18,5	17,4
Índia	13,8	18,0	14,2	15,0
México	10,7	14,6	20,3	13,0

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 20,8% dos que tinham alguma educação no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[2] Alguma educação = Nenhuma educação formal, ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-secundário = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto. A experiência pós-graduação não foi considerada nessa tabela.

O Brasil, os Estados Unidos e a Austrália foram os países que tiveram no grupo de indivíduos com "alguma educação" a mais alta taxa de empreendedorismo estabelecido **(tabela 2.6)**. Entretanto o caso brasileiro se sobressaiu, pois a taxa foi 1,8 vezes maior em comparação com a do nível "pós-secundário", uma diferença de 9,4 pontos percentuais. Nos Estados Unidos e na Austrália, as diferenças foram menores.

A China foi a única economia em que a maior taxa de empreendedores estabelecidos ficou no nível "secundário completo". Nas demais economias, as maiores taxas estavam entre os que tinham "pós-secundário", no México, embora com a TEE bem reduzida (1,8%), a taxa nesse nível de escolaridade foi 2,2 vezes superior à TEE geral do país.

[21] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

TABELA 2.6 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o nível de escolaridade[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	TEE
Brasil	21,7	12,0	12,3	16,2
África do Sul	2,7	3,3	4,0	3,5
Alemanha	5,2	3,7	7,1	5,2
Austrália	8,2	5,0	7,5	6,5
China	9,5	10,0	8,6	9,3
Estados Unidos	11,4	10,2	10,0	10,6
Índia	11,8	11,6	12,7	11,9
México	1,7	1,3	4,0	1,8

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 21,7% dos que tinham alguma educação no Brasil eram empreendedores estabelecidos em 2019).

[2] Alguma educação = Nenhuma educação formal, ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-secundário = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto. A experiência pós-graduação não foi considerada nessa tabela.

2.1.4 Intensidade Empreendedora segundo a Faixa de Renda

O GEM internacional determina três percentis de renda para comparar a intensidade empreendedora entre os diferentes países (33% menor, 33% central, 33% maior). Os percentis são estabelecidos em função da distribuição de renda existente em cada um dos países selecionados para a análise. Portanto, as faixas de renda correspondentes a esses percentis em cada país são diferentes. Para as análises específicas do Brasil são usadas cinco faixas de renda (até 1 salário mínimo, mais de 1 até 2 salários mínimos, mais de 2 até 3 salários mínimos, mais de 3 até 6 salários mínimos, mais de 6 salários mínimos), possibilitando, assim, uma compreensão mais detalhada da realidade nacional. O valor do salário mínimo utilizado nas análises do GEM Brasil 2019 foi o estabelecido pelo governo federal, de R$ 998,00[22].

Em 2019, para a população brasileira cuja renda familiar mensal era de até 3 salários mínimos, a intensidade no envolvimento com o empreendedorismo em estágio inicial não apresentou grandes diferenças **(gráfico 2.4)**. Nas três faixas de menor renda, as taxas variaram de 20,6%, para renda familiar de 1 a 2 salários mínimos, até 23,4%, para os que recebiam até 1 salário mínimo. Considerando apenas as duas menores faixas de renda, até 2 salários mínimos, havia um contingente de quase 14 milhões de pessoas envolvidas com atividades relacionadas à criação ou estruturação de novos negócios (empreendedorismo inicial).

O maior nível de atividade empreendedora inicial, por outro lado, foi registrado entre os que possuíam mais de 6 salários mínimos como renda familiar. Nesta faixa de renda, a taxa foi de 31,8%, com cerca de 3,6 milhões de empreendedores. Observe-se que, embora com uma taxa superior às obtidas nas faixas de renda mais baixas, o contingente de empreendedores iniciais entre a população mais rica foi quase quatro vezes menor que aquele dos empreendedores iniciais cuja renda familiar era de até 2 salários mínimos. Isto é um reflexo da desigualdade de renda no país, onde um grande contingente de pessoas ganha pouco e um pequeno grupo ganha muito.

Em relação aos negócios consolidados, nota-se que nas duas faixas de renda mais baixas estavam também as menores taxas de empreendedores estabelecidos. Entre os indivíduos com

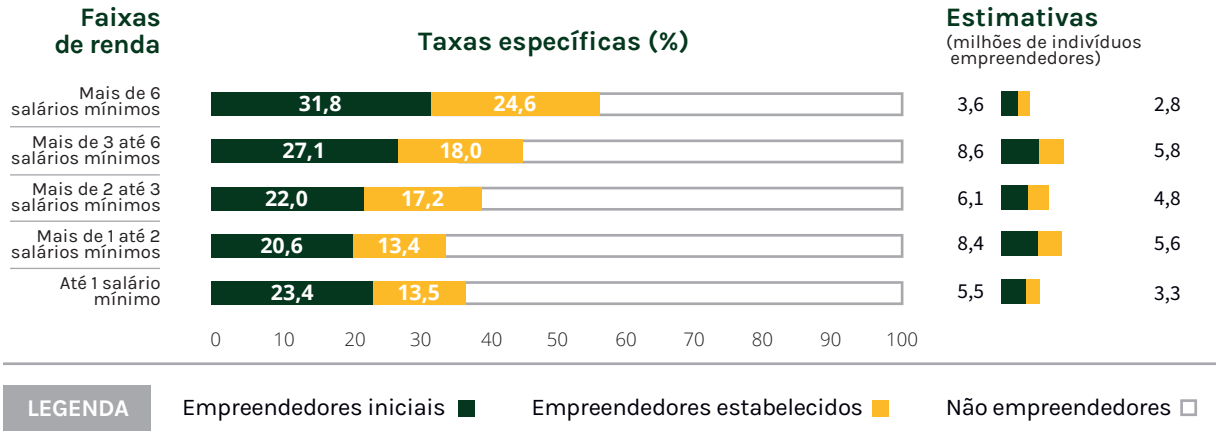
[22] BRASIL. Decreto nº 9.661, de 1 de janeiro de 2019. Regulamenta a Lei nº 13.152, de 29 de julho de 2015, que dispõe sobre o valor do salário mínimo e a sua política de valorização de longo prazo. Brasília: *DOU Diário Oficial da União*. Publicado no DOU de 01 de janeiro de 2019.

renda familiar de até 2 salários mínimos, a taxa foi cerca de 13,5%. No caso das faixas de renda de 2 até 6 salários mínimos, a taxa subiu aproximadamente 4 pontos percentuais. E acima de 6 salários mínimos, 24,6% desses eram empreendedores estabelecidos.

Considerando o empreendedorismo total, entre os adultos que pertenciam a núcleos familiares cuja renda era acima de 6 salários mínimos, 56,4% eram empreendedores, proporção superior em mais de 10 pontos percentuais em relação a todas as demais faixas de renda.

GRÁFICO 2.4

Taxas específicas[1] (em %) e estimativas[2] de empreendedorismo segundo as faixas de renda - Brasil - 2019



Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 23,4% dos que pertenciam a famílias com renda de até 1 salário mínimo no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

[2] Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

Na maioria das economias **(tabela 2.7)**, a taxa de empreendedorismo inicial foi superior entre as pessoas com nível de renda mais alta.

Para a África do Sul, o México e a China, o nível de renda parece não afetar a TEA, pois as diferenças entre os três níveis foram de 1,1 ponto percentual ou menos.

Na Alemanha, no Brasil, na Índia e na Austrália as diferenças foram pequenas entre os dois níveis de renda mais baixos (1,7 ponto percentual ou menos). Por outro lado, nesses quatro países, as diferenças nas taxas entre o nível de renda superior e o intermediário foram maiores, pois variaram de 2,6 pontos percentuais (Austrália) até 5,6 pontos percentuais (Brasil).

TABELA 2.7

Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo os percentis de renda - Economias selecionadas - 2019

Economias	33% menor	33% central	33% maior	TEA
Brasil	21,6	22,0	27,6	23,3
África do Sul	11,1	10,4	10,9	10,8
Alemanha	7,0	6,7	11,2	7,6
Austrália	8,8	10,5	13,1	10,5
China	7,8	8,9	8,7	8,7
Estados Unidos	14,6	18,5	19,5	17,4
Índia	16,1	15,0	18,8	15,0
México	12,7	13,7	13,7	13,0

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 21,6% dos que pertenciam a famílias do menor percentil de renda no Brasil eram empreendedores iniciais em 2019).

Em relação aos Estados Unidos, as taxas de empreendedorismo inicial nas duas faixas de renda superiores foram similares (diferença de 1 ponto percentual).

No empreendedorismo estabelecido **(tabela 2.8)**, os países selecionados apresentaram as suas maiores taxas entre os que possuíam renda superior. A exceção foi a Austrália, com a maior taxa no grupo de renda intermediária, porém com apenas 0,4 ponto percentual a mais do que no grupo de renda superior.

No Brasil, na Alemanha, nos Estados Unidos e na Índia, conforme aumenta a renda familiar, cresce também a intensidade da atividade empreendedora estabelecida. Novamente para a África do Sul e o México, assim como entre os iniciais, não houve diferença na intensidade da atividade empreendedora em relação ao nível de renda do empreendedor.

Na Alemanha e nos Estados Unidos, a diferença entre as taxas do nível inferior de renda e superior foi cerca de 9 pontos percentuais, evidenciando nesses países a importância da atividade empreendedora na perspectiva de geração de renda familiar. No Brasil essa diferença foi de 5,7 pontos percentuais.

A taxa de empreendedorismo estabelecido para os que tinham renda familiar superior na Alemanha foi de 11,1%, mais que o dobro da TEE geral do país (5,2%). No caso do Brasil a taxa de estabelecidos com renda superior foi 18,5% maior que a TEE geral brasileira.

TABELA 2.8 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo os percentis de renda - Economias selecionadas - 2019

Economias	33% menor	33% central	33% maior	TEE
Brasil	13,5	17,2	19,2	16,2
África do Sul	3,7	3,2	3,7	3,5
Alemanha	1,9	3,4	11,1	5,2
Austrália	3,6	8,3	7,9	6,5
China	9,0	9,0	10,3	9,3
Estados Unidos	5,7	10,4	14,8	10,6
Índia	11,9	13,8	15,1	11,9
México	1,8	1,4	2,2	1,8

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 13,5% dos que pertenciam a famílias do menor percentil de renda no Brasil eram empreendedores estabelecidos em 2019).

2.2 Ocupação Paralela dos Empreendedores Brasileiros

Uma das informações específicas que o GEM busca identificar, para compreender melhor a situação de trabalho dos empreendedores, é a existência de ocupação paralela à atividade empreendedora desenvolvida **(tabela 2.9)**.

Em 2019, cerca de 54% dos empreendedores brasileiros não exerciam outra atividade, além do trabalho com o próprio negócio. Entre os estabelecidos, essa proporção foi de aproximadamente 64% e entre os iniciais 48%. Apesar disso, sobretudo entre os iniciais, o empreendedorismo aparentou ter uma característica de complementação de renda, pois 20,7% também afirmaram ser empregados. Essa proporção foi de 6,2% entre os estabelecidos. Uma outra explicação poderia ser que, embora buscando uma nova opção profissional, o empreendedor em estágio inicial ainda não esteja convicto sobre desistir de um emprego seguro.

Aproximadamente 15% dos empreendedores iniciais e 9% dos estabelecidos declararam desempregados e procurando emprego. Cabe, portanto, um questionamento acerca da continuidade desses empreendimentos, caso esses empreendedores alcancem ocupação no mercado de trabalho.

Convém destacar que cerca de 2% dos empreendedores no Brasil declararam ser aposentados e 5% estudantes. No caso dos iniciais, pode-se inferir como uma proporção baixa, pois 19,3% dos empreendedores iniciais tinham entre 18 e 24 anos (ver a informação no retrato do empreendedor brasileiro), sugerindo assim a possibilidade de uma evasão escolar antes do complemento do ensino superior.

TABELA 2.9 Distribuição percentual da ocupação paralela[1] dos empreendedores por estágio - Brasil - 2019

Ocupação paralela	Iniciais	Estabelecidos	Total
Empregado	20,7	6,2	14,7
Aposentado	1,4	2,3	1,8
Inválido	-	-	-
Desempregado (e procurando emprego)	15,5	8,8	12,9
Dona de casa em período integral	9,5	13,1	11,0
Estudante	5,0	5,7	5,2
Nenhuma outra ocupação	47,9	63,9	54,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Os indivíduos classificados como empreendedores iniciais ou estabelecidos podem, além de ter um negócio próprio, exercer outra ocupação, por exemplo trabalhar como empregado para outra empresa.

Retrato do Empreendedor Brasileiro

Nesta seção é apresentado o retrato do **grupo específico dos empreendedores** do Brasil em 2019, descrevendo como esse grupo é composto em termos de sexo, faixa etária, escolaridade e renda familiar mensal.

Diferentemente do item 2.1 cujo propósito é de analisar as diferenças de intensidade da atividade empreendedora entre os estratos sociodemográficos da população, **as proporções aqui apresentadas referem-se ao total de empreendedores, já destacados da população.**

No grupo dos empreendedores iniciais, não houve diferença na presença de homens e mulheres. Contudo, o sexo masculino representou a maioria entre os empreendedores estabelecidos, 13 pontos percentuais a mais que o feminino.

Sexo	Iniciais	Estabelecidos
Masculino	50,0	56,5
Feminino	50,0	43,5
Total	100,0	100,0

A composição etária foi bem semelhante entre os empreendedores iniciais e os estabelecidos, cerca de 73% dos empreendedores em ambos os estágios possuíam entre 25 e 54 anos. As principais diferenças estavam entre os mais jovens e os mais seniores. Entre os empreendedores iniciais, em torno de 19% tinham de 18 a 24 anos e cerca de 8% entre 55 e 64 anos. No caso dos empreendedores estabelecidos essas proporções foram invertidas. Cerca de 8% possuíam de 18 a 24 anos e pouco menos de 19% tinham de 55 a 64 anos.

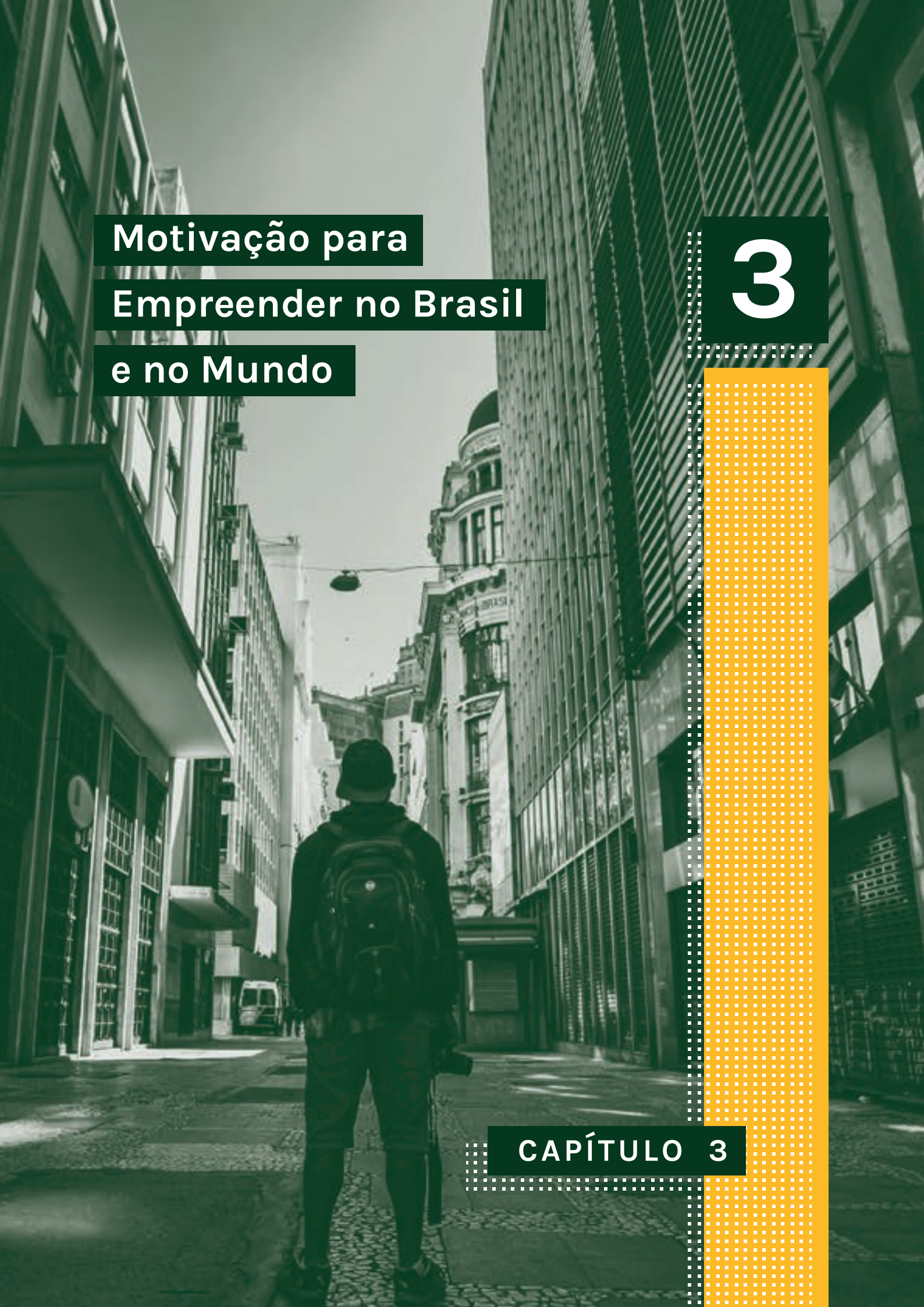
Faixa etária	Iniciais	Estabelecidos
18 a 24 anos	19,3	8,2
25 a 34 anos	27,7	19,4
35 a 44 anos	27,1	26,5
45 a 54 anos	18,2	27,5
55 a 64 anos	7,7	18,4
Total	100,0	100,0

Em relação ao nível de escolaridade, cerca de 62% dos empreendedores iniciais tinham pelo menos o ensino médio completo, essa proporção diminuiu 20 pontos percentuais entre os estabelecidos. Aproximadamente um terço dos empreendedores estabelecidos brasileiros não possuíam o ensino fundamental completo.

Escolaridade	Iniciais	Estabelecidos
Fundamental incompleto	17,2	31,3
Fundamental completo	21,0	26,2
Médio completo	46,2	32,7
Superior completo ou maior	15,6	9,7
Total	100,0	100,0

Sobre a renda familiar, praticamente não houve diferenças relevantes entre os iniciais e os estabelecidos. Em nenhuma das faixas de renda, considerando os dois estágios, a diferença foi superior a 3 pontos percentuais. Cerca de 62% dos empreendedores brasileiros, nos dois estágios do empreendimento, possuíam renda familiar de até 3 salários mínimos e 38% renda acima de 3 salários mínimos.

Renda familiar	Iniciais	Estabelecidos
Até 1 salário mínimo	17,2	14,7
Mais de 1 até 2 salários mínimos	26,0	24,9
Mais de 2 até 3 salários mínimos	18,8	21,6
Mais de 3 até 6 salários mínimos	26,8	26,2
Mais de 6 salários mínimos	11,1	12,7
Total	100,0	100,0



Motivação para Empreender no Brasil e no Mundo

3

CAPÍTULO 3

3 Motivação para Empreender no Brasil e no Mundo

Desde a sua criação o GEM vem distinguindo a motivação para a atividade empreendedora entre duas opções: oportunidade ou necessidade. Entretanto, existe um reconhecimento crescente de que essa dicotomia pode não mais refletir completamente as nuances das motivações para a criação dos negócios contemporâneos. Além disso, essas duas alternativas podem não exprimir efetivamente uma tomada de decisão refletida e consciente de acordo com o espírito do empreendedorismo, pois do modo como são apresentadas podem sugerir uma indução ao engajamento por uma atividade empreendedora já que, na ausência de alternativas, empreende-se por necessidade.

Cada vez mais empreendedores, mesmo aqueles envolvidos com atividades mais simples, estão pensando em seus empreendimentos como uma inciativa que vai além da realização de seu sonho pessoal e provimento de renda e buscam atuar como agentes de transformação e de criação de riqueza para a sociedade. Nesse sentido, após extenso debate, revisão e pilotagem, algumas mudanças significativas foram incorporadas na pesquisa GEM com a população adulta de 2019, não mais restringindo as opções de respostas às categorias por necessidade e oportunidade e incluindo questões capazes de captar essas múltiplas motivações[23].

Nessa nova abordagem, foram apresentadas aos entrevistados quatro afirmações sobre as razões de iniciar o negócio: "para ganhar a vida porque os empregos são escassos", "para fazer diferença no mundo", "para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" e "para continuar uma tradição familiar". Para cada afirmação, foi utilizada a escala Likert de cinco pontos com as seguintes opções: *concorda totalmente, concorda parcialmente, não concorda e nem discorda, discorda parcialmente, discorda totalmente.* As afirmações não são excludentes e, portanto, o empreendedor poderia concordar com mais de uma motivação.

3.1 Motivações dos Empreendedores Iniciais no Mundo e no Brasil

Os resultados do Brasil a partir dessa abordagem mostraram que em 2019 **(tabela 3.1)** 70,8% dos empreendedores iniciais indicaram mais do que uma motivação para a abertura do negócio. Entre os nascentes foram cerca de 80%, 14 pontos percentuais a mais do que entre os novos com 66%. Isso reforça o argumento que fundamenta a nova modelagem, de que a decisão para empreender é uma resposta a múltiplos fatores aos quais os indivíduos são expostos.

Ao verificar especificamente cada uma das motivações, observou-se que um quarto dos empreendedores iniciais estavam envolvidos em novos negócios para dar continuidade a uma tradição familiar. A ambição de construir uma grande riqueza ou obter uma renda muito alta estava presente no espectro das motivações de cerca de 37% deles. Destacou-se o fato de que metade desses empreendedores iniciais também apontaram que fazer diferença no mundo, ou seja, contribuir para um mundo melhor, foi um dos motivos que os levaram a empreender. E, por fim, 88,4% dos empreendedores iniciais afirmaram que a escassez de emprego constituiu uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estavam envolvidos.

[23] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

TABELA 3.1 Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019

Motivações	% dos empreendedores		
	Nascentes	Novos	Iniciais
Mais de uma motivação	79,8	66,0	70,8
Apenas uma motivação	20,2	34,0	29,2
Total	100,0	100,0	100,0
Tipos de motivação[1]	Nascentes	Novos	Iniciais
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9
Para fazer diferença no mundo	65,3	44,7	51,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com cada uma das motivações. As motivações não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter concordado com mais de uma.

3.1.1 Para Continuar uma Tradição Familiar

Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[24], o fato de alguns países terem mais empreendedores impulsionados pela tradição de negócios familiares do que outros está, principalmente, associado à cultura e aos costumes sociais, mas também à natureza dos negócios.

Embora tenha sido a motivação menos indicada pelos empreendedores iniciais brasileiros, mais de um quarto deles afirmaram estar envolvidos em novos negócios para dar continuidade a uma tradição familiar. A parcela dos empreendedores nascentes que indicaram essa motivação foi 5,2 pontos percentuais mais alta do que a dos novos **(tabela 3.2)**.

Apenas 0,4% dos empreendedores mencionaram exclusivamente essa motivação.

TABELA 3.2 Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	% dos empreendedores			
	Nascentes	Novos	Iniciais	% excludente[1]
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6	0,4

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual dos que mencionaram exclusivamente essa motivação.

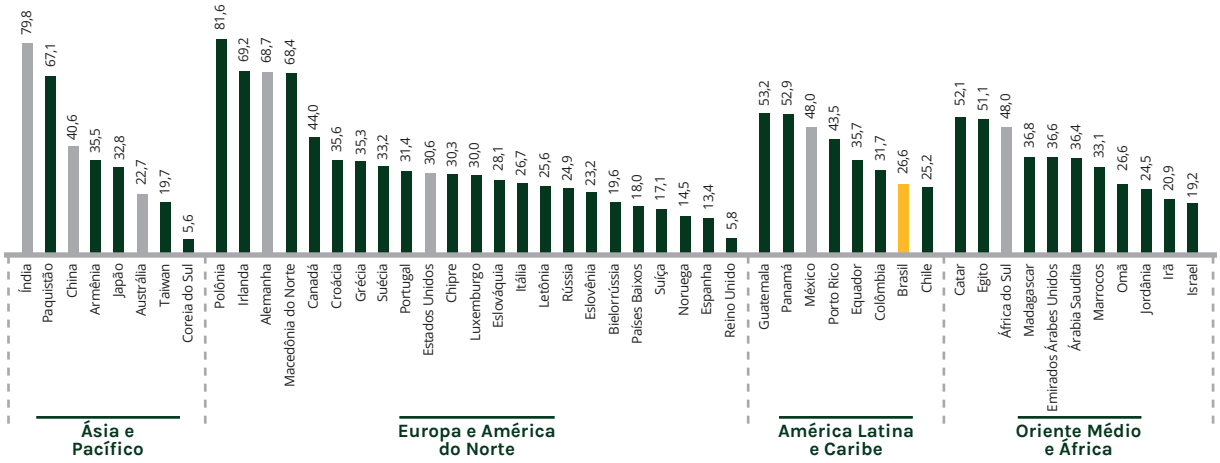
Com essa proporção, o Brasil ficou na 33ª posição entre todos os participantes do GEM, com o mesmo valor (26,6%) de Omã. Entre os oito países da América Latina e Caribe, o Brasil obteve o 7º lugar **(gráfico 3.1)**. No grupo dos 12 países de média renda ficou na 8ª posição **(tabela 3.3)**.

Nas 33 economias de alta renda, somente cinco países tiveram mais de 50% dos empreendedores movidos por esse motivo, incluindo a Polônia, que obteve o maior valor no ranking geral, com 81,6%. Por outro lado, no grupo de baixa renda, apenas dois dos cinco países ficaram com a proporção abaixo de 50%: Madagascar (36,8%) e Marrocos (33,1%).

[24] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

GRÁFICO 3.1

Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

Os cinco países que se destacaram com as maiores proporções foram: a Índia, do grupo de baixa renda e da região da Ásia e Pacífico; Polônia, Irlanda e Alemanha, todos de alta renda e da região da Europa e América do Norte; e a Macedônia do Norte, do grupo de média renda e também da Europa e América do Norte. Note-se que quatro desses são países europeus.

Nos países selecionados, a continuação da tradição familiar parece ser mais relevante na Índia (79,8%) e também na Alemanha, em que aproximadamente 69% concordaram com essa motivação, a mais mencionada pelos empreendedores alemães. Na África do Sul e no México, também foi expressiva, sendo citada por 48% dos empreendedores iniciais. Na China, foram 40,6%. No entanto, esse motivo mostrou-se menos relevante para americanos (30,6%) e australianos (22,7%), assim como para os brasileiros.

TABELA 3.3 Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo a renda - 2019

Baixa renda	Percentual	Média renda	Percentual	Alta renda	Percentual
Egito	51,1	África do Sul	48,0	Alemanha	68,7
Índia	79,8	Armênia	35,5	Arábia Saudita	36,4
Madagáscar	36,8	Bielorrússia	19,6	Austrália	22,7
Marrocos	33,1	**Brasil**	**26,6**	Canadá	44,0
Paquistão	67,1	China	40,6	Catar	52,1
		Equador	35,7	Chile	25,2
		Guatemala	53,2	Chipre	30,3
		Irã	20,9	Colômbia	31,7
		Jordânia	24,5	Coreia do Sul	5,6
		Macedônia do Norte	68,4	Croácia	35,6
		México	48,0	Emirados Árabes Unidos	36,6
		Rússia	24,9	Eslováquia	28,1
				Eslovênia	23,2
				Espanha	13,4
				Estados Unidos	30,6
				Grécia	35,3
				Irlanda	69,2
				Israel	19,2
				Itália	26,7
				Japão	32,8
				Letônia	25,6
				Luxemburgo	30,0
				Noruega	14,5
				Omã	26,6
				Países Baixos	18,0
				Panamá	52,9
				Polônia	81,6
				Porto Rico	43,5
				Portugal	31,4
				Reino Unido	5,8
				Suécia	33,2
				Suíça	17,1
				Taiwan	19,7

Fonte: GEM 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

3.1.2 Para Construir uma Grande Riqueza ou uma Renda Muito Alta

A construção de uma grande riqueza ainda se mantém entre os principais impulsionadores para as iniciativas de novos negócios em todo o mundo, mas vem deixando de ser o único, passando a ser acompanhado de outras aspirações voltadas para o bem-estar coletivo e a criação de riqueza[25].

Cerca de 37% dos empreendedores iniciais brasileiros, sendo 45,6% dos nascentes e 32,4% dos novos, expressaram que a ambição de construir uma grande riqueza ou obter uma renda muito alta estava presente no espectro das motivações que os levaram a começar um novo negócio **(tabela 3.4).**

[25] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

TABELA 3.4

Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	% dos empreendedores			
	Nascentes	Novos	Iniciais	% excludente[1]
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9	1,0

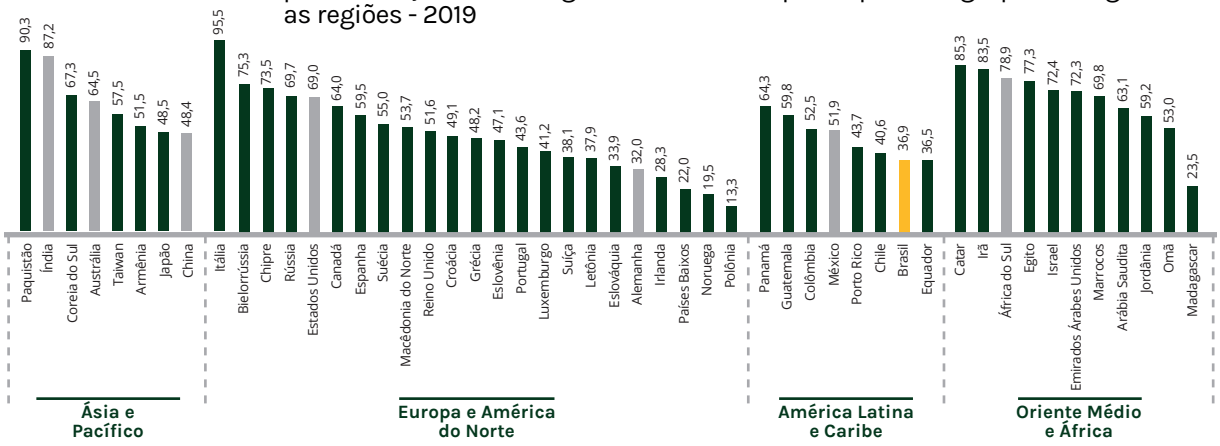
Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual dos que mencionaram exclusivamente essa motivação.

Com esse percentual de empreendedores iniciais, o Brasil ficou posicionado na 42ª colocação entre todas as economias participantes do GEM. Considerando os agrupamentos dos países para essa motivação segundo as regiões **(gráfico 3.2)** e segundo a renda **(tabela 3.5),** o Brasil ficou na penúltima posição tanto no grupo da América Latina e Caribe como no de média renda, com diferença mínima acima do Equador (36,5%).

GRÁFICO 3.2

Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

Para essa motivação, dez dos países de alta renda tiveram proporções que variaram entre 64% e 95,5%. O destaque foi a Itália, que obteve a maior proporção entre todas as economias participantes.

Entre os 12 países de média renda, quatro tiveram entre 69,7% e 83,5% de empreendedores que concordaram com o motivo de construir uma grande riqueza (Irã, África do Sul, Bielorrússia e Rússia). E no grupo de baixa renda, três das cinco economias tiveram mais de 75% (Paquistão, Índia e Egito).

Foram cinco economias que se destacaram com as maiores proporções para essa motivação: o Irã com média renda e do grupo do Oriente Médio e África; dois países de alta renda sendo a Itália, pertencente à região da Europa e América do Norte, e o Catar do Oriente Médio e África; e o Paquistão e a Índia, ambos de baixa renda e da região da Ásia e Pacífico.

Com relação aos países selecionados, a maior proporção foi na Índia, com 87,2%, seguida pela África do Sul (78,9%). A Alemanha obteve o menor percentual dentro do grupo, com 32%.

TABELA 3.5 Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2019

Baixa renda	Percentual	Média renda	Percentual	Alta renda	Percentual
Egito	77,3	África do Sul	78,9	Alemanha	32,0
Índia	87,2	Armênia	51,5	Arábia Saudita	63,1
Madagáscar	23,5	Bielorrússia	75,3	Austrália	64,5
Marrocos	69,8	**Brasil**	**36,9**	Canadá	64,0
Paquistão	90,3	China	48,4	Catar	85,3
		Equador	36,5	Chile	40,6
		Guatemala	59,8	Chipre	73,5
		Irã	83,5	Colômbia	52,5
		Jordânia	59,2	Coreia do Sul	67,3
		Macedônia do Norte	53,7	Croácia	49,1
		México	51,9	Emirados Árabes Unidos	72,3
		Rússia	69,7	Eslováquia	33,9
				Eslovênia	47,1
				Espanha	59,5
				Estados Unidos	69,0
				Grécia	48,2
				Irlanda	28,3
				Israel	72,4
				Itália	95,5
				Japão	48,5
				Letônia	37,9
				Luxemburgo	41,2
				Noruega	19,5
				Omã	53,0
				Países Baixos	22,0
				Panamá	64,3
				Polônia	13,3
				Porto Rico	43,7
				Portugal	43,6
				Reino Unido	51,6
				Suécia	55,0
				Suíça	38,1
				Taiwan	57,5

Fonte: GEM 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

3.1.3 Para Fazer Diferença no Mundo

A preocupação de propiciar melhorias para o ambiente em que vivem, independentemente da natureza do empreendimento, tem se tornado uma das motivações mais presentes entre os empreendedores em todo o mundo. Os resultados do GEM 2019, ao explorar essa questão, trazem evidências tangíveis da emergência de "negócios impulsionados por um propósito", ao constatar, em muitos países, altas proporções de empreendedores que apresentam entre suas motivações a intenção de fazer diferença no mundo[26].

[26] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

No Brasil **(tabela 3.6)**, 51,4% dos empreendedores iniciais mencionaram que fazer diferença no mundo estava entre as suas razões para começar o negócio. Essa motivação estava mais presente entre os empreendedores nascentes (65,3%) do que entre os novos (44,7%).

A proporção de empreendedores que indicaram exclusivamente essa motivação foi de 1,6%.

TABELA 3.6

Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	% dos empreendedores			
	Nascentes	Novos	Iniciais	% excludente[1]
Para fazer diferença no mundo	65,3	44,7	51,4	1,6

Fonte: GEM Brasil 2019

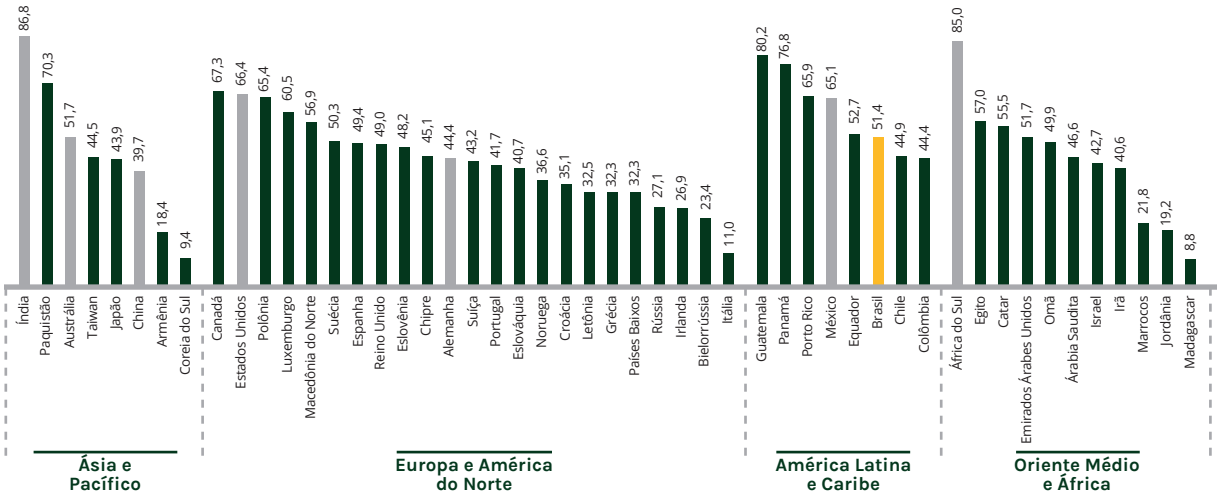
[1] Percentual dos que mencionaram exclusivamente essa motivação.

Na comparação com os países, o Brasil ficou na 18ª posição entre as 50 economias participantes e na 6ª posição entre os 12 países de renda média **(tabela 3.7)**.

Considerando o agrupamento dos países por região **(gráfico 3.3)**, o destaque para essa motivação foi a América Latina e Caribe – em seis dos oito países desse grupo, incluindo o Brasil, mais de 50% dos empreendedores afirmaram estar empreendendo para fazer diferença no mundo. Na América do Norte e Europa, essa situação foi observada em seis das 23 economias.

GRÁFICO 3.3

Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

As cinco maiores proporções identificadas estavam na Índia e Paquistão, países de baixa renda, ambos da região da Ásia e Pacífico; em dois países de média renda, sendo a África do Sul, pertencente à região do Oriente Médio e África, e a Guatemala, da América Latina e Caribe; e no Panamá, país de alta renda da região da América Latina e Caribe.

Entre os países selecionados, a maior proporção foi na Índia, com 86,8%, seguida pela África do Sul, com 85%. México e Estados Unidos

alcançaram proporções muito próximas, em torno de 65%. Brasil e Austrália apresentaram resultados semelhantes, por volta de 51%. Alemanha obteve 44,4% e China 39,7%.

TABELA 3.7 Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2019

Baixa renda	Percentual	Média renda	Percentual	Alta renda	Percentual
Egito	57,0	África do Sul	85,0	Alemanha	44,4
Índia	86,8	Armênia	18,4	Arábia Saudita	44,6
Madagáscar	8,8	Bielorrússia	23,4	Austrália	51,7
Marrocos	21,8	**Brasil**	**51,4**	Canadá	67,3
Paquistão	70,3	China	39,7	Catar	55,5
		Equador	52,7	Chile	44,9
		Guatemala	80,2	Chipre	45,1
		Irã	40,6	Colômbia	44,4
		Jordânia	19,2	Coreia do Sul	9,4
		Macedônia do Norte	56,9	Croácia	35,1
		México	65,1	Emirados Árabes Unidos	51,7
		Rússia	27,1	Eslováquia	40,7
				Eslovênia	48,2
				Espanha	49,4
				Estados Unidos	66,4
				Grécia	32,3
				Irlanda	26,9
				Israel	42,7
				Itália	11,0
				Japão	43,9
				Letônia	32,5
				Luxemburgo	60,5
				Noruega	36,6
				Omã	49,9
				Países Baixos	32,3
				Panamá	76,8
				Polônia	65,4
				Porto Rico	65,9
				Portugal	41,7
				Reino Unido	49,0
				Suécia	50,3
				Suíça	43,2
				Taiwan	44,5

Fonte: GEM 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

3.1.4 Para Ganhar a Vida Porque os Empregos são Escassos

A motivação relacionada à escassez de empregos entre os empreendedores foi alta em várias partes do mundo, demonstrando uma evidência importante do potencial e da contribuição atual do empreendedorismo para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas[27], principalmente o ODS 1: acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.

Avaliada isoladamente, a motivação de empreender para ganhar a vida porque os empregos são escassos poderia ser considerada uma aproximação do empreendedorismo por necessidade, uma vez que esse era definido como sendo "a decisão de iniciar um negócio próprio pela falta de outras opções para obtenção de trabalho e renda"[28].

No Brasil, em 2019, aproximadamente 88% dos empreendedores iniciais – tanto dos nascentes como dos novos – disseram que ganhar a vida porque os empregos são escassos estava entre as suas motivações para começar o novo negócio **(tabela 3.8)**. Apesar de ser a alternativa mais mencionada entre as quatro apresentadas, cabe lembrar que 70,8% dos empreendedores iniciais indicaram mais do que uma motivação para iniciarem seus empreendimentos **(tabela 3.1)** e, por esse motivo, não seria correto fazer a equivalência direta com o empreendedorismo por necessidade.

Para possibilitar essa analogia e dar continuidade à série histórica do empreendedorismo por necessidade, adotando a formulação da nova metodologia (ganhar a vida porque os empregos são escassos), buscou-se a obtenção de um percentual dos empreendedores que iniciaram seus negócios exclusivamente por esse motivo.

Nessa diferente leitura, 26,2% dos empreendedores iniciais mencionaram que ganhar a vida porque os empregos são escassos foi a única motivação para começar um negócio **(tabela 3.8)**.

Esses valores são compatíveis e coerentes com a trajetória do empreendedorismo por necessidade nos últimos anos no Brasil. Conforme o **gráfico 3.4**, desde 2016 existe um comportamento decrescente na proporção dessa motivação em meio aos empreendedores iniciais.

TABELA 3.8 Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que "ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	% dos empreendedores			
	Nascentes	Novos	Iniciais	% excludente[1]
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4	26,2

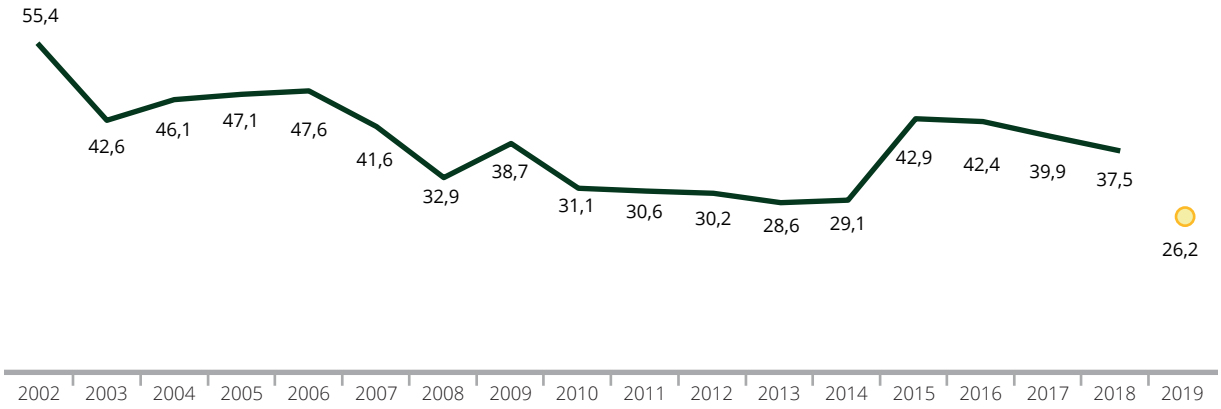
Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual dos que mencionaram exclusivamente essa motivação.

[27] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

[28] Embora a nova metodologia do GEM não garanta o estabelecimento de uma equivalência exata com a classificação anterior de empreendedorismo por necessidade, fica evidente que a motivação para ganhar a vida porque os empregos são escassos expressa o mesmo sentido de empreender por necessidade. Assim sendo, para possibilitar a comparação dos resultados obtidos com a nova metodologia e os resultados dos anos anteriores sobre o empreendedorismo por necessidade no Brasil, a equipe brasileira calculou o percentual dos que concordaram totalmente ou parcialmente apenas para a motivação de ganhar a vida porque os empregos são escassos.

GRÁFICO 3.4

Evolução do empreendedorismo por necessidade como proporção do empreendedorismo inicial (2002 a 2018) e proporção de empreendedores que iniciaram seus negócios porque os empregos são escassos (2019) - Brasil - 2002:2018/2019

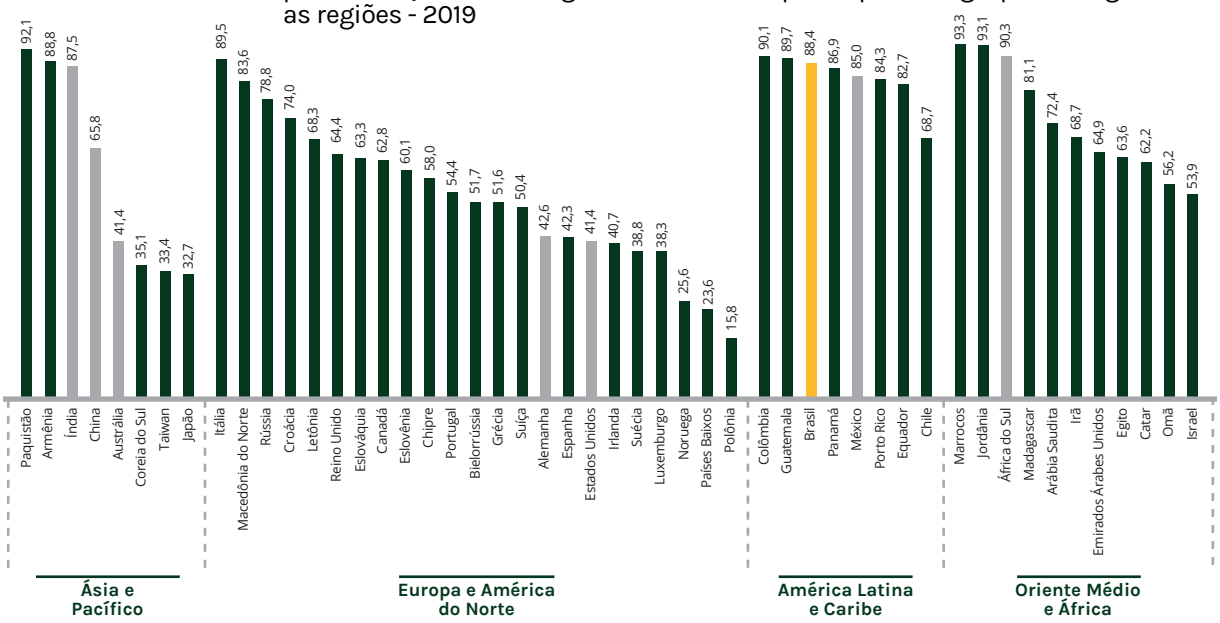


Fonte: GEM Brasil 2019
Nota: O ponto (em 2019), mostra os empreendedores iniciais que disseram ter começado o negócio para ganhar a vida porque os empregos são escassos.

Na comparação com os países participantes, ganhar a vida porque os empregos são escassos foi a motivação mais presente. O Brasil ficou na 9ª posição entre todas as economias **(gráfico 3.5)**.

GRÁFICO 3.5

Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "para ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019
[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o

Em nove dos 12 países de média renda **(tabela 3.9)**, mais de 75% dos empreendedores iniciais apontaram esse como um dos motivos para empreender, sendo que o Brasil alcançou a 5ª posição no grupo. Em apenas quatro dos 33 países de alta renda, mais de 75% dos empreendedores iniciais concordaram com esse motivo.

De maneira geral, os países das regiões mais desenvolvidas como Europa Central, América do Norte e Leste Asiático tiveram menores proporções de empreendedores que concordaram com a motivação de escassez de emprego.

Os cinco países com as maiores proporções foram Jordânia e África do Sul, do grupo de média renda e pertencentes à região do Oriente Médio e África; Colômbia, de alta renda, pertencente à região da América Latina e Caribe; e dois países de baixa renda: Marrocos, da região do Oriente Médio e África, e Paquistão, da Ásia e Pacífico.

Considerando os países selecionados, a escassez de emprego parece ser um traço característico entre os países de média ou baixa renda, e de regiões como América Latina, África, e Sul da Ásia, pois em todos eles (Brasil, México, África do Sul e Índia) 85% ou mais apontaram essa motivação. Por sua vez, no grupo de alta renda, em torno de 42% dos empreendedores iniciais americanos, australianos e alemães apontaram esse motivo para empreender.

TABELA 3.9 Percentual dos empreendedores iniciais[1] que afirmaram que "ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2019

Baixa renda	Percentual	Média renda	Percentual	Alta renda	Percentual
Egito	63,6	África do Sul	90,3	Alemanha	42,6
Índia	87,5	Armênia	88,8	Arábia Saudita	72,4
Madagáscar	81,1	Bielorrússia	51,7	Austrália	41,4
Marrocos	93,3	**Brasil**	**88,4**	Canadá	62,8
Paquistão	92,1	China	65,8	Catar	62,2
		Equador	82,7	Chile	68,7
		Guatemala	89,7	Chipre	58,0
		Irã	68,7	Colômbia	90,1
		Jordânia	93,1	Coreia do Sul	35,1
		Macedônia do Norte	83,6	Croácia	74,0
		México	85,0	Emirados Árabes Unidos	64,9
		Rússia	78,8	Eslováquia	63,3
				Eslovênia	60,1
				Espanha	42,3
				Estados Unidos	41,4
				Grécia	51,6
				Irlanda	40,7
				Israel	53,9
				Itália	89,5
				Japão	32,7
				Letônia	68,3
				Luxemburgo	38,3
				Noruega	25,6
				Omã	56,2
				Países Baixos	23,6
				Panamá	86,9
				Polônia	15,8
				Porto Rico	84,3
				Portugal	54,4
				Reino Unido	64,4
				Suécia	38,8
				Suíça	50,4
				Taiwan	33,4

Fonte: GEM 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

3.2 Variações da Motivação para Empreender segundo as Condições de Ocupação dos Empreendedores Brasileiros

A ocupação do empreendedor, além do seu envolvimento com o novo negócio, também traz algumas elucidações sobre variáveis que podem estar relacionadas à motivação para iniciar um negócio, principalmente no que diz respeito ao empreendedor impulsionado pela escassez de emprego.

No Brasil, em 2019, para cerca de 88% dos que se identificaram como não tendo outra ocupação, ou seja, sendo apenas empreendedor, a escassez de emprego foi uma motivação para empreender. O mesmo motivo foi apontado por aproximadamente 78% dos empreendedores que estavam empregados. Em todas as outras ocupações apresentadas na **tabela 3.10** o percentual foi superior a 90%, inclusive para os estudantes, alcançando 100% para os aposentados.

Sobre a motivação de fazer diferença no mundo, os destaques foram entre os estudantes, em torno de 82%, e entre os que estavam em situação de emprego (64,2%). Essas duas ocupações também se destacaram com a motivação de construir uma grande riqueza, com 50% ou mais dos empreendedores, sendo que nas demais ocupações foi manifestada por menos de 34%.

Em relação à continuidade de uma tradição familiar, cerca de 9% dos estudantes e 15% dos aposentados a elencaram como uma motivação para empreender; para as outras ocupações, esse percentual variou aproximadamente de 24% a 30% dos empreendedores.

TABELA 3.10 Percentual dos empreendedores iniciais segundo a motivação por ocupação - Brasil - 2019

Motivação	Empregado	Aposentado	Desempregado (e procurando emprego)	Dona de casa	Estudante	Nenhuma outra ocupação
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	77,8	100,0	98,6	93,9	91,4	87,9
Para fazer diferença no mundo	64,2	44,7	33,2	46,6	81,9	50,0
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	50,0	28,5	30,1	25,8	56,4	33,8
Para continuar uma tradição familiar	26,8	14,6	23,9	26,3	8,7	29,6

Fonte: GEM Brasil 2019

A **tabela 3.11** apresenta a situação de emprego dos empreendedores iniciais nos três meses que antecederam a abertura do negócio. Constatou-se que aproximadamente 60% dos empreendedores iniciais e 52% dos estabelecidos afirmaram que estavam desempregados e não arrumavam emprego três meses antes do início do negócio.

Entre os que afirmaram estar desempregados, quase a totalidade dos iniciais (97%) mencionaram que o desemprego foi determinante para a abertura do negócio, e entre os estabelecidos o percentual foi um pouco menor (92,8%).

TABELA 3.11 Distribuição percentual de empreendedores segundo a condição de ocupação anterior à abertura do negócio - Brasil - 2019

Questão	Iniciais			Estabelecidos		
	Sim	Não	Total	Sim	Não	Total
Nos três meses antes do início da atividade, estava desempregado e não arrumava emprego?	59,9	40,1	100,0	52,3	47,7	100,0
Para os que afirmaram estar desempregados	Sim	Não	Total	Sim	Não	Total
O desemprego contribuiu ou acelerou a abertura da atividade?	97,0	3,0	100,0	92,8	7,2	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

De um modo geral, os resultados gerados pela pesquisa GEM apontam que o desemprego no Brasil exerce ainda muita influência na decisão de iniciar um negócio. Em 2019 a taxa de desocupação no país era de 11,9%, portanto as dificuldades em conseguir um emprego no mercado de trabalho acabam impulsionando o fenômeno do empreendedorismo, sendo a criação do negócio uma opção para obter o próprio sustento e/ou para complementar a renda familiar. Essa situação pode justificar a presença da motivação para ganhar a vida porque os empregos são escassos pela maioria dos empreendedores iniciais brasileiros entrevistados.

3.3 Variações da Motivação para Empreender segundo as Características Sociodemográficas dos Empreendedores Brasileiros

Nessa seção são analisadas, de forma mais detalhada, as motivações dos empreendedores iniciais brasileiros para começar o negócio conforme as suas características sociodemográficas relacionadas ao sexo, faixa etária, escolaridade e renda familiar.

As mulheres foram a maioria entre os que empreenderam devido à escassez de empregos (90,8%) e para fazer diferença no mundo (53,2%), porém as diferenças foram menores do que 5 pontos percentuais em relação ao sexo masculino. Os homens predominaram entre os que concordaram com o motivo de construir uma grande riqueza (41,9%), com 10 pontos percentuais a mais do que o sexo feminino, e também para dar continuidade a uma tradição familiar, com uma diferença de 4,4 pontos percentuais **(tabela 3.12).**

As características encontradas no Brasil sobre as motivações e o sexo dos empreendedores foram as mesmas da maioria dos países participantes da pesquisa GEM. Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[29], as mulheres que iniciam um negócio têm maior probabilidade de concordar com a motivação de fazer diferença no mundo. Como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) podem ser alcançados através do empreendedorismo, então é benéfico que mais mulheres se tornem empreendedoras. Além disso, o empreendedorismo é um meio para retirar as mulheres da pobreza, já que elas também são mais propensas que os homens a concordar que ganhar a vida porque os empregos são escassos é uma motivação importante.

[29] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

TABELA 3.12 Percentual dos empreendedores iniciais[1] (masculino ou feminino) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	Masculino	Feminino
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	86,0	90,8
Para fazer diferença no mundo	49,6	53,2
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	41,9	31,8
Para continuar uma tradição familiar	28,8	24,4

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

A escassez do emprego foi a principal motivação para todas as faixas etárias **(tabela 3.13)**, mas entre os empreendedores de 35 até 54 anos foi ainda mais relevante, pois mais de 90% deles manifestaram esse motivo.

Fazer diferença no mundo foi destaque entre os mais jovens (57%) e com a menor representação na faixa de 45 a 54 anos (46,4%).

A construção de uma grande riqueza foi especialmente importante para metade dos mais jovens. Nas faixas etárias mais elevadas, significou menos de 30%; e nas faixas entre 25 e 44 anos, representou pouco menos de 40%.

A continuação de uma tradição familiar foi uma motivação que apareceu mais acentuada entre os mais seniores, aproximadamente um terço deles admitiram ter esse motivo para iniciar um negócio.

TABELA 3.13 Percentual dos empreendedores iniciais[1] (por faixa etária) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,8	84,9	91,8	91,3	81,3
Para fazer diferença no mundo	57,0	50,8	51,2	46,4	52,1
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	49,9	38,2	37,0	24,2	29,3
Para continuar uma tradição familiar	27,9	20,2	28,3	30,0	32,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

Para as faixas do ensino fundamental incompleto até o ensino médio, a escassez de empregos foi motivo para 90% ou mais dos empreendedores. Para os que possuíam ensino superior, foi cerca de 13 pontos percentuais abaixo em comparação com os demais níveis de escolaridade **(tabela 3.14)**.

Ao contrário, fazer diferença no mundo foi a motivação mais intensa entre os de maior escolaridade. O percentual foi crescendo conforme o aumento do nível de escolaridade, indo de 42,9% com fundamental incompleto até 68,8% com ensino superior completo ou maior. Esse mesmo comportamento ocorreu na motivação para construir uma grande riqueza, com o percentual crescendo de 28% dos empreendedores iniciais com fundamental incompleto até 46,6% com ensino superior.

Em relação à continuação de uma tradição familiar, quanto menor a escolaridade mais relevante foi essa motivação - embora a menos citada entre os quatro tipos. Decresceu de 36,5% para os que tinham o fundamental incompleto até 12,9% entre os que possuíam o ensino superior completo ou maior.

TABELA 3.14 Percentual dos empreendedores iniciais[1] (por escolaridade[2]) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	Fundamental incompleto	Fundamental completo	Médio completo	Superior completo ou maior
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	91,3	91,6	90,0	77,2
Para fazer diferença no mundo	42,9	47,5	50,6	68,8
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	28,0	35,2	37,8	46,6
Para continuar uma tradição familiar	36,5	30,3	25,9	12,9

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente a cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

[2] Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

Entre os empreendedores com renda familiar de até 1 salário mínimo, a escassez de empregos foi a motivação que estava presente em 100% deles, sendo menos de 40% para as outras três motivações. Embora menor, a escassez de emprego também foi manifestada por 75,7% dos empreendedores com maior nível de renda, ou seja, acima de 6 salários mínimos. Para as faixas de renda superior a 2 salários mínimos, fazer diferença no mundo foi apontado por mais da metade dos empreendedores **(tabela 3.15)**.

Construir uma grande riqueza foi um motivo para 52% dos empreendedores com mais de 6 salários mínimos. Essa proporção foi decaindo conforme a diminuição da renda familiar, até chegar a 20,6% dos empreendedores com até 1 salário mínimo.

A continuidade da tradição familiar foi considerada uma razão para empreender para 37,5% dos que possuíam o menor nível de renda e para 20,3% dos que recebiam entre 3 e 6 salários mínimos. Nas demais faixas de renda estava em torno de 26%.

TABELA 3.15 Percentual dos empreendedores iniciais[1] (por renda familiar) segundo as motivações para começar um novo negócio - Brasil - 2019

Motivação	Até 1 salário mínimo	Mais de 1 até 2 salários mínimos	Mais de 2 até 3 salários mínimos	Mais de 3 até 6 salários mínimos	Mais de 6 salários mínimos
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	100,0	94,1	85,9	84,1	75,7
Para fazer diferença no mundo	37,2	45,5	54,1	58,8	55,1
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	20,6	23,1	37,7	48,6	52,0
Para continuar uma tradição familiar	37,5	26,5	26,0	20,3	25,4

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente a cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente a mais de uma.

Investidores Informais

4



CAPÍTULO 4

4 Investidores Informais

Para compreender a dinâmica do empreendedorismo nos países, o GEM busca analisar os investidores informais que apoiam financeiramente a criação de um novo negócio iniciado por outra pessoa, como o empréstimo de dinheiro ou o financiamento pessoal, independentemente dos valores envolvidos. Estes são identificados em meio à população adulta, de 18 a 64 anos, como os indivíduos que afirmaram investir informalmente nos últimos três anos para algum novo negócio em que não exerceram função administrativa. Não são considerados os investimentos formais como a compra de ações ou a participação em fundos de investimentos.

TABELA 4.1 Taxa[1] e estimativa[2] de investidores informais[3] - Brasil - 2019

	Investidores informais
Taxa	3,2
Estimativa	4.380.277

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

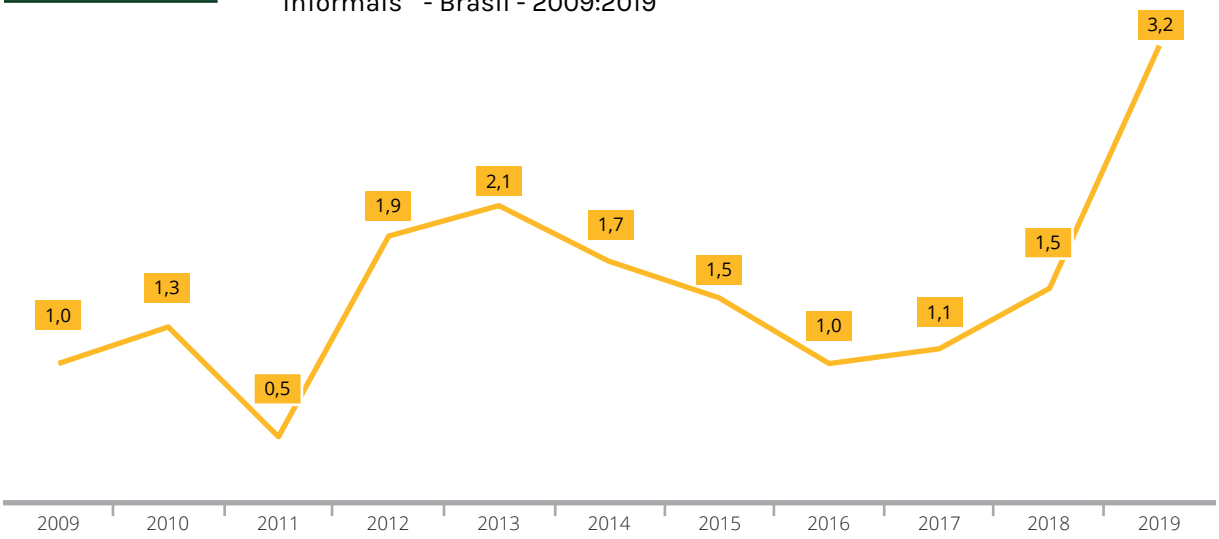
[2] Estimativa do número de pessoas calculada a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

[3] São considerados investidores informais aqueles que, nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

A taxa de investidores informais representou 3,2% dos brasileiros em idade adulta no ano de 2019, significando cerca de 4,4 milhões de pessoas **(tabela 4.1)**. É considerada a maior taxa da série histórica iniciada em 2009 **(gráfico 4.1)**, com 1,1 ponto percentual acima do antigo patamar máximo, alcançado no ano de 2013, e mais que o dobro do observado em 2018.

GRÁFICO 4.1

Evolução das taxas[1] (em %) de investidores informais[2] - Brasil - 2009:2019



Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

[2] São considerados investidores informais aqueles que, nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

Além de identificar a quantidade de investidores informais, o GEM verificou os recursos que eles disponibilizaram para os novos empreendimentos **(tabela 4.2)**. O valor médio investido de modo informal pelos brasileiros foi de R$ 7.939,34; 50%[30] deles investiram abaixo de R$ 5.000,00 (e 50% acima desse valor), sendo o mínimo de R$ 100,00 e o máximo de R$ 50.000,00.

TABELA 4.2

Estatísticas dos valores (em R$) investidos pelos investidores informais[1] - Brasil - 2019

Estatística	Valor
Média	R$ 7.939,34
Mínimo	R$ 100,00
Máximo	R$ 50.000,00
Mediana	R$ 5.000,00

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] São considerados investidores informais as pessoas de 18 a 64 anos, que nos últimos três anos emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

Na comparação internacional **(gráfico 4.2)**, a taxa de investidores informais do Brasil ficou na 31ª posição (juntamente com o Reino Unido) entre as 50 economias participantes do GEM 2019.

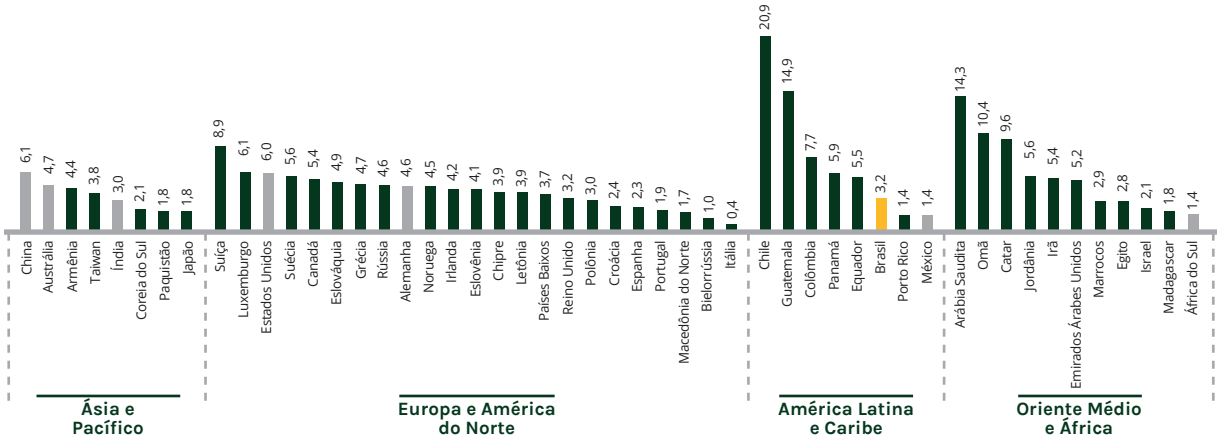
Em relação aos oito países pertencentes à América Latina e Caribe, o Brasil ficou na 6ª posição. Nessa região, ficaram as duas maiores taxas de investidores informais do ranking geral, Chile (20,9%) e Guatemala (14,9%).

[30] A mediana foi utilizada por medir melhor a tendência central do que a média, devido ao pequeno número de grandes investimentos, e foi utilizada na comparação com os resultados dos outros países participantes do GEM.

Considerando as economias selecionadas, a China foi o destaque, alcançando o 1º lugar do grupo, com 6,1%. México e África do Sul possuíam as taxas mais baixas, ambos com apenas 1,4%, e ficaram inclusive entre os cinco países com as menores taxas dos 50 participantes do GEM.

Apesar do expressivo aumento da taxa, principalmente ao ser comparada com o ano anterior, em que obteve o valor de 1,5% (42ª posição entre as 49 economias participantes do GEM 2018), o Brasil ainda não conseguiu alcançar os valores obtidos pelos países selecionados de alta renda (acima de 4,5%). A taxa de 6% dos Estados Unidos foi a 10ª mais alta entre todas as economias participantes em 2019.

GRÁFICO 4.2 Taxas[1] (em %) de investidores informais[2] - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

[2] São considerados investidores informais aqueles que, nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

No **gráfico 4.3** são apresentados os montantes financeiros disponibilizados de maneira informal para os novos empreendimentos nas 50 economias participantes do GEM em 2019. Os valores mencionados pelos entrevistados nos diferentes países foram convertidos em dólares para facilitar as comparações, no caso das análises do Brasil US$ 1,00 era equivalente a R$ 3,91. Porém não foi considerada a paridade do poder de compra do dólar em cada economia, o que pode influenciar distintamente na análise. O valor mediano investido pelos brasileiros, convertido em dólares, foi de US$ 1.278,41.

O Brasil, apesar de ter ficado em 31º lugar no ranking geral das taxas de investidores informais, em relação ao montante investido passou para a 39ª posição. Coreia do Sul e Suíça ficaram nas primeiras posições, com investimentos de aproximadamente US$ 20 mil.

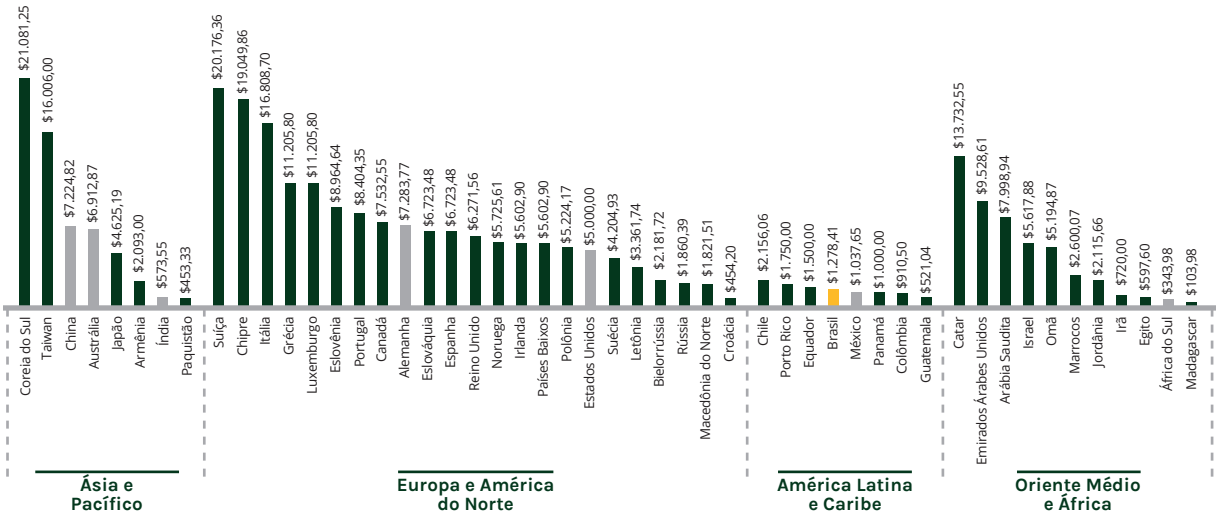
Sobre os países selecionados, os de alta renda possuíam os maiores valores aportados, de US$ 5.000,00 ou mais. A China também se destacou, com o montante mediano de US$ 7.224,82, atrás apenas da Alemanha (US$ 7.283,77). África do Sul obteve o menor valor, US$ 343,98.

O relatório global do GEM 2019/2020[31] menciona que embora os níveis de investimento informal reflitam claramente os recursos econômicos disponíveis nos países, eles

[31] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

também podem apontar para uma falha no sistema financeiro em fornecer acesso ao financiamento empresarial. O acesso insuficiente ao financiamento pode excluir muitos aspirantes a empreendedores que ainda não possuem recursos próprios ou contato com uma rede de investidores informais.

GRÁFICO 4.3 Investidores informais[1]: valor mediano investido em dólares - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] São considerados investidores informais as pessoas de 18 a 64 anos, que nos últimos três anos emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

Com relação às características sociodemográficas dos investidores informais no Brasil, em 2019 **(tabela 4.3)**, os homens foram mais propensos a investir. A taxa masculina de investidores informais foi de 4,3%, o que significa que 4,3% dos homens brasileiros em idade adulta (18 a 64 anos) investiram nos últimos três anos em alguma atividade empreendedora. Praticamente o dobro das mulheres.

Sobre a idade, a faixa com maior concentração de investidores informais foi de 25 a 34 anos, com 4,5%. As taxas nas faixas etárias de 18 a 24 anos e naquelas acima de 45 anos foram semelhantes, em torno de 2,5%.

No caso da escolaridade, o grande destaque foi por conta dos que possuíam o ensino superior completo, 6,2% deles eram empreendedores informais. Praticamente o dobro ou o triplo das taxas encontradas nos demais níveis de escolaridade.

A taxa de investidores informais foi aumentando conforme a renda familiar. Foi de apenas 1,1% entre os brasileiros que possuíam renda de até 1 salário mínimo e alcançou 9,4% dos que auferiram renda superior a 6 salários mínimos.

Compreender e identificar as pessoas no Brasil que investem informalmente em novos empreendimentos é importante, pois os dados de 2019 sugerem um montante de recursos muito expressivo para a realidade do mercado brasileiro, capital que é aplicado anualmente em iniciativas empreendedoras no país, justificando assim a criação de políticas e programas específicos para incentivar a expansão desse público e de seus investimentos.

TABELA 4.3 Taxas específicas[1] (em %) dos investidores informais[2] segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2019

Características sociodemográficas	Taxas
Sexo	
Masculino	4,3
Feminino	2,1
Faixa etária	
18 a 24 anos	2,6
25 a 34 anos	4,5
35 a 44 anos	3,3
45 a 54 anos	2,3
55 a 64 anos	2,6
Escolaridade[3]	
Fundamental incompleto	1,8
Fundamental completo	3,2
Médio completo	2,9
Superior completo ou maior	6,2
Renda familiar	
Até 1 salário mínimo	1,1
Mais de 1 até 2 salários mínimos	1,5
Mais de 2 até 3 salários mínimos	3,5
Mais de 3 até 6 salários mínimos	5,6
Mais de 6 salários mínimos	9,4

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 4,3% dos homens no Brasil eram investidores informais em 2019).

[2] São considerados investidores informais aqueles que, nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

[3] Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

Sobre o nível de relacionamento entre o investidor informal e o empreendedor que recebeu o apoio financeiro no Brasil, observa-se na **tabela 4.4** que em 2019 o percentual de investidores que relataram aportes de recursos em iniciativas de amigos ou vizinhos (45,6%) superou o número de investidores em negócios de familiares próximos (cônjuge, irmãos, filhos, pais e netos).

Apesar da predominância ainda familiar dos investimentos informais nos novos empreendimentos no Brasil – com 46,9%, quando somados com os investimentos para outros parentes –, muitos investidores resolveram expandir para além desse nível de relacionamento. Inclusive 7,4% investiram em boas ideias de negócios vindas de pessoas com quem não tinham um convívio próximo, foram 4,8 pontos percentuais acima do registrado em 2018, sendo que na pesquisa de 2017 esse perfil de destinatário não foi identificado. A busca por melhores opções de investimentos, externas ao sistema financeiro formal, mesmo com riscos maiores, pode ser uma das razões para esse crescimento.

TABELA 4.4 Distribuição percentual dos investidores informais[1] segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2019

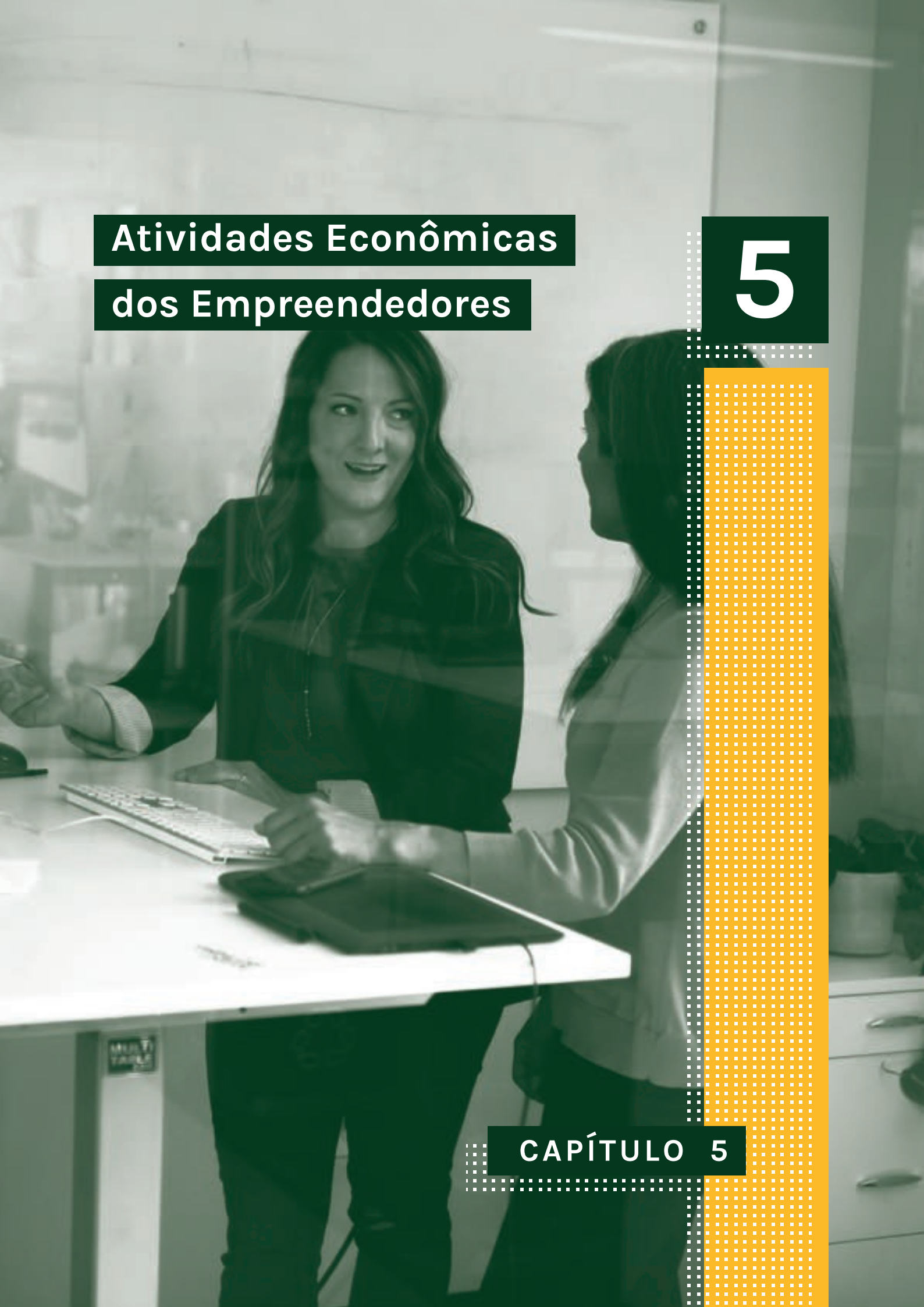
Nível de relacionamento	% dos investidores informais
Um amigo ou vizinho	45,6
Familiar próximo, como cônjuge, irmãos, filhos pais e netos	39,0
Algum outro parente	7,9
Um estranho com uma boa ideia de negócio	7,4
Um colega de trabalho	0,0
Outro	0,0
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] São considerados investidores informais as pessoas de 18 a 64 anos, que nos últimos três anos emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

Atividades Econômicas dos Empreendedores

5



CAPÍTULO 5

5 Atividades Econômicas dos Empreendedores

Neste capítulo são apresentadas as principais atividades econômicas dos empreendedores no Brasil e nos países selecionados, com um detalhamento maior sobre a realidade brasileira, considerando o estágio do empreendimento, o sexo e a faixa etária do empreendedor.

Para as classificações das atividades, foi utilizada a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), instrumento oficial adotado pelo Sistema Estatístico Nacional no Brasil. No caso das comparações internacionais, foi usado o sistema equivalente internacional ISIC *(International Standard Industrial Classification of all Economic Activities).*

As atividades identificadas no Brasil e nos países selecionados foram reunidas em quatro grandes setores: setor extrativo, setor de transformação, serviços orientados para negócios e serviços orientados para o consumidor final.

Na pesquisa GEM, são identificados variados tipos de negócios, desde os mais simples, de baixo valor agregado, até os de maior complexidade, com mais tecnologia aplicada. A maioria dos novos negócios identificados pelo GEM no Brasil pode ser considerada como de baixa complexidade.

5.1 Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil e no Mundo

Os países variam consideravelmente a composição de suas atividades e isso se reflete na distribuição de novos empreendimentos, podendo sinalizar uma mudança na economia, com novos setores emergindo e crescendo, e os mais antigos estagnando ou entrando em declínio. Iniciar um empreendimento de uma maneira nova, em um setor em crescimento, aumenta a capacidade de a empresa prosperar. As pessoas podem ser influenciadas a começar seus negócios em setores com abundantes recursos naturais, capital humano e financeiro, crescimento de mercados, baixas barreiras à entrada, apoio do governo e outros fatores que podem permitir que elas prosperem[32].

No Brasil, em 2019, o setor de serviços respondeu por 76,3% dos negócios liderados por empreendedores em estágio inicial **(tabela 5.1)**. Entre os estabelecidos, essa proporção foi um pouco menor, de 61,4%. Considerando apenas os empreendimentos de serviços orientados para outros negócios, menos de 10% dos empreendedores se ocuparam desse setor de atividade, sendo 7,6% entre os iniciais e 5% entre os estabelecidos.

Enquanto uma proporção menor de empreendedores estabelecidos estava envolvida com o setor de serviços, comparativamente aos empreendedores iniciais, o contrário ocorreu em relação ao setor de transformação:

[32] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

os estabelecidos (35,8%) atingiram 13 pontos percentuais a mais do que os iniciais. Convém ressaltar que o setor de transformação[33] possui uma definição genérica em que a base conceitual está no processo de transformação da essência de uma matéria-prima. Considerando outras características dos empreendedores brasileiros e seus negócios, que são apresentadas mais adiante, é correto afirmar que as atividades classificadas como de "transformação" no Brasil representam negócios em que o processo é muito simples e de baixa intensidade tecnológica, como confecção de alimentos, produção de peças de vestuário ou pequenos objetos manufaturados.

No setor extrativo, também houve um percentual maior entre os empreendedores estabelecidos (2,8%) do que os iniciais (0,8%), embora ainda seja a atividade econômica com a menor participação no país.

TABELA 5.1 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo o setor de atividade econômica - Brasil - 2019

Setor	% das atividades dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Extrativo	0,8	2,8
Transformação	22,9	35,8
Serviços orientados para negócios	7,6	5,0
Serviços orientados para o consumidor	68,7	56,4
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

Na comparação com as economias selecionadas **(tabela 5.2)**, os países de alta renda (Alemanha, Austrália e Estados Unidos) possuíam mais de um quarto de seus empreendedores iniciais envolvidos com serviços orientados para negócios. Nas demais economias, não representou a metade desse patamar.

Embora o percentual relacionado às atividades de serviço para o consumidor final tenha sido o mais representativo em todos os países selecionados, nos Estados Unidos e na Austrália foi abaixo de 50%. A maior proporção de empreendedores iniciais foi no México, com 77,3%, seguido da China (74%), Índia (69,7%) e Brasil (68,7%).

Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[34], muitos serviços orientados ao consumidor são relativamente de baixo custo e com poucas barreiras de entrada, como cafeterias, serviços de táxi, cabeleireiros, alfaiatarias, etc., porém podem enfrentar ambientes altamente competitivos, com pouca margem de lucro e rotatividade considerável, devido às altas taxas de entrada e saída. Os serviços orientados para negócios tendem a possuir mais tecnologias ou conhecimentos intensivos, em comparação com os serviços orientados ao consumidor final, o que dificulta a replicação e proporciona uma longevidade maior dos empreendimentos. Uma das principais transformações nos países desenvolvidos nas últimas décadas é o crescimento dos serviços orientados para negócios e o declínio (relativo) dos serviços orientados ao consumidor.

[33] Nesse item foram consideradas todas as atividades que se caracterizam como de confecção ou fabricação de qualquer produto, atividades de transporte de qualquer natureza e atividades relacionadas à construção civil incluindo a parte elétrica, hidráulica e de produtos químicos.

[34] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

Em relação às atividades de transformação, cinco dos oito países tiveram proporção de empreendedores iniciais na casa dos 20%, sendo a África do Sul o destaque com aproximadamente 28%. A menor proporção foi na Alemanha, com 10,5%.

O setor extrativo ocupou posição de destaque com mais de 5% na Austrália e também na Índia, que inclusive superou a atividade relacionada aos serviços orientados para negócios (3,3%). O Brasil, com 0,8%, obteve a menor proporção entre os países selecionados. No México também houve uma representação diminuta, 1,1%.

TABELA 5.2 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Economias selecionadas - 2019

Economias	% das atividades dos empreendedores iniciais				
	Setor extrativo	Setor de transformação	Serviços orientados para negócios	Serviços orientados para o consumidor	Total
Brasil	0,8	22,9	7,6	68,7	100,0
África do Sul	4,2	27,7	9,7	58,5	100,0
Alemanha	3,8	10,5	26,2	59,5	100,0
Austrália	5,2	25,5	26,7	42,6	100,0
China	1,8	13,2	11,1	74,0	100,0
Estados Unidos	3,6	22,4	32,0	42,0	100,0
Índia	5,3	21,8	3,3	69,7	100,0
México	1,1	15,6	6,0	77,3	100,0

Fonte: GEM 2019

Com relação aos empreendedores estabelecidos **(tabela 5.3)**, a proporção dos que prestavam serviços para negócios nos Estados Unidos e na Alemanha foi de aproximadamente 40%. Nesses dois países, houve uma ampliação de empreendedores ao comparar com os percentuais dos iniciais. A Austrália também se destacou com quase 20%, embora cerca de 7 pontos percentuais abaixo de seus empreendedores iniciais. Nas demais economias a proporção foi abaixo de 10%. O único país com percentual inferior ao do Brasil (5%) foi a Índia com 1%. A elevada representatividade de serviços orientados para negócios é considerada uma das características diferenciadoras dos países de alta renda.

Sobre os serviços orientados ao consumidor final, cerca de 74% dos empreendedores estabelecidos na Índia atuavam com essa atividade econômica. China, México e África do Sul apresentaram percentuais na casa dos 60%. E no Brasil foi de 56,4%. Por outro lado, nos países de alta renda, menos da metade dos empreendedores estabelecidos – aproximadamente 47% na Alemanha, 34% nos Estados Unidos e 30% na Austrália – eram orientados ao consumidor final. No caso americano, esse percentual foi inferior aos serviços orientados para negócios.

Com relação ao setor de transformação, o Brasil (35,8%) e a Austrália (31,7%) apresentaram as maiores proporções de empreendedores estabelecidos. Na Austrália registrou-se o grupo mais representativo numericamente, com percentual um pouco superior aos serviços para o consumidor final. O menor percentual ocorreu na Alemanha, com 12,3%.

África do Sul, Alemanha, Estados Unidos e Índia registraram pequenas variações (inferior a 3 pontos percentuais) na proporção de empreendedores estabelecidos em relação aos iniciais que atuavam com atividades de transformação. Contudo, na Austrália e China, e sobretudo no Brasil e no México, houve um aumento expressivo de empreendedores estabelecidos que se dedicavam a atividades desse setor.

No setor extrativo, o destaque foi a Austrália (18,4%) com 10 pontos percentuais a mais do que os Estados Unidos, 2º colocado entre as

economias selecionadas. Os empreendedores estabelecidos da Índia também tiveram uma proporção relevante com 6,3%. Nos demais países, a proporção foi inferior a 3,0%.

TABELA 5.3 Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo o setor da atividade econômica - Economias selecionadas - 2019

Economias	% das atividades dos empreendedores estabelecidos				
	Setor extrativo	Setor de transformação	Serviços orientados para negócios	Serviços orientados para o consumidor	Total
Brasil	2,8	35,8	5,0	56,4	100,0
África do Sul	2,4	25,5	9,5	62,6	100,0
Alemanha	1,5	12,3	39,3	46,9	100,0
Austrália	18,4	31,7	19,5	30,4	100,0
China	2,0	19,5	9,3	69,2	100,0
Estados Unidos	8,5	20,6	37,0	33,9	100,0
Índia	6,3	18,9	1,0	73,7	100,0
México	0,0	29,6	7,6	62,8	100,0

Fonte: GEM 2019

5.2 Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo o Estágio do Empreendimento

Os empreendedores nascentes se envolveram com menos atividades em comparação com os outros estágios do empreendimento. Sete atividades diferentes corresponderam por aproximadamente 50% dos nascentes, enquanto entre os empreendedores novos e estabelecidos foram nove atividades **(tabela 5.4)**.

Quatro atividades estavam entre as mais presentes nos três estágios do empreendedorismo: "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas", "comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios", "cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" e "confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas".

As atividades relacionadas com "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas" estavam presentes entre 5,1% dos empreendedores estabelecidos. Dos que atuavam nesse segmento, cerca de 73% possuíam bar, 20% lanchonete e 7% restaurante. No grupo dos empreendedores novos, apesar do percentual com essa atividade (4,6%) ser um pouco menor do que os estabelecidos, ao agrupar com os "serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada" (7,3%), o segmento de alimentação representou 11,9%. Dos empreendedores novos que atuavam no ramo de alimentação, em torno de 13% tinham bar, 10% lanchonete, 8% restaurante, 8% sorveteria e 61% estavam envolvidos com empreendimentos de entrega de alimentos preparados, do tipo "balcão" ou *delivery* (doces, bolos, salgados, assados ou marmitas). Com relação aos nascentes, "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas" foi a atividade mais frequente, alcançando a 1ª posição no ranking do grupo (14,7%). Ao incorporar os "serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada" (7,2%) e "serviços ambulantes de alimentação" (6,5%), o segmento de alimentação representou 28,4%. Dos empreendedores nascentes que atuavam nesse ramo, aproximadamente um terço deles possuíam

lanchonete ou bar, 20% restaurante, 20% eram vendedores ambulantes de produtos alimentícios, como espetinhos e lanches, e 27% comercializavam alimentos preparados do tipo "balcão" ou *delivery* (doces, bolos, salgados, assados ou marmitas).

Muitos empreendedores nascentes atuam nesse segmento devido à expressiva demanda existente por alimentação fora do domicílio no país, segundo os dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018 do IBGE[35]. Do total médio das despesas das famílias com alimentação no Brasil, 32,8% são dedicados às refeições fora de casa. Entre a POF 2002-2003 e a POF 2017-2018, houve um aumento de 8,7 pontos percentuais no peso da despesa com alimentação fora do domicílio. Porém, os resultados da pesquisa GEM indicam uma diminuição do percentual de atuação no ramo de alimentação conforme o avanço do estágio dos empreendimentos, o que pode evidenciar a existência de obstáculos que impedem uma sobrevivência maior desse tipo de negócio no mercado brasileiro ao longo dos anos.

A atividade de "comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios" estava mais presente entre os empreendedores novos, com 8,6%, alcançando a 2ª colocação no ranking do grupo, e entre os nascentes, a 3ª posição com 7,1%. No caso dos estabelecidos, a proporção foi menor, 3,5%. Boa parte desses empreendedores atuava com vendas diretas, pois apenas alguns especificaram loja de roupa. Entre os novos, aproximadamente um terço trabalhava com venda de lingerie; não houve registro entre os nascentes e estabelecidos.

A diferença da incidência na atividade de "cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" foi pequena considerando os três estágios do empreendimento, entretanto houve um aumento do percentual conforme o amadurecimento do negócio. Essa atividade representou 5,4% dos empreendedores nascentes, 6,4% dos novos e 7,8% dos estabelecidos. Dos que atuavam nesse segmento, entre os nascentes, mais da metade mencionaram salão de beleza ou cabeleireiro, cerca de 25% manicure e o restante foi como barbearia ou clínica de estética. Entre os novos, houve um equilíbrio entre manicure, barbearia e salão de beleza ou cabeleireiro – em torno de 30% para cada um, os demais mencionaram cabine móvel de esteticista, depilação, design de sobrancelha e penteados especiais (tranças). Entre os estabelecidos não houve registro de barbearia, 60% relataram salão de beleza ou cabeleireiro e 35% manicure, também foi relatado o serviço de massoterapia.

Essa categoria cresceu muito nos últimos anos no Brasil, segundo o estudo da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) e do Sebrae[36]. Entre 2009 e 2016, o segmento de cuidados com a beleza, que inclui corte e tratamento de cabelos, manicure, pedicure, atividades de estética e outros serviços relacionados, recebeu aproximadamente 645 mil novos microempreendedores individuais (MEI) e mais 26 mil microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP).

A última atividade comum aos três estágios foi a de "confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas". Embora em posições distintas em cada grupo de empreendedores, não houve

[35] IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. POF 2017-2018: Famílias com até R$ 1,9 mil destinam 61,2% de seus gastos à alimentação e habitação. Agência IBGE Notícias. Estatísticas sociais, 10 out. 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25598-pof-2017-2018-familias-com-ate-r-1-9-mil-destinam-61-2-de-seus-gastos-a-alimentacao-e-habitacao>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[36] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae. *Caderno de tendências 2019 - 2020*. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/CADERNO%20DE%20TENDENCIAS%202019-2020%20Sebrae%20Abihpec%20vs%20final.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2020.

grandes variações nas proporções, foram 3,9% dos novos, 4,8% dos nascentes e 5,1% dos estabelecidos. Dos que atuavam nesse segmento, em todos os estágios, os empreendedores, na maioria, se identificaram como fabricantes de roupas, sendo que uma parte considerável era de fabricantes sob medida que trabalhavam também com reparos. Entretanto, entre os estabelecidos, aproximadamente 40% descreveram o empreendimento como facção, ou seja, que não possui uma marca própria e que, em geral, produz peças para outras empresas, sendo assim um negócio inserido em uma cadeia de valor mais ampla.

Além dessas quatro atividades comuns a todos os estágios, outras três estavam presentes entre os empreendedores novos e estabelecidos: "serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)", "manutenção e reparação de veículos automotores" e "serviços especializados para construção".

Os "serviços domésticos" representaram cerca de 8,6% dos empreendimentos dos dois grupos, porém entre os novos ocupou o 1º lugar das atividades mais frequentes. Dos que atuavam nesse segmento, entre os novos, cerca de 60% eram diaristas, ou seja, pessoas que trabalhavam especificamente com a limpeza de residências e 30% eram cuidadores de crianças ou idosos. Também ocorreram alguns registros de empreendedores atuando como cozinheira, lavadeira ou passadeira. Entre os estabelecidos, quase 70% eram diaristas, aproximadamente 18% eram cuidadores de crianças ou idosos, 11% ofereciam serviços relacionados a jardinagem e também houve o relato como passadeira.

Na "manutenção e reparação de veículos automotores", 4,1% dos empreendedores novos estavam envolvidos com essa atividade e 5,1% dos estabelecidos. Dos que atuavam nesse segmento, entre os novos existia uma grande diversificação, como a lavagem de carros, borracharia, pintura automotiva, oficina mecânica, aplicação de insulfilm e instalação de som automotivo. Entre os estabelecidos, predominaram as oficinas mecânicas (60%), mas também estavam presentes as atividades de lavagem de carros, borracharia e pintura automotiva.

Os "serviços especializados para construção" foi a atividade mais representativa entre os estabelecidos, com 10,7%. Ao agrupar com "obras de acabamento", o setor da construção civil correspondeu por 14,1% dos estabelecidos. Entre os novos, a proporção foi de 3,7% e ocupou a 9ª colocação no ranking das atividades mais frequentes no grupo. Dos que atuavam nesse segmento, entre os novos, basicamente eram profissionais por conta própria, como pedreiros. Entre os estabelecidos, cerca de 10% eram empreiteiros, os demais atuavam, na maioria, como pedreiros e alguns mencionaram o serviço de armador de estrutura e mestre de obras. Com relação aos empreendedores estabelecidos que atuavam na atividade de "obras de acabamento", 80% eram pintores, sobretudo residenciais, e os demais eram aplicadores de gesso (gesseiros) ou de pisos.

A atividade de "criação artística" apareceu entre as mais frequentes apenas no grupo dos nascentes, com 4,4%, sendo a maioria relacionada com a produção de artesanato de diferentes tipos.

TABELA 5.4 Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Brasil - 2019

Atividades dos empreendedores					
Nascentes		Novos		Estabelecidos	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**14,7**	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**8,6**	Serviços especializados para construção	**10,7**
Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**7,2**	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**8,6**	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**8,7**
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**7,1**	Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**7,3**	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**7,8**
Serviços ambulantes de alimentação	**6,5**	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**6,4**	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**5,1**
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**5,4**	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	**5,4**	Manutenção e reparação de veículos automotores	**5,1**
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**4,8**	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**4,6**	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**5,1**
Criação artística	**4,4**	Manutenção e reparação de veículos automotores	**4,1**	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**3,5**
		Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**3,9**	Obras de acabamento	**3,4**
		Serviços especializados para construção	**3,7**	Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente	**2,9**
Outras atividades	**49,9**	Outras atividades	**47,4**	Outras atividades	**47,7**

Fonte: GEM Brasil 2019

5.3 Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo o Sexo do Empreendedor

Os empreendedores do sexo masculino estavam envolvidos com atividades mais diversificadas. Enquanto esses se distribuíam em 12 atividades diferentes, que correspondiam a pouco mais de 50% do total de empreendedores desse grupo, esse patamar foi alcançado por cinco atividades diferentes pelas empreendedoras **(tabela 5.5)**.

Das cinco atividades mais frequentes no grupo das mulheres, quatro também estavam entre os homens, porém com proporções diferentes. A única que não estava presente foi a dos "serviços domésticos", que inclusive foi a mais frequente entre as empreendedoras, com cerca de 14%. Entre as prestadoras de serviços domésticos, cerca de 60% atuavam especificamente com a limpeza de residências, como diaristas, e 30% eram cuidadoras de crianças ou idosos. Também ocorreram relatos como cozinheira, lavadeira, passadeira e jardineira.

Entre os homens, a atividade mais frequente foi a dos "serviços especializados para construção" e ao agrupar com "obras de acabamento" representou em torno de 15% dos empreendedores. Dentro desse segmento, quase 20% eram empreiteiros e 15% pintores, entre os demais a maioria era pedreiro e alguns atuavam de forma mais específica, como armador de estrutura, mestre de obras, aplicador de pisos e de estrutura em *dry wall*.

As atividades relacionadas ao transporte também tiveram destaque entre os homens. Considerando o "transporte rodoviário de táxi" e também o "transporte rodoviário de carga", esse segmento correspondeu por quase 6% do empreendedorismo masculino. Dos que transportavam passageiros, 65% eram motoristas por aplicativos e 30% mototáxis. Dos que atuavam com o transporte de cargas, 20% eram proprietários de transportadoras e os demais eram caminhoneiros e motoristas autônomos.

É provável que essas atividades se mantenham entre as mais frequentes nos próximos anos, devido ao crescimento das vendas através do comércio eletrônico e pelo uso intensivo dos serviços por aplicativos para transporte pessoal e entrega de encomendas rápidas. Para diminuir a informalidade, ocasionada por essas novas formas de trabalho, em agosto de 2019 foi publicado no Diário Oficial da União[37] a autorização para que os motoristas de aplicativo independentes possam ser formalizados como microempreendedores individuais (MEI).

Sobre as atividades comuns entre os empreendedores de ambos os sexos, os empreendimentos de "cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" foram mais frequentes entre as mulheres (10,7%) do que entre os homens (3,4%). Dos que atuavam com esse segmento, aproximadamente metade, em ambos os sexos, citaram salão de beleza ou cabeleireiro. No grupo feminino cerca de 40% afirmaram ser manicure e 10% mencionaram outros serviços como atendimento de estética em domicílio, design de sobrancelhas e penteados especiais. No grupo masculino, 50% possuíam barbearia.

[37] BRASIL. Resolução nº 148, de 2 de agosto de 2019. Altera a Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018, que dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional). Brasília: *DOU Diário Oficial da União*. Publicado no DOU de 08 de agosto de 2019.

A tendência é de aumento de atuação nesse segmento entre os homens, conforme o estudo da ABIHPEC e do Sebrae. A expectativa era de que o mercado brasileiro masculino de cuidados pessoais passasse de US$ 6,7 bilhões até 2019, com isso, o país deveria se tornar o maior mercado do setor no mundo[38].

Cerca de 10% das mulheres estavam envolvidas com "comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios", 3ª atividade mais frequente, sendo menos de 3% entre os homens. Entre as empreendedoras que atuavam nesse segmento, em torno de um terço possuíam estabelecimentos fixos (lojas) para vendas de roupas, e aproximadamente um terço comercializava lingeries. Havia uma parcela significativa de mulheres no setor de vestuário que atuavam com vendas diretas nas casas dos clientes. Entre os homens, a maioria possuía lojas de roupas e houve registro também de proprietário de loja virtual para comércio de artigos esportivos.

Ainda no segmento de vestuário, 7,5% das mulheres possuíam empreendimentos de "confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas", proporção 3,4 vezes maior em relação aos homens. Entre as que empreendiam nessa área, mais de 20% atuavam no modelo de facção. A maioria se identificou como fabricante de roupas, sendo que uma parte considerável era fabricante sob medidas (ateliê), que atuava também com reparos. Entre os homens, cerca de 25% atuavam na confecção de peças sob medida (alfaiates e ateliês), 65% possuíam confecção de peças prontas e 10% atuavam com facção, inseridos em uma cadeia de produção mais ampla.

Entre as mulheres, não apareceram como atividades mais frequentes relacionadas à área de alimentação a dos "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas" e nem "serviços ambulantes de alimentação". Apenas os "serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada" foram citados por 8,5% das empreendedoras, sendo a 4ª mais frequente entre elas. Dentro desse segmento, quase 70% estavam envolvidas com a preparação de bolos, doces e salgados, e 25% com marmitas. Outras formas de atuação foram registradas como fornecimento de produtos e preparação de bufê em festas.

Entre os homens, cerca de 13% estavam à frente de negócios relacionados à alimentação, destes em torno de 15% possuíam restaurante e 45% bar ou lanchonete, 20% eram vendedores ambulantes de produtos alimentícios (espetinhos, lanches e doces) e 20% tinham estabelecimentos para entrega de alimentos preparados (assados, doces e salgados) tipo "balcão" ou *delivery*.

[38] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae. *Caderno de tendências 2019 - 2020.* Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/CADERNO%20DE%20TENDENCIAS%202019-2020%20Sebrae%20Abihpec%20vs%20final.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2020.

TABELA 5.5 Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo - Brasil - 2019

Atividades dos empreendedores			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção	**11,0**	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**13,7**
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**8,0**	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**10,7**
Manutenção e reparação de veículos automotores	**7,7**	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**10,1**
Obras de acabamento	**3,7**	Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**8,5**
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**3,4**	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**7,5**
Transporte rodoviário de táxi	**3,2**		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**2,9**		
Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**2,7**		
Transporte rodoviário de carga	**2,6**		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	**2,5**		
Serviços ambulantes de alimentação	**2,4**		
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**2,2**		
Outras atividades	**47,8**		**49,5**

Fonte: GEM Brasil 2019

5.4 Principais Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo a Faixa Etária do Empreendedor

Não houve grandes diferenças em termos de diversidade de atividades considerando as três faixas etárias, inclusive seis atividades estavam presentes como as mais frequentes nas três categorias. Entre os mais seniores, de 55 a 64 anos, 11 atividades representavam pouco mais de 50% dos empreendedores. Nas outras faixas etárias, de 18 a 34 anos e de 35 a 54 anos, foram nove atividades **(tabela 5.6)**.

Entre os seniores, a atividade mais frequente foi de "restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação e bebidas" e ao agrupar com os "serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada" representou 14,6% do grupo que estava à frente de negócios relacionados à alimentação. Desse contingente, cerca de 60% estavam envolvidos com bar ou lanchonete, 30% com empreendimentos de entrega de alimentos preparados do tipo "balcão" ou *delivery* (marmitas, doces e salgados) e em torno de 10% possuíam restaurante.

Entre os jovens, 11,5% estavam empreendendo no segmento de alimentação. Desse contingente, em torno de 15% possuíam restaurante, aproximadamente 40% estavam envolvidos com bar, lanchonete ou sorveteria, e 45% com entrega de alimentos preparados do tipo "balcão" ou *delivery*, sendo que a maioria se dedicava ao fornecimento de doces ou bolos.

Entre os empreendedores de faixa etária intermediária (35 a 54 anos), aproximadamente 16% estavam envolvidos com o segmento de alimentação, incluindo além das duas atividades citadas anteriormente (restaurante e *catering*) os "serviços ambulantes de alimentação", que apareceram apenas nessa faixa etária entre as atividades mais frequentes. Dos que trabalhavam nesse segmento, cerca de 30% possuíam bar ou lanchonete, 10% restaurante e 20% eram vendedores ambulantes de produtos alimentícios, como doces, espetinhos ou salgados. Aproximadamente 40% estavam envolvidos com entrega de alimentos preparados do tipo "balcão" ou *delivery*, como a produção de bolos, doces, salgados, assados ou marmitas.

"Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios" foi a 2ª atividade mais frequente entre os jovens (8,5%), a 6ª entre os de faixa intermediária (5,5%) e a 11ª entre os seniores, com menos de 3%. Dos que atuavam nesse segmento, entre os jovens, aproximadamente 40% possuíam estabelecimentos fixos (lojas) para vendas de roupas e cerca de 20% vendiam lingeries. Na faixa intermediária a composição dos empreendimentos foi semelhante aos dos jovens. No grupo dos seniores, houve um equilíbrio maior entre os que possuíam loja e os que atuavam com venda direta e revenda de lingeries.

Ainda no segmento de vestuário, 5,3% dos jovens possuíam empreendimentos de "confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas". Praticamente a mesma proporção entre os seniores (5,5%). Na faixa intermediária, essa proporção foi um pouco menor, 4,2%. Dos que atuavam nesse segmento, entre os seniores, um pouco menos da metade trabalhava com confecção sob medida de vestuário (ateliê) e a mesma proporção na produção de roupas em maior escala. Também houve registro de atuação com facção. Na faixa intermediária, 25% trabalhavam com facção, 25% eram costureiras que confeccionavam roupas sob medida e aproximadamente metade fabricava peças de roupas em volumes de produção maiores. Houve registros de empreendedores que atuavam em alguns nichos específicos, como confecção de roupas para idosas. Entre os jovens, pouco mais de um terço atuava com confecção sob medida de vestuário (ateliê), aproximadamente metade fabricava peças de roupas em volumes de produção maiores e 15% trabalhavam com facção.

Os "serviços especializados para construção" estavam presente em todas as faixas etárias, aproximadamente 5% dos mais jovens, quase 7% dos intermediários e 4,2% dos seniores. Contudo, a esse último grupo, se somar os que atuavam com serviços de "obras de acabamento", o setor de construção civil passa a corresponder por 7,3% dos empreendedores dessa faixa etária. Dos que trabalhavam nesse segmento, entre os jovens, cerca de 30% eram empreiteiros e os demais atuavam como pedreiros autônomos. Entre os intermediários, em torno de 25% eram empreiteiros e os demais, na maioria, atuavam como pedreiros autônomos, e alguns trabalhavam de forma mais específica como armadores de estrutura e mestre de obras. Entre os seniores, quase 15% eram empreiteiros e cerca de 30% pintores, entre os demais houve registros de pedreiros autônomos e armadores de estrutura.

A última atividade comum às três faixas etárias foi a relacionada aos "serviços domésticos". A maior representatividade foi entre os que tinham de 35 a 54 anos, quase 10%, alcançando a 1ª posição no ranking. Entre os jovens e os seniores a proporção ficou abaixo de 5%. Dos que atuavam nesse segmento, na faixa etária intermediária, dois terços eram diaristas e cerca de 20% eram cuidadores de crianças ou idosos. Também ocorreram alguns registros como jardineiro, cozinheira, lavadeira e passadeira. Entre os jovens, mais da metade eram cuidadores de crianças ou idosos e cerca de 40% eram diaristas, houve o relato de trabalho com jardinagem. Entre os seniores aproximadamente 80% eram diaristas, também existiram alguns registros como lavadeira e passadeira.

Duas atividades estavam presentes apenas entre os mais jovens e na faixa etária intermediária: "cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" e "manutenção e reparação de veículos automotores".

"Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" foi a atividade mais frequente entre os jovens (9,5%), e a 4ª colocada na faixa dos 35 aos 54 anos (6%). Dos que atuavam nesse segmento, na faixa de 18 a 34 anos, aproximadamente a metade dos empreendimentos era salão de beleza ou cabeleireiro, 25% barbearia e 25% manicure. Também foi citado o serviço de design de sobrancelhas. Na faixa intermediária, em torno de 43% dos empreendimentos foram descritos como salão de beleza ou cabeleireiro, sendo a mesma proporção para manicure. Também foram mencionadas atividades como massoterapia, clínica de estética e penteados especiais (tranças).

"Manutenção e reparação de veículos automotores" representou em torno de 4,5% dos empreendedores, tanto dos mais jovens como dos que estavam na faixa etária intermediária. Entre os jovens, dois terços atuavam com atividades relacionadas à estética automotiva como lavagem, polimento e pintura, e 25% possuíam oficina mecânica, incluindo, além de outras atividades, a instalação de som automotivo. Na faixa intermediária, aproximadamente 40% tinham oficina mecânica, cerca de 20% atuavam com pintura automotiva, 30% possuíam borracharia e os demais trabalhavam com a lavagem de carros.

A atividade de "comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal" estava presente entre os mais idosos, com 6,7%, alcançando a 2ª colocação no ranking, e entre os mais jovens, com 4,8%, obtendo a 7ª posição. Nos dois grupos etários, quase a totalidade dos empreendedores se caracterizavam como vendedores por catálogo. Houve registros de empreendimentos diferenciados, como esmalteria e loja virtual de produtos de maquiagem.

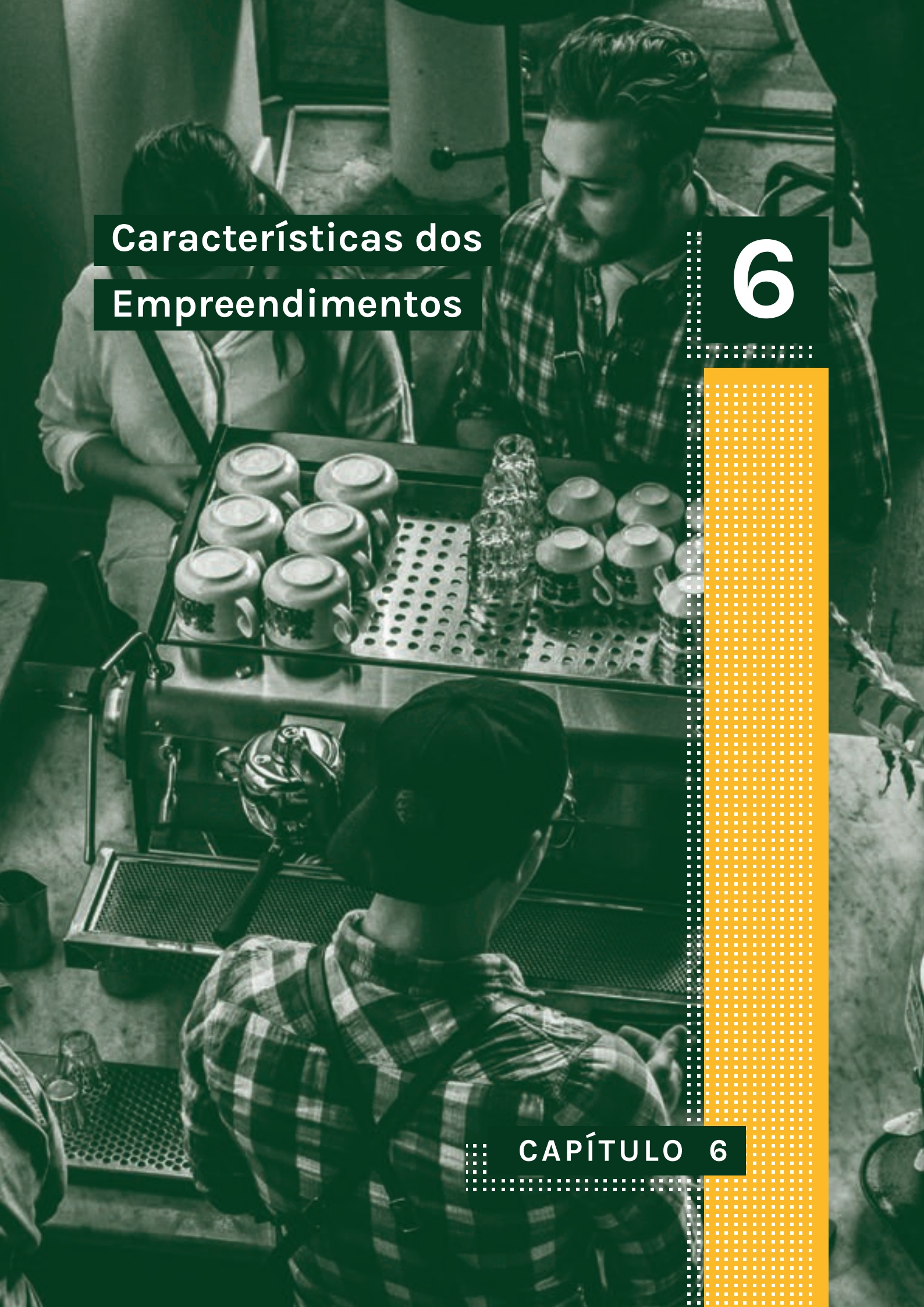
Entre os mais seniores, a 5ª atividade mais frequente foi "comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios como mercearias e minimercados" (4,4%). Nas outras faixas etárias não houve registro dessa atividade entre as mais frequentes.

TABELA 5.6

Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a faixa etária - Brasil - 2019

Atividades dos empreendedores					
18 a 34 anos		35 a 54 anos		55 a 64 anos	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**9,5**	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**9,9**	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**10,5**
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**8,5**	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**6,8**	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	**6,7**
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**5,8**	Serviços especializados para construção	**6,7**	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**5,5**
Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**5,7**	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**6,0**	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**4,8**
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**5,3**	Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**5,5**	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	**4,4**
Serviços especializados para construção	**4,9**				
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	**4,8**	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**5,5**	Serviços especializados para construção	**4,2**
Manutenção e reparação de veículos automotores	**4,2**	Manutenção e reparação de veículos automotores	**4,6**	Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**4,1**
Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**3,8**	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**4,2**	Obras de acabamento	**3,1**
		Serviços ambulantes de alimentação	**3,6**	Transporte rodoviário de carga	**3,0**
				Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente	**2,9**
				Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**2,8**
Outras atividades	**47,5**	Outras atividades	**47,2**	Outras atividades	**48,0**

Fonte: GEM Brasil 2019



Características dos Empreendimentos

6

CAPÍTULO 6

6 Características dos Empreendimentos

Neste capítulo são apresentadas, com mais detalhes, as características dos empreendimentos que foram pesquisados no Brasil com relação à formalização, à procedência do cliente, ao método de comercialização, à geração de postos de trabalho e renda, além de informações sobre a inovação.

6.1 Formalização

A pesquisa GEM constatou que 26,1% dos empreendedores brasileiros, em 2019, estavam formalizados, ou seja, possuíam o registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ)[39], apresentando expressivo crescimento de 14,5% em relação à proporção verificada em 2018 e de mais de 70% em comparação a 2017 **(tabela 6.1)**.

TABELA 6.1 Distribuição percentual dos empreendedores[1] segundo a formalização - Brasil - 2017:2019

Empreendedores	2017	2018	2019
Que obtiveram CNPJ	15,2	22,8	26,1
Que não obtiveram CNPJ	75,8	72,9	73,6
Outros[2]	8,9	4,3	0,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] O GEM inclui empreendedores que ainda não iniciaram efetivamente seus negócios, por exemplo, alguns empreendedores nascentes em fase de preparação de seus empreendimentos.

[2] "Não sabe", "Recusou" ou "Não se aplica".

Os dados obtidos pelo GEM refletem o aumento do número de empresas formalizadas no país, conforme os dados da Receita Federal do Brasil[40]. Em 2019, existiam 14.526.469 adesões ao Simples Nacional[41] (incluindo os optantes do Simei[42]), foram aproximadamente 1,76 milhão a mais em relação a 2018, sendo que destes cerca de 1,69 milhão eram microempreendedores individuais (MEI)[43].

[39] A proporção de empreendedores com CNPJ identificada pelo GEM (26,1%) difere de dados levantados por outras instituições de pesquisa devido aos procedimentos metodológicos. O IBGE, por exemplo, em 2019 identificou que 29% dos empregadores e trabalhadores por conta própria possuíam CNPJ. Entre as diferenças metodológicas destacam-se: o universo do GEM, composto por indivíduos de 18 a 64 anos, enquanto o do IBGE inclui pessoas a partir dos 14 anos; o GEM considera empreendedores que ainda não iniciaram efetivamente seus empreendimentos, por exemplo, empreendedores nascentes; e o erro amostral inerente a qualquer pesquisa realizada por amostragem, no GEM esse erro é de 2,2 pontos percentuais.

[40] RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Estatísticas de optantes do Simples Nacional e Simei. Disponível em:<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arrecadacao/EstatisticasArrecadacao.aspx>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[41] O Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às microempresas e empresas de pequeno porte no Brasil.

[42] Simei significa sistema de recolhimento em valores fixos mensais dos tributos abrangidos pelo Simples Nacional, que só é possível para o microempreendedor individual.

[43] O microempreendedor individual (MEI) é o proprietário de negócio formalizado que exerce uma das atividades permitidas ao MEI previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018; possui faturamento anual de até R$ 81.000,00; não pode ser sócio, administrador ou titular de outra empresa; e pode ter no máximo um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

Em 2019, conforme amadurecia o estágio de desenvolvimento do negócio, aumentava o percentual de empreendedores brasileiros que buscavam a formalização **(tabela 6.2)**. Praticamente um terço dos estabelecidos tinha CNPJ. O percentual de nascentes com CNPJ em 2019 (17,8%) foi superior ao percentual do total dos empreendedores formalizados em 2017 (15,2%), ano em que a formalização dos nascentes foi de apenas 1%.

Esses dados, de alguma forma, apontam para o êxito nas estratégias de comunicação voltadas para enfatizar a importância da regularização para o empreendimento e para o empreendedor, sobretudo por parte de agências como o Sebrae.

TABELA 6.2 Percentual dos empreendedores com CNPJ segundo o estágio - Brasil - 2019

Estágio	% dos empreendedores com CNPJ
Empreendedorismo total	26,1
Empreendedorismo inicial	21,8
Novos	24,5
Nascentes	17,8
Empreendedorismo estabelecido	31,1

Fonte: GEM Brasil 2019

A consciência da importância de estar com o empreendimento regularizado foi a principal razão que levou os empreendedores brasileiros a obterem o CNPJ (73,5%). Além desta, destacaram-se outros motivos como a necessidade de emitir nota fiscal para efetivação de negócios – cerca de um terço dos empreendedores manifestaram essa razão –, seja por exigência de clientes (23,2%), seja para abertura de novos mercados com a venda para outras empresas (10,6%). Também foi relevante o percentual dos que se formalizaram pela possibilidade de inserção no sistema previdenciário nacional (31,4%). E 11,2% citaram a exigência da empresa onde trabalhavam para que se transformassem em prestadores de serviços/fornecedores formalizados **(tabela 6.3)**.

TABELA 6.3 Percentual dos principais motivos para obtenção do CNPJ - Brasil - 2019

Motivos	% dos empreendedores com CNPJ[1]
Estar regularizado	73,5
Contribuir à previdência	31,4
Exigência dos clientes quanto à emissão de nota fiscal	23,2
Exigência da empresa onde trabalhava para se tornar terceirizado	11,2
Vender para mais mercados, por exemplo, empresas	10,6
Outro motivo	0,5

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Respostas múltiplas. Não totalizam 100%.

Em 2019, 73,6% dos empreendedores não obtiveram o CNPJ para seus negócios **(tabela 6.1)**. Dentro desse grupo **(tabela 6.4)**, 27,4% disseram não ver vantagem na formalização, enquanto 12,5% deles estavam incertos quanto à continuidade do empreendimento no futuro e, por isso, não se esforçaram para obter o CNPJ.

Em um outro sentido, 17,2% desses empreendedores não buscaram a formalização devido aos custos elevados e 8% não tinham condições de pagar os encargos tributários a ela associados. E 12,4% afirmaram que sua atividade não necessitava cumprir essa exigência.

TABELA 6.4 Percentual dos principais motivos para NÃO obtenção do CNPJ - Brasil - 2019

Motivos	% dos empreendedores sem CNPJ[1]
Não vê necessidade	27,4
Formalização custa caro	17,2
Não sei se vou continuar com este negócio por muito tempo	12,5
Atividade não exige CNPJ/possui outro tipo de registro alvará, licença	12,4
Não tenho como pagar impostos	8,0
Formalização é um processo demorado/burocrático	6,1
Só tenho um cliente	1,8
Restrição cadastral (Seproc)	0,2
Outro motivo	14,8

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Respostas múltiplas. Não totalizam 100%.

Sobre as atividades dos empreendedores com e sem CNPJ **(tabela 6.5)**, a diversificação foi maior entre aqueles que possuíam CNPJ, pois 13 atividades diferentes responderam por aproximadamente 50% dos negócios desse grupo, enquanto que oito corresponderam ao mesmo patamar entre os que não eram formalizados.

Seis atividades estavam presentes nos dois grupos: "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas", "comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios", "cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza", "serviços especializados para construção", "serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada", e "confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas". A maior diferença encontrada entre as atividades presentes nos dois grupos foi de 3,2 pontos percentuais no "comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios", em que a concentração foi maior entre os que não possuíam CNPJ.

Os "serviços domésticos" responderam por quase 10% das atividades dos sem CNPJ, ocupando o 1º lugar no ranking desse grupo e não estavam entre as 13 atividades mais frequentes dos formalizados. "Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal" foi a outra atividade mais frequente que estava presente somente entre os que não possuíam CNPJ, representando 4,5%.

Como visto no capítulo 5, a maioria dos empreendedores no Brasil, tanto iniciais como estabelecidos, atuava em 2019 com serviços orientados para o consumidor final. No entanto, a prevalência do atendimento ao cliente do tipo pessoa física foi mais acentuada entre os que não possuíam CNPJ **(tabela 6.6)**. Cerca de 65% desses empreendedores atuavam exclusivamente com o consumidor final (pessoa física). Entre os que possuíam CNPJ essa proporção foi de aproximadamente 50%.

TABELA 6.5 Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a formalização - Brasil - 2019

Atividades dos empreendedores			
Com CNPJ		Sem CNPJ	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**9,1**	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	**9,4**
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**6,8**	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**7,1**
Serviços especializados para construção	**5,4**	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	**6,9**
Manutenção e reparação de veículos automotores	**4,8**	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	**6,1**
Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**4,4**	Serviços especializados para construção	**5,9**
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	**3,9**	Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada	**5,8**
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	**3,2**	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**5,5**
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	**2,8**	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	**4,5**
Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos	**2,2**		
Obras de acabamento	**2,1**		
Reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico	**2,1**		
Transporte rodoviário de carga	**1,9**		
Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	**1,6**		
Outras atividades	**49,8**	Outras atividades	**48,8**

Fonte: GEM Brasil 2019

Por outro lado, foi maior a proporção de empreendedores com CNPJ que atenderam exclusivamente clientes do tipo pessoa jurídica, sendo 18% entre os iniciais e 12,8% entre os estabelecidos. Para os empreendedores sem CNPJ, iniciais ou estabelecidos, esse percentual foi em torno de 4,5%.

TABELA 6.6 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo a formalização e o tipo de cliente de suas atividades - Brasil - 2019

Tipo de cliente	% dos empreendedores			
	Iniciais		Estabelecidos	
	Com CNPJ	Sem CNPJ	Com CNPJ	Sem CNPJ
Consumidor direto (pessoa física)	52,9	64,0	50,5	66,5
Outros negócios (pessoa jurídica)	18,0	4,3	12,8	4,6
Ambos	29,1	31,7	36,7	28,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

6.2 Procedência do Cliente

Na pesquisa GEM de 2019 novas perguntas sobre o escopo do negócio foram consultadas durante as entrevistas, sendo uma delas sobre a procedência do cliente, que podia ser local (da mesma cidade da residência do empreendedor), nacional (de outra cidade ou estado, mas no mesmo país) ou internacional (de fora do país).

Nesse subcapítulo também são apresentados os dados obtidos nos países selecionados do GEM 2019 para comparação com o Brasil **(tabelas 6.7 e 6.8)**. Tanto os empreendedores iniciais como os estabelecidos responderam afirmativamente, ou não, para cada uma das três opções, inclusive os empreendedores nascentes que não começaram efetivamente seus empreendimentos, mas indicaram a localização dos clientes que pretendiam obter no futuro.

O empreendedorismo brasileiro foi basicamente voltado para o mercado interno, pois cerca de 3% dos empreendedores, iniciais ou estabelecidos, afirmaram que tinham clientes de fora do país.

Aprofundando um pouco mais a análise, constatou-se que os negócios eram eminentemente locais, focados na própria cidade de residência do empreendedor, conforme afirmaram 97,3% dos iniciais e 99% dos estabelecidos. E 33,8% dos iniciais e 26,2% dos estabelecidos mencionaram a existência de clientes nacionais, oriundos de outras cidades brasileiras.

Sobre a comparação com os empreendedores iniciais nas economias selecionadas **(tabela 6.7)**, Índia e Brasil foram os únicos países que apresentaram uma parcela inferior a 3% de empreendedores que possuíam consumidores no mercado externo. Nos demais países essa parcela superou 10%. O destaque foi na Alemanha, onde 50% afirmaram a existência de clientes de fora do país – essa situação foi provavelmente favorecida pela posição geográfica que ocupa na União Europeia.

Entre 65% e 71% dos empreendedores iniciais dos Estados Unidos, Alemanha e Austrália afirmaram ter relacionamentos comerciais com clientes nacionais. Na China e na África do Sul foram aproximadamente 50% dos empreendedores. A Índia obteve o menor percentual, com 29,9%, seguida pelo Brasil (33,8%).

Em todas as economias selecionadas, 80% ou mais dos empreendedores iniciais responderam possuir clientes na própria cidade, dando assim uma característica local para os negócios. O Brasil apresentou o maior percentual (97,3%), seguido pela África do Sul com 95,5%.

De um modo geral, as economias mais desenvolvidas tiveram uma proporção maior de empreendedores que possuíam uma perspectiva de atuação mais abrangente em termos geográficos, seja em outras regiões do próprio país ou mesmo em mercados internacionais, não se restringindo a busca por clientes no âmbito local.

TABELA 6.7 Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a procedência do cliente - Economias selecionadas - 2019

Economias	Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes		
	Na cidade em que mora	Em alguma outra cidade ou estado do país	Fora do país
Brasil	97,3	33,8	2,7
África do Sul	95,5	49,8	19,7
Alemanha	92,8	68,8	50,5
Austrália	80,4	71,2	28,9
China	80,0	52,4	17,8
Estados Unidos	86,5	65,8	24,7
Índia	91,6	29,9	2,8
México	85,4	39,4	10,1

Fonte: GEM 2019

A comparação entre os empreendedores estabelecidos das economias selecionadas **(tabela 6.8)** pouco se altera em relação aos iniciais. Apenas no Brasil e no México houve um pequeno aumento na proporção de empreendedores estabelecidos com atuação fora do país. Na África do Sul, nos Estados Unidos e na Índia houve uma pequena redução. Porém, na Austrália, na China e na Alemanha, a diminuição foi mais acentuada, entre 8 e 16 pontos percentuais. Mesmo assim, entre os estabelecidos, Alemanha e Austrália, juntamente com os Estados Unidos, foram as economias com as maiores proporções de empreendedores com atuação fora do país. Brasil e Índia possuíam os menores percentuais.

O mesmo aconteceu em relação aos empreendedores estabelecidos com clientes nacionais. Mais da metade dos estabelecidos na Austrália, nos Estados Unidos e na Alemanha afirmaram possuir clientes de outras cidades ou estados, mas ainda localizados em seus países. Por outro lado, Brasil e Índia foram os únicos que possuíam menos de 30% nessa condição.

Em sete dos oito países, mais de 90% dos empreendedores estabelecidos possuíam clientes locais, a exceção foi a Austrália com 85,6%.

TABELA 6.8 Percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a procedência do cliente - Economias selecionadas - 2019

Economias	Locais em que o empreendedor afirma que tem clientes		
	Na cidade em que mora	Em alguma outra cidade ou estado do país	Fora do país
Brasil	99,0	26,2	3,1
África do Sul	93,1	49,5	18,3
Alemanha	94,7	58,2	34,7
Austrália	85,6	80,1	20,9
China	93,3	45,1	6,9
Estados Unidos	92,2	62,0	23,4
Índia	95,4	25,0	1,7
México	90,6	33,1	11,9

Fonte: GEM 2019

6.3 Método de Comercialização

Conforme os dados da **tabela 6.9**, no Brasil, 9,6% dos empreendedores iniciais citaram que eram vendedores ambulantes, tendo a rua como seu local de atuação. Entre os estabelecidos essa proporção reduziu cerca de 4 pontos percentuais. A rua também foi o ambiente de trabalho para aproximadamente 2% dos empreendedores, de ambos os estágios do negócio, pois se identificaram como feirantes.

Uma quantidade significativa afirmou realizar vendas diretas aos consumidores, atuando de porta em porta ou visitando as casas dos clientes. Este perfil, de certa forma itinerante, foi em torno de um quarto dos empreendedores iniciais e, no caso dos estabelecidos, foi o local de venda mais representativo, com 34,8%.

Os que atuavam em um ponto fixo – como loja, escritório ou oficina – representavam 35,1% dos empreendedores iniciais e 31,4% dos estabelecidos. Estes percentuais foram muito semelhantes aos que disseram ter como local de venda a própria residência, pois foram 35,4% dos iniciais e 31% dos estabelecidos.

Os canais digitais de venda também foram mencionados: 28,8% dos empreendedores iniciais utilizavam a internet, site próprio, e-mail ou rede social, praticamente o dobro do percentual entre os estabelecidos.

Aproximadamente 24% dos empreendedores, tanto iniciais como estabelecidos, usavam o telefone fixo, celular, mensagens via SMS ou WhatsApp para comercializar seus produtos ou serviços.

TABELA 6.9 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo o método de comercialização de seus produtos/serviços - Brasil - 2019

Método de comercialização	% dos empreendedores[1]	
	Iniciais	Estabelecidos
Ambulante/rua	9,6	5,5
Barraca na feira	2,3	2,4
Porta a porta/ venda direta/ na casa do cliente	26,5	34,8
Ponto fixo/comércio	35,1	31,4
Na própria casa	35,4	31,0
Internet/site próprio/e-mail/rede social	28,8	14,2
Telefone fixo/celular/SMS/WhatsApp	25,2	23,1
Outro	0,5	1,3

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] A soma dessas opções pode não totalizar 100% pelo fato de ocorrerem respostas múltiplas.

6.4 Geração de Ocupação e Renda

Uma das razões que credenciam o empreendedorismo como uma das principais alternativas para o desenvolvimento econômico e social de um país é a capacidade potencial para a geração de ocupação e renda para a população.

No Brasil, 31,6% dos empreendedores afirmaram gerar ocupação para, no mínimo, uma outra pessoa além de si mesmos **(tabela 6.10)**. Menos de 4% manifestaram uma capacidade maior, com a criação de cinco ou mais postos de trabalho. Apesar do "autoemprego" (48,5%) ser uma característica marcante no país, estima-se que os empreendedores, tanto em estágio inicial quanto estabelecido, geraram mais de 36 milhões de postos de trabalho em 2019.

Cada empreendedor entrevistado pelo GEM também respondeu sobre o faturamento anual de seu negócio, que é a soma de todos os valores

recebidos pelas vendas de seus produtos e/ou serviços, sem excluir as despesas e o lucro. Apenas 6% dos empreendedores faturaram acima do equivalente a R$ 5.000,00 por mês, 20,5% informaram que ainda não tiveram qualquer faturamento – que pode ser explicado pela influência dos empreendedores nascentes – e 51,6% ganharam por ano até R$ 24.000,00, ou seja, no máximo R$ 2.000,00 por mês.

Apesar de 10,7% não relatarem os rendimentos de seus negócios, dos que responderam, apenas 4,2% citaram ganhos acima de R$ 81.000,00 por ano, o que impediria o enquadramento como MEI, pois excede o valor máximo de faturamento anual liberado para ser classificado como tal.

Dos que geraram pelo menos um posto de trabalho, além do seu (31,6% do total de empreendedores), em torno de 55% não faturaram ainda ou faturaram até R$ 24.000,00 por ano.

Segundo o IBGE/PNAD Contínua, no Brasil, em 2019, o rendimento médio real habitual de todos os trabalhos das pessoas ocupadas foi de R$ 2.330,00[44] e o rendimento nominal mensal domiciliar[45] *per capita* foi de R$ 1.438,67[46]. Conforme a pesquisa quantitativa do Sebrae sobre o perfil do microempreendedor individual no país em 2019, a renda *per capita* do MEI foi de R$ 1.375,00[47] mensais.

TABELA 6.10 Distribuição percentual dos empreendedores segundo o número de empregados de seus empreendimentos e o faturamento anual - Brasil - 2019

Faturamento anual	Percentual dos empreendedores	Número de empregados				
		Não informou	Nenhum empregado	1 empregado	2 a 4 empregados	5 ou mais empregados
Não informou	10,7	0,9	5,0	2,6	2,1	0,1
Ainda não faturou nada	20,5	16,7	1,7	0,8	0,8	0,6
Até R$ 6.000,00	18,4	0,5	12,1	4,2	1,6	0,0
De R$ 6.000,01 a R$ 12.000,00	17,5	0,3	12,9	2,8	1,2	0,4
De R$ 12.000,01 a R$ 24.000,00	15,7	1,2	9,3	2,6	2,5	0,1
De R$ 24.000,01 a R$ 36.000,00	5,7	0,1	3,5	0,7	1,3	0,0
De R$ 36.000,01 a R$ 48.000,00	2,8	0,1	1,2	0,8	0,7	0,0
De R$ 48.000,01 a R$ 60.000,00	2,7	0,1	0,8	0,2	1,2	0,4
De R$ 60.000,01 a R$ 81.000,00	1,8	0,0	0,7	0,2	0,8	0,0
De R$ 81.000,01 a R$ 360.000,00	3,8	0,0	1,4	0,1	0,8	1,6
Acima de R$ 360.000,00	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2
Total	100,0	19,9	48,5	15,1	13,1	3,4

Fonte: GEM Brasil 2019

[44] FUNDAÇÃO SEADE. *Médias anuais 2012-2019 Brasil.* Disponível em:<https://www.seade.gov.br/mercado-trabalho/wp-content/uploads/2020/03/SPTrab_Rendimento_anual_BR.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[45] Para o IBGE os rendimentos domiciliares são obtidos pela soma dos rendimentos do trabalho e de outras fontes recebidos por cada morador no período de referência da pesquisa.

[46] IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *IBGE divulga o rendimento domiciliar per capita 2019.* Agência IBGE Notícias. Estatísticas sociais, 28 fev. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26956-ibge-divulga-o-rendimento-domiciliar-per-capita-2019>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[47] SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Pesquisa perfil do MEI 2019.* Sebrae Nacional, junho de 2019.

Entre os empreendedores iniciais **(tabela 6.11)**, o percentual dos que responderam "gerar pelo menos um posto de trabalho" foi o dobro entre os que possuíam CNPJ (46,8%) em comparação com os que não tinham CNPJ (23,3%). Essa diferença foi ainda mais significativa na geração de três ou mais postos, pois foram 24,1% dos empreendedores iniciais formalizados frente a 3,9% dos informais, ou seja, seis vezes maior.

Entre os estabelecidos esse panorama foi similar, a concepção de pelo menos um posto de trabalho também foi o dobro entre os formalizados (59,2%) em relação aos informais (27,7%). E na geração de três ou mais postos, o percentual foi 7,5 vezes maior entre os empreendedores com CNPJ (29,4%) em comparação com os sem CNPJ (3,9%). Portanto, os dados evidenciam a importância da formalização dos negócios para a criação sustentável de postos de trabalho.

TABELA 6.11 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a formalização e o número de empregados de seus empreendimentos - Brasil - 2019

Número de empregados	% dos empreendedores			
	Iniciais		Estabelecidos	
	Com CNPJ	Sem CNPJ	Com CNPJ	Sem CNPJ
Não informou	24,5	31,4	3,8	5,4
Nenhum empregado	28,7	45,2	37,0	66,9
1 empregado	11,6	15,4	14,8	16,1
2 empregados	11,1	4,0	15,0	7,7
3 ou mais empregados	24,1	3,9	29,4	3,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

O fato de o empreendedor buscar e conseguir o CNPJ impactava no faturamento do seu negócio e parecia também ser um fator que antecipava o momento de começar a auferir receitas. Aproximadamente 35% dos empreendedores iniciais sem CNPJ informaram que ainda não tiveram qualquer faturamento, sendo aproximadamente 8 pontos percentuais menor entre os formalizados **(tabela 6.12)**.

Entre os empreendedores iniciais, os que conseguiram auferir renda superior a R$ 3.000,00 por mês representavam 22,7% dos que possuíam CNPJ, enquanto entre os informais 3,6% alcançaram faturamento superior a esse patamar. Cerca de 40% dos empreendedores iniciais sem CNPJ ganharam no máximo R$ 1.000,00 por mês.

Entre os estabelecidos esses diferenciais foram acentuados, 42% dos empreendedores formalizados faturaram o equivalente a R$ 3.000,00, ou mais, por mês contra 7,2% dos que não tinham CNPJ. A metade dos estabelecidos informais ganhou até R$ 1.000,00 por mês e em torno de 10% mencionaram rendimentos mensais acima de R$ 2.000,00.

TABELA 6.12 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a formalização e o faturamento anual de seus empreendimentos - Brasil - 2019

Faturamento anual	% dos empreendedores			
	Iniciais		Estabelecidos	
	Com CNPJ	Sem CNPJ	Com CNPJ	Sem CNPJ
Não informou	9,5	7,8	15,1	14,9
Ainda não faturou nada	27,4	35,5	0,0	0,9
Até R$ 6.000,00	7,6	21,8	3,0	24,2
De R$ 6.000,01 a R$ 12.000,00	6,2	17,6	11,3	24,9
De R$ 12.000,01 a R$ 24.000,00	8,8	10,6	21,0	24,6
De R$ 24.000,01 a R$ 36.000,00	17,7	3,0	7,6	3,4
De R$ 36.000,01 a R$ 48.000,00	1,9	1,3	9,9	2,2
De R$ 48.000,01 a R$ 60.000,00	10,1	0,5	7,3	1,8
De R$ 60.000,01 a R$ 81.000,00	0,0	1,1	5,9	1,8
De R$ 81.000,01 a R$ 360.000,00	9,6	0,7	16,0	1,4
Acima de R$ 360.000,00	1,1	0,0	2,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

6.5 Características da Inovação

O grau de novidade do produto e da tecnologia utilizados foram alguns dos aspectos investigados pela pesquisa GEM em 2019 a fim de avaliar o conteúdo de inovação dos empreendimentos.

Cerca de 10% dos empreendedores iniciais brasileiros indicaram que seu produto e tecnologia eram novos no local onde atuavam, e em torno de 90% afirmaram que o seu produto ou a tecnologia que utilizavam não eram novos, ou seja, os produtos ou serviços que ofereciam ao mercado já eram do conhecimento e uso por parte do seu público consumidor. Apesar de existirem registros de empreendimentos que propõem algo novo no contexto brasileiro, apenas 0,6% dos empreendedores iniciais disseram trabalhar com produtos novos no nível nacional **(tabela 6.13)**.

Em relação aos empreendedores estabelecidos, a proporção dos que afirmaram trabalhar com novos produtos ou tecnologias para o local de atuação dos negócios foi ainda menor do que os empreendedores iniciais – menos de 5% –, e nenhum empreendedor estabelecido considerou seu produto novo no Brasil ou para o mundo.

Portanto, os dados conduzem para a seguinte conclusão: se há algum tipo de inovação no empreendedorismo brasileiro, ela ainda se restringe ao nível local, com pouca expressão quando se trata do âmbito nacional e imperceptível no âmbito internacional. Porém, o fato de essa inovação se apresentar expressivamente superior entre os empreendedores iniciais, ao ser comparada aos estabelecidos, pode indicar que ela já está se introduzindo rapidamente entre os empreendedores que estão chegando ao ambiente de negócios e que têm menos de 3 anos e meio de existência.

TABELA 6.13 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos - Brasil - 2019

Abrangência	% dos empreendedores iniciais		% dos empreendedores estabelecidos	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	10,4	10,2	4,4	3,7
Brasil	0,6	0,0	0,0	0,3
Mundo	0,0	0,0	0,0	0,0
Nenhum local	89,0	89,8	95,6	96,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

A formalização dos negócios no Brasil também foi benéfica para os aspectos ligados à novidade do produto e da tecnologia, mesmo que ainda restrita territorialmente ao local de atuação do empreendedor **(tabela 6.14)**.

Entre os empreendedores que possuíam CNPJ, 11,3% consideravam o seu produto novo localmente e para 12,2% a tecnologia utilizada era nova no local. Entre os que não tinham CNPJ, o percentual foi de aproximadamente 5 pontos percentuais menor em relação à novidade do produto e menos da metade no caso da tecnologia.

Cerca de 1% dos empreendedores com CNPJ consideravam que o produto ou serviço que ofereciam ao mercado era novo para o país. Entre os sem CNPJ foi de 0,1%.

TABELA 6.14 Distribuição percentual dos empreendedores com e sem CNPJ segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos - Brasil - 2019

Abrangência	Com CNPJ		Sem CNPJ	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	11,3	12,2	6,5	5,9
Brasil	0,9	0,0	0,1	0,2
Mundo	0,0	0,0	0,0	0,0
Nenhum local	87,7	87,8	93,4	93,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019



Os Fundamentos Sociais e Culturais do Empreendedorismo

7

CAPÍTULO 7

7 Os Fundamentos Sociais e Culturais do Empreendedorismo

Este capítulo trata de questões relacionadas aos sentimentos, atitudes e percepções da população sobre o ambiente no qual estão inseridas, assim como sobre as condições que são intrínsecas aos indivíduos e que influenciam positiva ou negativamente a atividade empreendedora.

Esses elementos determinam os fundamentos sociais e culturais do empreendedorismo presentes em cada sociedade. Também neste capítulo são apresentados os sonhos expressos pelos brasileiros, incluindo o de ter um negócio próprio.

7.1 O Significado das Atitudes

Conhecer pessoalmente indivíduos que começaram seus próprios negócios pode incentivar o empreendedorismo, pois esses servem como modelos próximos a serem seguidos e até como mentores que podem auxiliar de modo mais acessível o processo de criação de um empreendimento.

A proporção de indivíduos que conheciam pessoalmente alguém em 2019 que tinha iniciado um negócio nos últimos dois anos variou muito entre os países participantes do GEM, de 17,1% no Japão a 82,6% na Arábia Saudita. O Brasil, com 51,6%, ficou em uma posição intermediária no ranking, ocupando o 27º lugar entre as 50 economias pesquisadas **(gráfico 7.1)**.

No grupo dos oito países da América Latina e Caribe, quatro tiveram proporções entre 45% e 52% e, em três deles, a proporção foi superior a 65%, com destaque para o Chile (71%).

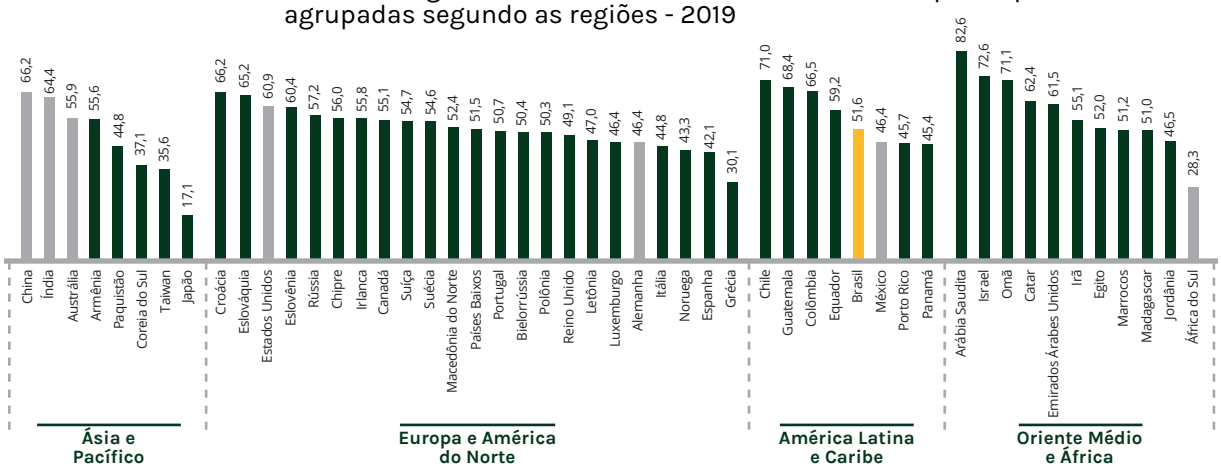
Entre os países selecionados, os que possuíam as maiores populações – China, Índia e Estados Unidos – apresentaram percentuais na faixa de 60%. Brasil e Austrália ficaram na faixa dos 50%. México e Alemanha alcançaram 46,4%. O destaque foi a África do Sul, com apenas 28,3%, ocupando a 49ª posição no ranking geral, quando comparada a todas as economias participantes.

Conforme mencionado no relatório global do GEM 2019/2020[48], é importante esclarecer que conhecer alguém que iniciou recentemente um negócio também pode ter um impacto negativo na propensão do indivíduo ao empreendedorismo, caso os aspectos negativos dominem os positivos.

Além da familiaridade com pessoas que seguiram trajetórias empreendedoras, a existência de facilidades que incentivam a criação de novos negócios no ambiente em que se está inserido também pode ser considerado como elemento influenciador da dinâmica do empreendedorismo. Nesse contexto, houve novamente uma grande variação entre os países participantes do GEM **(gráfico 7.2)**. Israel (21,6%) e Japão (24,3%) tiveram os menores percentuais de indivíduos que acreditavam ser fácil a abertura de novos negócios. Por outro lado, as maiores proporções estavam entre os países europeus: Polônia (90,2%), Noruega (87,4%), Países Baixos (84,1%) e Reino Unido (82,4%). O Brasil, com 39,4%, ocupou o 30º lugar entre as 50 economias pesquisadas.

[48] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

GRÁFICO 7.1 Percentual[1] da população que conhece pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que respondeu 1 ou mais para a pergunta: quantos indivíduos você conhece pessoalmente que começaram um novo negócio ou que se tornaram autônomos ou que iniciaram trabalhos por conta própria nos últimos dois anos?

O grupo dos países da América Latina e Caribe foi o único que não obteve representante com percentual superior a 60%. O mais próximo foi o Panamá, com 57,2%. Metade do grupo, incluindo o Brasil, tinha menos de 40% de sua população com essa percepção.

Entre as economias selecionadas, o Brasil apresentou percentual superior apenas em relação à China (36,2%). Alemanha e México registraram proporções em torno dos 50%. África do Sul obteve 63%. Na Austrália, nos Estados Unidos e na Índia mais de dois terços da população considerava fácil a abertura de novos negócios, sendo o maior percentual entre os indianos (80%).

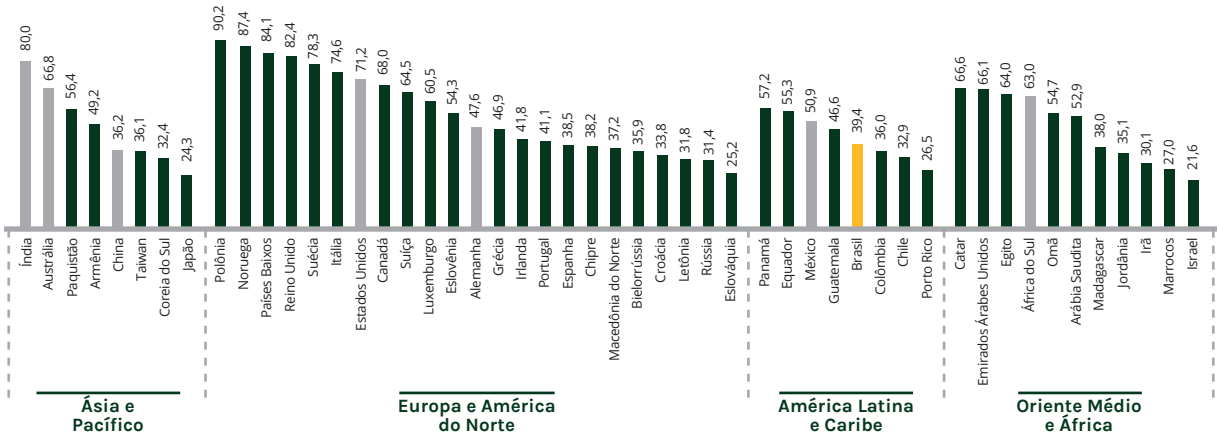
No Brasil, uma possível explicação para a baixa proporção de indivíduos que considera fácil iniciar um negócio no país poderia estar no próprio ambiente. Os resultados da pesquisa *Doing Business* do Banco Mundial[49], que compara a regulamentação do ambiente de negócios em 190 economias, mostram que, em 2019, o país ocupou a 124ª posição na classificação global relativa à facilidade para fazer negócios, sendo que no quesito abertura de empresas ficou em 138º lugar[50]. Esses resultados revelam que, embora inúmeras iniciativas venham sendo implementadas no país (ver capítulo 8), elas ainda não são percebidas por grande parte da população. Esse fato conduz para estas hipóteses: ou as ações existentes ainda são insuficientes, ou requerem aprimoramentos; ou os processos de comunicação relacionados às iniciativas, ainda não atingem parcela da população; ou que algumas reformas microeconômicas também não tiveram tempo de maturação suficiente a ponto de modificar o senso comum dominante.

[49] BANCO MUNDIAL. *Doing Business 2020*. Disponível em: <https://portugues.doingbusiness.org/pt/rankings>. Acesso em: 17 jul 2020.

[50] "*As economias são classificadas entre 1 e 190 em termos da facilidade de fazer negócios. Uma classificação mais alta, ou seja, mais próxima de 1, significa que as regulações do ambiente de negócios da economia são mais propícias à abertura e às atividades de uma empresa local. As classificações são determinadas com base na média entre as pontuações dos 10 tópicos que compõem o Doing Business, sendo que a pontuação de cada tópico tem o mesmo peso. As classificações são baseadas em uma análise concluída em maio de 2019*". Fonte: BANCO MUNDIAL, 2020.

GRÁFICO 7.2

Percentual[1] da população que afirma ser fácil começar um negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que concorda totalmente ou parcialmente que em seu país é fácil começar um negócio.

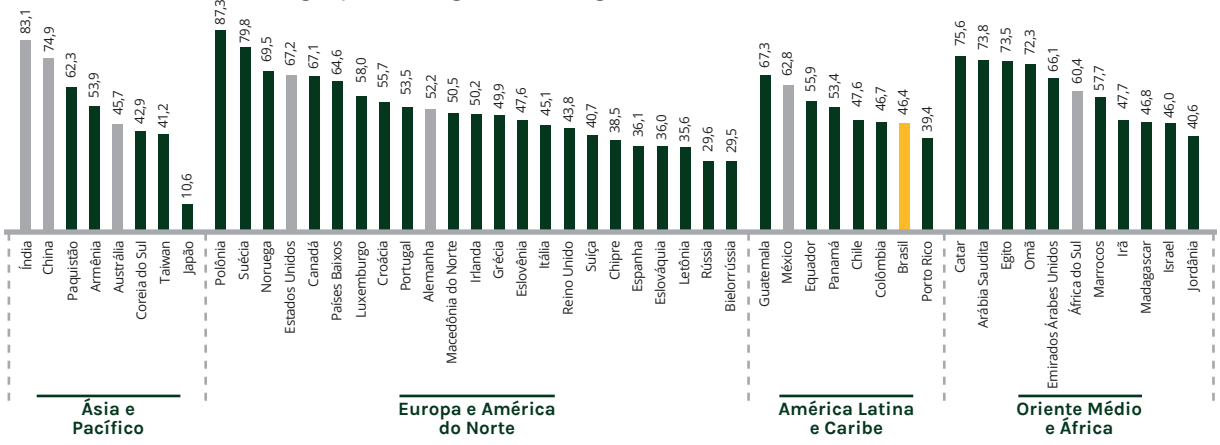
A percepção da existência de boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses nas proximidades onde vivem também teve uma dispersão grande entre as populações dos países envolvidos na pesquisa GEM **(gráfico 7.3)**. O Japão obteve a menor proporção de pessoas que identificaram boas oportunidades, somente 10,6%. Por outro lado, a Polônia alcançou 87,3%. O Brasil, com 46,4%, ficou em 34º lugar no ranking geral.

Entre as economias da América Latina e Caribe, o Brasil apresentou proporção superior apenas em relação a Porto Rico (39,4%), cerca de 20 pontos percentuais a menos que a Guatemala, que obteve a maior proporção no grupo.

Sobre os países selecionados, Austrália e Brasil registraram cerca de 46%. Alemanha atingiu 52,2%. Estados Unidos, México e África do Sul apresentaram proporções na faixa dos 60%. Índia e China alcançaram os maiores percentuais, 83,1% e 74,9% respectivamente.

GRÁFICO 7.3

Percentual[1] da população que percebe boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que concorda totalmente ou parcialmente que nos próximos seis meses haverá boas oportunidades para iniciar um negócio na área onde mora.

Segundo o relatório global do GEM 2019/2020[51], algumas economias mostraram resultados contrastantes entre os dois últimos **gráficos (7.2 e 7.3)**. No Reino Unido, por exemplo, menos da metade dos adultos (43,8%) percebiam boas oportunidades de negócios, enquanto quase o dobro (82,4%) acreditava ser fácil iniciar um negócio, sugerindo assim um bom ambiente para o empreendedorismo, porém com poucas oportunidades. Na China, por outro lado, mais de sete em cada 10 adultos visualizavam boas oportunidades, mas menos da metade dessa proporção considerava fácil iniciar um negócio. Ao contrário do Reino Unido, a percepção na China é de que, embora possa haver muitas oportunidades no ambiente, são muitos os obstáculos a serem superados.

No caso do Brasil, menos da metade da população considerou que existiam boas oportunidades (46,4%) e que era fácil iniciar um negócio no país (39,4%). Para uma melhoria do ambiente empreendedor, o ideal seria alcançar percentuais mais altos em ambos os aspectos, porém, os resultados indicam que para 60% dos brasileiros ainda é difícil começar um empreendimento no país, mesmo diante da existência de oportunidades.

Outra conclusão mencionada no relatório global do GEM 2019/2020[52] foi sobre a pouca associação entre os fundamentos sociais e culturais dos indivíduos para o empreendedorismo e os níveis de renda de seus países. Boas oportunidades para iniciar um negócio foram percebidas com proporções altas tanto no Paquistão – classificado como país de baixa renda –, como no Catar – de alta renda –; com proporções baixas no Japão – considerado de alta renda –, bem como em Madagascar – de baixa renda. Da mesma forma, sobre a afirmação de que seria fácil iniciar um negócio no país, foram encontradas proporções variadas entre as economias de alta renda: os percentuais foram elevados na Noruega, nos Países Baixos e no Reino Unido, e baixos no Japão, na Coreia do Sul, em Porto Rico, no Chile e em Israel.

7.2 Autopercepções e Empreendedorismo

Além da influência do ambiente no processo empreendedor, as características intrínsecas do indivíduo também interferem nas iniciativas de criação de um negócio, como a resiliência e a coragem para enfrentar o medo de fracassar.

Em 42 países dos 50 participantes do GEM, menos da metade da população, apesar de perceber boas oportunidades para iniciar um negócio, não o faria por medo de fracassar **(gráfico 7.4)**. Na Coreia do Sul, essa proporção foi a mais baixa, com 7,1%, seguida da Suíça (23,9%). As economias com os maiores percentuais foram a Índia e o Chile, 62,4% e 58,1% respectivamente. O Brasil, com 35,6%, ficou em 13º lugar no ranking geral.

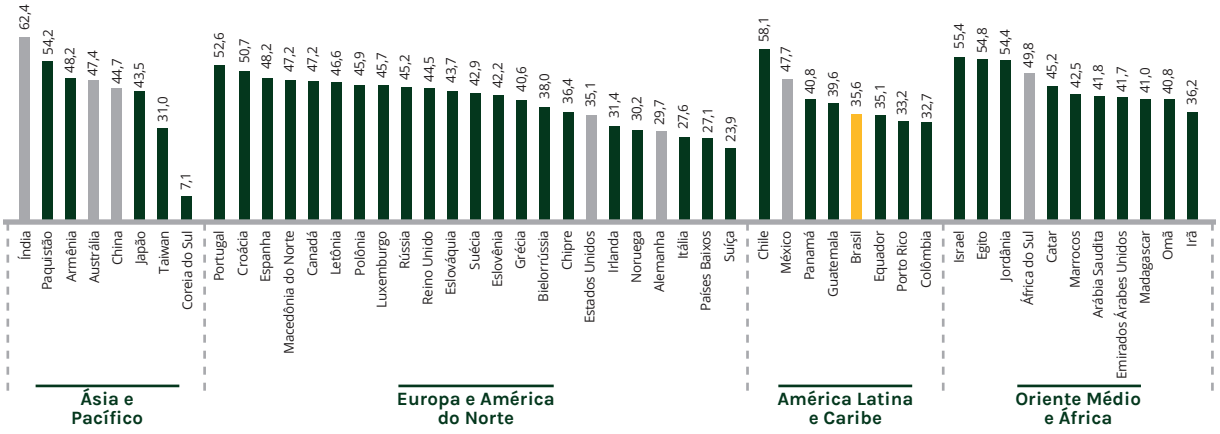
Entre os oito países da América Latina e Caribe, cinco apresentaram proporções na faixa dos 30%, sendo o menor registro na Colômbia (32,7%).

Nas economias selecionadas, com exceção da Índia (62,4%), menos da metade da população percebia boas oportunidades para iniciar um empreendimento, porém não começaria por medo de fracassar. África do Sul, México, Austrália e China apresentaram proporções na faixa de 40%, Brasil e Estados Unidos em torno de 35% e o país com o menor percentual no grupo foi a Alemanha (29,7%).

[51] ,[52] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor:* 2019/2020 *Global Report.* London: GERA, 2020.

GRÁFICO 7.4

Percentual[1] da população que percebe boas oportunidades, mas não começaria um negócio por medo de fracassar - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que concorda totalmente ou parcialmente que nos próximos seis meses haverá boas oportunidades para iniciar um negócio na área onde mora e também concorda totalmente ou parcialmente que não começaria um negócio por medo de fracassar.

Outro insumo importante da dinâmica da criação de um negócio, bem como seu sucesso e longevidade, é a percepção que o indivíduo tem de si mesmo sobre sua capacidade para criar e gerenciar um novo negócio.

Em 38 países dos 50 participantes do GEM, mais da metade das respectivas populações acreditavam que possuíam os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para o desenvolvimento de uma atividade empreendedora **(gráfico 7.5)**. Os destaques foram a Índia (85,2%) e Arábia Saudita (83%). O Brasil, com 62%, ficou em 20º lugar entre as 50 economias pesquisadas.

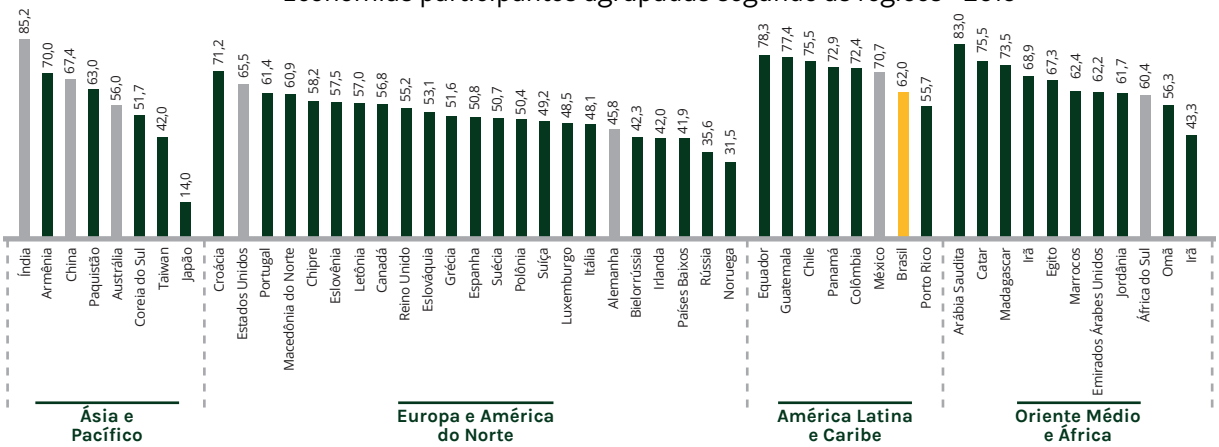
Por outro lado, apenas 14% dos japoneses reconheceram que possuíam os atributos necessários para as atividades empreendedoras. Menos da metade do registrado na Noruega (31,5%), que foi a segunda economia com a menor proporção no ranking geral.

No grupo da América Latina e Caribe, o percentual do Brasil (62%) só foi superior ao de Porto Rico (55,7%). Nos demais países, essa proporção ficou na faixa dos 70%.

Entre as economias selecionadas, a Alemanha registrou a menor proporção, com 45,8%, seguida pela Austrália, com 56%. Na faixa dos 60% estavam a África do Sul, o Brasil, os Estados Unidos e a China. México alcançou 70,7%, e 85,2% dos indianos acreditavam possuir os conhecimentos, as habilidades e as experiências para empreender.

GRÁFICO 7.5

Percentual[1] da população que afirma ter os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para iniciar um novo negócio (autopercepção) - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2019



Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que concorda totalmente ou parcialmente que possui os conhecimentos, as habilidade e as experiências necessárias para iniciar um negócio.

7.3 Sonhos dos Brasileiros

Ter um negócio próprio foi citado como um sonho importante para a população brasileira. A proporção de pessoas que o manifestaram em 2019 foi de 36,7%, ocupando o 4º lugar no ranking de sonhos **(tabela 7.1)**. Em relação a 2018 houve um incremento de aproximadamente 4 pontos percentuais[53].

TABELA 7.1

Percentual[1] da população segundo o "sonho" - Brasil - 2019

Sonho	% da população
Viajar pelo Brasil	49,1
Comprar a casa própria	43,1
Viajar para o exterior	39,0
Ter o próprio negócio	36,7
Comprar um automóvel	33,9
Ter plano de saúde	28,9
Ter um diploma de ensino superior	26,7
Fazer carreira numa empresa	23,4
Fazer carreira no serviço público	15,9
Casar ou constituir uma nova família	15,7
Comprar um computador/tablet/smartphone	9,8
Nenhum	5,1
Outro	3,9
Não respondeu	0,3

Fonte: GEM Brasil 2019

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

[53] GRECO, S. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil 2018.* Curitiba: IBQP, 2019.

A vontade de empreender superou em cerca de 13 pontos percentuais a de fazer carreira em empresa. A diferença foi ainda maior quando comparado com o desejo de fazer carreira no serviço público, em torno de 21 pontos percentuais.

Viajar pelo Brasil (49,1%), comprar a casa própria (43,1%) e viajar para o exterior (39%) foram os três sonhos mais importantes para a população brasileira em 2019.

O sonho de ter um negócio próprio foi maior entre os não empreendedores, proporção cerca de 5 pontos percentuais superior à dos empreendedores **(tabela 7.2)**. Nos dois grupos, esse sonho ocupou a 4ª posição no ranking. Os que não eram empreendedores apresentaram os sonhos tanto de fazer carreira numa empresa, como de ingressar no serviço público, em proporções que foram o dobro das registradas entre os empreendedores. Os dois grupos possuíam praticamente a mesma hierarquia de sonhos. A única exceção foi em relação à carreira no serviço público, que ficou uma posição abaixo no ranking entre os empreendedores (10º lugar).

TABELA 7.2 Percentual[1] da população segundo o "sonho": comparação entre indivíduos não empreendedores e empreendedores - Brasil - 2019

Sonho	% dos não empreendedores	% dos empreendedores
Viajar pelo Brasil	51,3	45,6
Comprar a casa própria	44,1	41,5
Viajar para o exterior	40,0	37,5
Ter o próprio negócio	38,7	33,6
Comprar um automóvel	36,3	30,0
Ter plano de saúde	30,4	26,5
Ter um diploma de ensino superior	29,2	22,9
Fazer carreira numa empresa	28,8	14,9
Fazer carreira no serviço público	19,3	10,4
Casar ou constituir uma nova família	18,0	12,2
Comprar um computador/tablet/smartphone	11,4	7,3
Nenhum	5,4	4,5
Outro	3,3	4,9
Não respondeu	0,3	0,2

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que tem como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

Considerando as características sociodemográficas da população brasileira em 2019 **(tabela 7.3)**, pode-se perceber que a proporção de indivíduos que manifestaram o sonho de ter um negócio próprio foi semelhante entre homens e mulheres, 37,8% e 35,7%, respectivamente. O mesmo ocorreu em relação a fazer carreira numa empresa, para ambos a proporção foi cerca de 23%.

Em todas as faixas etárias, o desejo de empreender superou o de fazer carreira numa empresa. Entre os jovens de 18 a 24 anos a diferença foi de 5,4 pontos percentuais, nas demais faixas essa diferença foi superior a 10 pontos percentuais. Em relação ao desejo de empreender, a proporção dos que manifestaram esse sonho apresentou poucas diferenças nas três primeiras faixas etárias, embora entre aqueles que possuíam de 18 a 24 anos o percentual foi o maior de todos (46,9%). A partir dos 45 anos houve um decréscimo acentuado nesse desejo, chegando à faixa dos 55 a 64 anos com a proporção de 16,2%. O desejo de fazer carreira em empresa apresentou uma redução mais acentuada já na primeira transição entre as faixas etárias: 41,5%

dos mais jovens tinham esse sonho e na faixa de 25 a 34 anos essa proporção caiu para 28,6%.

Em todos os níveis de escolaridade o desejo de empreender situou-se na faixa dos 30%, sendo a maior proporção entre os que possuíam o ensino médio completo (39,7%). Quanto ao sonho de fazer carreira numa empresa, aqueles que tinham o ensino fundamental incompleto foram os que apresentaram a menor proporção (14,9%). Para os demais níveis, a proporção desse sonho situou-se na faixa dos 20%.

Sobre a renda familiar, no que concerne ao desejo de empreender, as diferenças foram poucas nas faixas de até 6 salários mínimos, com variação de 36% a 42%. Entre os que auferiam renda familiar superior a 6 salários mínimos, a proporção caiu para 28%. Com relação ao desejo de fazer carreira em uma empresa ocorreu algo semelhante, os que se situavam na maior faixa de renda apresentaram o menor percentual para esse sonho (12,8%). Nas demais faixas foi de 22,3% até 30,9% entre os que auferiram mais de 2 a 3 salários mínimos.

TABELA 7.3 Percentual[1] da população para os sonhos de "ter o próprio negócio" e "fazer carreira numa empresa" segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2019

Características sociodemográficas	% da população que sonha	
	Ter o próprio negócio	Fazer carreira numa empresa
Sexo		
Masculino	37,8	23,8
Feminino	35,7	23,1
Faixa etária		
18 a 24 anos	46,9	41,5
25 a 34 anos	41,4	28,6
35 a 44 anos	40,6	22,3
45 a 54 anos	31,6	14,8
55 a 64 anos	16,2	4,6
Escolaridade[2]		
Fundamental incompleto	31,4	14,9
Fundamental completo	38,5	28,7
Médio completo	39,7	25,8
Superior completo ou maior	32,9	21,1
Renda familiar		
Até 1 salário mínimo	41,5	23,1
Mais de 1 até 2 salários mínimos	36,7	24,0
Mais de 2 até 3 salários mínimos	42,0	30,9
Mais de 3 até 6 salários mínimos	36,2	22,3
Mais de 6 salários mínimos	28,0	12,8

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Percentual referente a cada categoria da população (ex. 37,8% dos homens no Brasil sonhavam em ter o próprio negócio enquanto 23,8% sonhavam em fazer carreira numa empresa em 2019).

[2] Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

Condições para Empreender no Brasil e no Mundo

8



CAPÍTULO 8

8 Condições para Empreender no Brasil e no Mundo

Esse capítulo é construído principalmente com as contribuições dos especialistas nacionais sobre os fatores que favorecem ou dificultam a atividade empreendedora em suas respectivas economias. A pesquisa com os especialistas participantes do GEM, conhecida em inglês como NES *(National Expert Survey)*, além de auxiliar na compreensão da dinâmica do empreendedorismo, fornece elementos para a proposição de recomendações relativas a essas atividades.

Ao final do capítulo também são apresentados resultados obtidos por meio de algumas questões aplicadas na pesquisa com a população adulta *(Adult Population Survey – APS)* no Brasil sobre as condições para empreender no país.

8.1 Pesquisa com Especialistas Nacionais (*National Expert Survey* - NES)

No ano de 2019, 54[54] economias participaram da pesquisa com especialistas. Em cada um dos países são entrevistados no mínimo 36 especialistas do setor público e privado como: agentes de promoção de políticas públicas, acadêmicos, empreendedores e demais pessoas que atuam e conhecem o contexto do empreendedorismo local.

O questionário, padronizado conforme o modelo elaborado pelo GEM internacional, aborda as nove principais áreas que englobam as condições intervenientes na atividade empreendedora, que são conhecidas como EFCs *(Entrepreneurial Framework Conditions)*, sendo três delas subdivididas, cada qual, em dois itens, que detalham os respectivos temas **(quadro 8.1)**.

O questionário de 2019 é composto por uma série de afirmações relacionadas às EFCs em uma escala Likert. Cada especialista emite uma nota de 0 a 10, sendo 0 completamente falsa e 10 completamente verdadeira, ou então escolhe a opção *não sabe* ou *não se aplica*. O questionário também possui questões abertas nas quais cada especialista indica os três aspectos mais favoráveis e os três mais limitantes ao empreendedorismo em seu país, além de três recomendações para tornar o ambiente mais favorável. Para possibilitar a comparação dos resultados entre todas as economias participantes, as respostas espontâneas expressadas pelos especialistas são interpretadas pelas equipes nacionais e categorizadas em 20 fatores – que englobam, além das EFCs, tópicos que possibilitam mais alternativas para classificação das respostas.

No Brasil, o questionário foi enviado por meio digital e respondido por 67 especialistas[55] selecionados pelo método de amostragem intencional não probabilística, no período de maio a julho de 2019.

[54] Além das 50 economias que realizaram a pesquisa com a população adulta (APS), participaram da pesquisa com especialistas (NES) a Bulgária, o Paraguai, a Tailândia e a Indonésia, totalizando 54 economias.

[55] A lista com os 63 especialistas, que autorizaram a divulgação de seus nomes e das respectivas instituições a que estavam vinculados, está disponível nas páginas 6 e 7 deste documento. Apenas quatro especialistas não permitiram a divulgação.

QUADRO 8.1 Condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM

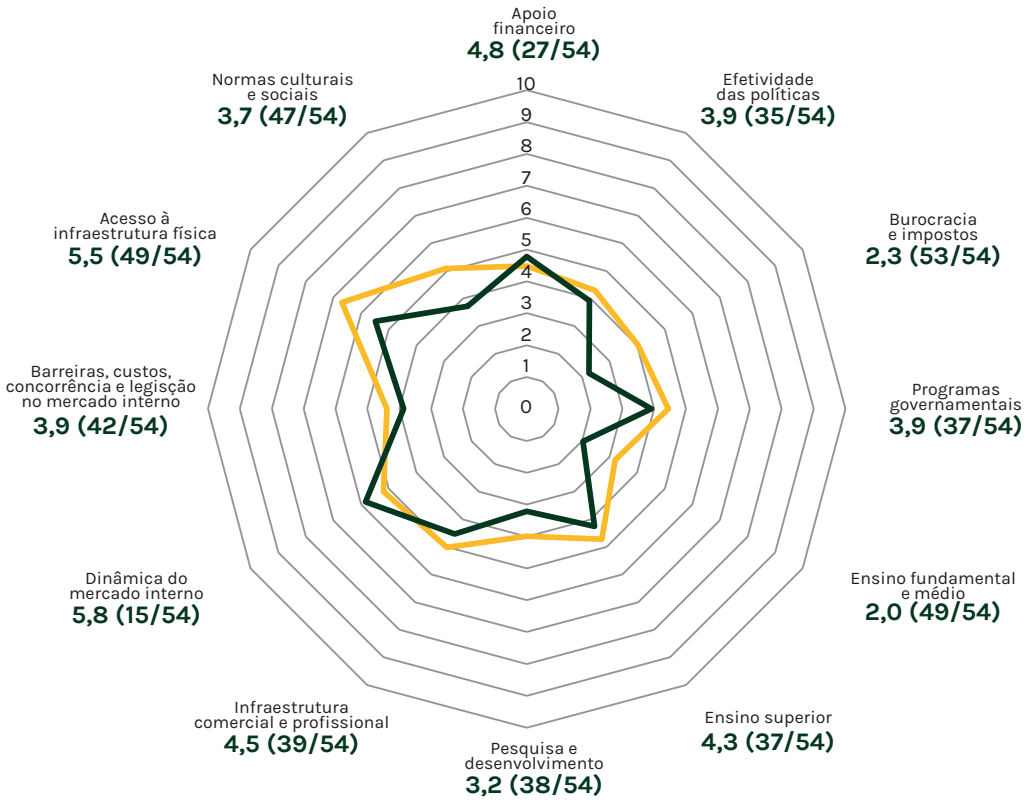
EFC 1: Apoio Financeiro
EFC 2: Políticas Governamentais
EFC 2.1: Efetividade das políticas: avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral
EFC 2.2: Burocracia e impostos: trata da regulamentação, da burocracia e custos envolvidos
EFC 3: Programas Governamentais
EFC 4: Educação e Capacitação
EFC 4.1: Ensino fundamental e médio
EFC 4.2: Ensino superior
EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento
EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional
EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada
EFC 7.1: Dinâmica do mercado interno: avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro
EFC 7.2: Barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno: avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes
EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física
EFC 9: Normas Culturais e Sociais

Fonte: GEM 2019

8.1.1 Contexto Geral

Um panorama geral dos resultados obtidos com as questões fechadas na avaliação dos especialistas brasileiros sobre as condições que afetam o empreendedorismo pode ser observado no **gráfico 8.1**. A média das respostas dos especialistas é apresentada para cada fator analisado, juntamente com a posição do Brasil no ranking das 54 economias que participaram da pesquisa NES no ano de 2019.

GRÁFICO 8.1 Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2019



Fonte: GEM 2019

Nota 1: a escala dos fatores vai de 0 = muito inadequado / status insuficiente a 10 = muito adequado / status suficiente

Nota 2: os dados que estão entre os parênteses mostram a classificação do Brasil no ranking do fator analisado em comparação com as 54 economias participantes da pesquisa NES em 2019.

8.1.1.1 Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI)

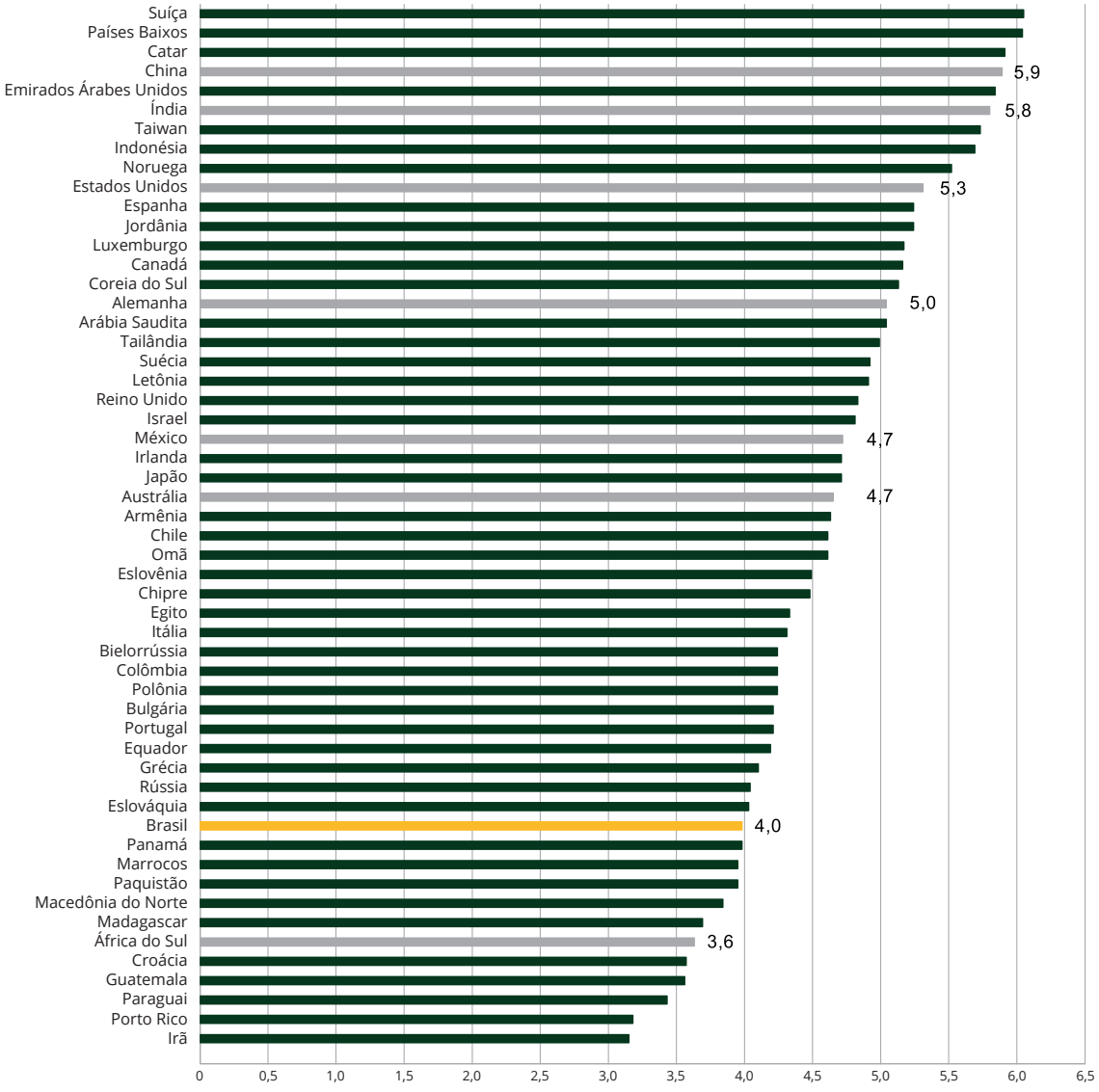
Para auxiliar na compreensão das diversas informações obtidas com os especialistas sobre as EFCs, e para medir e classificar a facilidade de iniciar e desenvolver um negócio em cada economia, o GEM elaborou o Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo – conhecido pela sigla em inglês NECI *(National Entrepreneurship Context Index)*. É composto pela média ponderada do conjunto das notas dos especialistas de cada país sobre os diferentes itens que compõem cada uma das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs), conforme apresentado no **quadro 8.1,** e varia de 0 a 10 pontos.

O **gráfico 8.2** apresenta o ranking geral com as pontuações do NECI das 54 economias que participaram da pesquisa NES em 2019. Os formuladores de políticas, e outras partes interessadas, podem utilizar o NECI para identificar onde as melhorias devem ser feitas, e para que possam obter ainda mais os benefícios relacionados ao empreendedorismo.

Ao analisar as dez economias classificadas com as maiores pontuações do NECI, quatro estavam localizadas nas regiões da Europa e América do Norte (incluindo a Suíça e os Países Baixos, respectivamente a 1ª e a 2ª colocadas no ranking); quatro economias eram da Ásia e Pacífico; e duas do Oriente Médio e África (sendo o 3º lugar ocupado pelo Catar). Sobre a renda desses países, sete estavam na categoria de alta renda, dois eram do grupo de baixa renda (Índia e Indonésia) e um de média renda (China). Com relação às taxas de empreendedorismo inicial (TEA), cinco economias entre as dez estavam abaixo de 10% (Suíça, China, Taiwan, Indonésia e Noruega).

GRÁFICO 8.2

Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) - Economias participantes da pesquisa com especialistas - 2019



Fonte: GEM 2019

Por outro lado, entre as dez últimas economias no ranking do NECI, quatro estavam na região do Oriente Médio e África; três eram da América Latina e Caribe; duas da Europa e América do Norte; e uma da Ásia e Pacífico. Cinco países estavam no grupo de média renda (Irã, Guatemala, África do Sul, Macedônia do Norte e Paraguai); dois eram de alta renda (Porto Rico e Croácia); e três de baixa renda (Madagascar, Paquistão e Marrocos). Seis economias entre as dez últimas classificadas no ranking do NECI tinham a taxa de empreendedorismo inicial acima de 10% (Marrocos, Madagascar, África do Sul, Guatemala, Porto Rico e Irã).

Conforme o relatório global do GEM 2019/2020[56], essa complexa relação entre as pontuações do NECI, os grupos de renda e as taxas de empreendedorismo inicial pode ser uma área fértil para futuras pesquisas. A renda baixa pode ser tanto a causa como o efeito dos altos níveis de atividade empreendedora nos países, pois geralmente são criados negócios informais, de baixo crescimento, orientados para o autoemprego, e envolvendo apenas a compra de produtos e a venda com pouco valor agregado. Isso pode ser denominado como empreendedorismo por necessidade, motivado pela falta de oportunidades de alternativas de renda. Nestas circunstâncias, um ambiente sem suporte favorável aos empreendimentos torna ainda mais difícil a transição da informalidade para a formalidade dos negócios. Nesse caso, a atividade empreendedora pode contribuir menos para a economia, pois os impostos não são pagos e empregos não são gerados, fazendo com que a renda permaneça baixa. Similarmente, pode ser mais fácil para o proprietário de um novo empreendimento, localizado em um ambiente de alta renda e com suporte para as atividades empreendedoras, crescer e passar para o grupo dos negócios estabelecidos. Nos países onde as condições são boas, existe mais concorrência entre os empreendedores e melhores opções de oferta de empregos.

Em 12 das 50 economias participantes da pesquisa APS do GEM em 2019, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) foi inferior à taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE) – ver **tabela 1.2** no capítulo 1. Quatro dessas economias (Países Baixos, Suíça, Taiwan e China) estavam entre as dez primeiras classificadas no ranking do NECI. E quatro das dez economias com as menores pontuações do NECI apresentaram TEA com cerca de uma vez e meia ou mais a TEE correspondente, incluindo Porto Rico, com mais de dez empreendedores iniciais para cada estabelecido. Segundo o relatório global do GEM 2019/2020[57], as boas condições do ambiente podem facilitar muito a sustentação de um novo empreendimento até se tornar um negócio estabelecido, enquanto que em condições difíceis pode ser mais fácil fechar o empreendimento e criar um novo, do que sustentar o mesmo negócio ao longo do tempo.

O NECI do Brasil, de 4, ocupou o 43º lugar no ranking das 54 economias participantes da pesquisa com especialistas. Entre os países selecionados, o índice brasileiro só foi superior ao da África do Sul (3,6). A China obteve a maior pontuação, com 5,9, bem próxima da Índia (5,8). Os Estados Unidos ficaram na 10ª posição no ranking geral, com 5,3, e a Alemanha (5) ocupou a 16ª colocação. México e Austrália alcançaram 4,7 pontos. A China foi a única das economias selecionadas que possuía TEE superior à TEA em 2019. Das quatro economias selecionadas que registraram NECI inferior a 5 pontos, três delas apresentaram valor da TEA equivalente a uma vez e meia ou mais do que a TEE: Austrália (1,6), México (7,1) e África do Sul (3,1). Nesse grupo apenas o Brasil apresentou uma razão entre as taxas inferior a 1,5.

[56], [57] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

8.1.2 Fatores Favoráveis ou Limitantes à Atividade Empreendedora no Brasil

Neste item, com o propósito de buscar uma percepção geral sobre as condições para empreender no Brasil, os principais fatores foram reagrupados conforme se apresentaram especificamente no cenário brasileiro. Para auxiliar na compreensão, no início de cada tópico analisado foi inserida a sua definição.

Além disso, com o intuito de obter um melhor aproveitamento das respostas, foram combinadas as questões abertas – nas quais o especialista descreveu de forma espontânea as condições favoráveis e limitantes ao empreendedorismo, posteriormente classificadas em algum dos 20 fatores –, com as respostas fechadas – estimuladas por afirmações avaliadas em uma escala de notas de 0 a 10. Também, para comparação com os resultados obtidos no Brasil, são apresentadas, juntamente com as respostas fechadas, as médias das notas emitidas pelos especialistas dos países selecionados (África do Sul, Alemanha, Austrália, China, Estados Unidos, Índia e México).

8.1.2.1 Capacidade Empreendedora

O GEM enquadra sob o título "capacidade empreendedora" assuntos relacionados ao potencial, à experiência, à motivação e à visão das pessoas para iniciar um negócio, e ao respectivo domínio das competências necessárias para iniciativas empreendedoras. Este fator também trata sobre a existência de oportunidades de empreendimentos no país e a percepção dessas por parte da população.

Em 2019, os elementos relacionados ao fator "capacidade empreendedora" foram mencionados de forma espontânea por 47% dos especialistas como favoráveis ao empreendedorismo no país, ocupando a 1ª posição, e 13,4% consideraram algum aspecto desse fator como limitante **(tabela 8.1)**. A maioria citou os traços da personalidade do brasileiro como a criatividade e a capacidade de adaptação a situações adversas, ressaltando, contudo, que esse potencial acaba sendo pouco aproveitado e não efetivo, devido às precárias condições de educação e capacitação da população em geral.

TABELA 8.1 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "capacidade empreendedora": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	47,0	1º
Limitante	13,4	8º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

8.1.2.2 Abertura de Mercado e Internacionalização

Neste fator enquadram-se os assuntos relacionados às chances das novas empresas de competirem com fornecedores e prestadores de serviços existentes, incluindo a flexibilidade dos acordos comerciais; a transparência do mercado e as políticas relacionadas às licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, quotas, etc. – ; a facilidade de entrada ou dominação por parte de algumas empresas; vantagens para propaganda; competição de preços; e a extensão com que os empreendimentos competem em igualdade de condições.

Também são agrupados neste fator os temas sobre o processo internacional do empreendedorismo, as relações com parceiros, clientes, instituições externas, diferentes regulamentos, leis de comércio, etc.

TABELA 8.2 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "abertura de mercado e internacionalização": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	33,3	2º
Limitante	9,0	10º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Em 2019, as menções dos especialistas (33,3%) que se enquadraram no fator "abertura de mercado e internacionalização" permitiram situá-lo como o 2º mais favorável **(tabela 8.2)**. O destaque foi a existência de vastas possibilidades de novos negócios. Os especialistas comentaram que em inúmeros setores da economia existem "problemas" que ainda estão em busca de soluções adequadas, resultando em oportunidades para serem exploradas pelos empreendedores. Também foi mencionada a extensão do Brasil, tanto territorial como populacional, que proporciona a criação de novos empreendimentos. Além do modelo de negócio das *startups* e a sua expansão, que apontam para novas oportunidades a serem descobertas.

Alguns especialistas comentaram como limitante o fato de muitos empreendedores brasileiros focarem apenas no mercado interno, não aproveitando o potencial do amplo mercado externo, ocasionando uma baixa abertura à competição internacional.

TABELA 8.3 Médias das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "abertura de mercado e internacionalização" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Subfator - dinâmica do mercado interno	5,8
O mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro (é dinâmico e oferece mais oportunidades)	5,9
O mercado de bens e serviços entre empresas (*business-to-business)* muda consideravelmente de um ano para o outro (é dinâmico e oferece mais oportunidades)	5,8
Subfator - barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno	3,9
As empresas novas e em crescimento conseguem facilmente entrar em novos mercados	4,2
As empresas novas e em crescimento conseguem arcar com os custos de entrada no mercado	3,6
As empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser injustamente bloqueadas por empresas estabelecidas	3,8
A legislação antitruste é efetiva e bem aplicada	4,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

Nas avaliações objetivas **(tabela 8.3)**, a nota do subfator relativo à dinâmica do mercado interno foi de 5,8, a maior pontuação entre todos os fatores e subfatores analisados **(gráfico 8.1)**, pois as mudanças no mercado brasileiro a cada ano oferecem novas oportunidades de negócios aos empreendedores, principalmente no segmento *business-to-business.* Entretanto, a pontuação foi menor (3,9) nos aspectos relacionados com a abertura do mercado. Na percepção dos especialistas os empreendimentos novos e em crescimento sofrem algum tipo de barreira por parte de empresas já estabelecidas, além das dificuldades relativas ao custo de entrada nos mercados pretendidos. Também, a legislação não se mostra efetiva em estabelecer proteção adequada para a sustentação dos negócios iniciantes.

TABELA 8.4 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "dinâmica do mercado interno" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	5,8	15ª
África do Sul	4,7	41ª
Alemanha	5,8	16ª
Austrália	4,3	47ª
China	6,9	3ª
Estados Unidos	5,0	31ª
Índia	6,6	4ª
México	4,8	40ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

Na comparação internacional, em relação ao subfator "dinâmica do mercado interno" das economias selecionadas **(tabela 8.4)**, dois países apresentaram pontuações superiores ao Brasil: China (6,9) e Índia (6,6), que ocuparam respectivamente a 3ª e a 4ª posição no ranking geral. A economia em que os seus especialistas tiveram uma visão mais crítica foi a Austrália (4,3), contrastando com a imagem de um país em franco desenvolvimento econômico e repleto de oportunidades.

TABELA 8.5 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	3,9	42ª
África do Sul	3,4	48ª
Alemanha	5,1	10ª
Austrália	4,7	19ª
China	5,2	6ª
Estados Unidos	4,4	27ª
Índia	5,7	2ª
México	4,4	26ª

Fonte: GEM 2019

[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

Em relação ao subfator "barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno" **(tabela 8.5)**, os especialistas foram mais críticos em todos os países selecionados, o que aponta para um certo descompasso entre a dinâmica percebida dos respectivos mercados e as barreiras para acessar efetivamente esses mercados por parte das empresas novas e em crescimento. Dos oito países selecionados, cinco deles apresentaram menos de 5 pontos. A menor média foi registrada na África do Sul (3,4), único país com valor inferior à brasileira. Índia e China, também neste subfator, possuíam as maiores pontuações.

8.1.2.3 Composição da População e Características da Força de Trabalho

Neste fator enquadram-se os temas relacionados aos efeitos que a diversidade de grupos étnicos, de culturas e religiões de um país, suas fragmentações e o tamanho da população têm sobre o empreendedorismo. Também envolve a oferta, o custo e a acessibilidade a profissionais qualificados, bem como a força de trabalho do país e suas qualificações.

TABELA 8.6 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "composição da população e características da força de trabalho": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	31,8	3º
Limitante	6,0	13º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Cerca de 32% dos especialistas citaram aspectos positivos relativos ao fator "composição da população e características da força de trabalho", sendo classificado como o 3º mais favorável **(tabela 8.6)**. Com uma interpretação de que aspectos limitantes podem gerar oportunidades, os especialistas comentaram que a estagnação econômica e os altos índices de desemprego forçam os indivíduos que estão fora do mercado de trabalho a desenvolverem uma atividade empreendedora como forma de sobrevivência. E um grande contingente de profissionais bem qualificados que buscam colocação no mercado pode ser incorporado a custos menores nos empreendimentos em estágio de crescimento. Sobre a composição percebida, foi mencionada a existência da grande quantidade de brasileiros, devido ao imenso território do país e a diversidade da população com pessoas de etnias diferentes que convivem de forma pacífica, sendo considerados pontos positivos para a inovação e o empreendedorismo.

8.1.2.4 Normas Culturais e Sociais

Este fator engloba conteúdos a respeito da influência das normas culturais e sociais nas iniciativas individuais sobre novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas. Também inclui as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; valorização do empreendedor; influência das condutas e atitudes determinadas pela cultura e sociedade, no que se refere à posição da mulher, das comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como étnicos e religiosos.

TABELA 8.7 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "normas culturais e sociais": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	24,2	4º
Limitante	10,4	9º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

O fator "normas culturais e sociais" foi citado como favorável por aproximadamente um quarto dos especialistas, alcançando assim a 4ª posição. Ao contrário, cerca de 10% apontaram como limitante algum aspecto relacionado a este fator **(tabela 8.7)**.

Entre as menções favoráveis destacou-se a existência de vários casos de sucesso com ampla divulgação que contribui para a valorização da figura do empreendedor no país. Os especialistas comentaram também que o povo brasileiro é reconhecido como criativo e o imaginário positivo junto aos mais jovens faz com que a carreira empreendedora seja um objetivo a ser alcançado. Esse fato confirma uma mudança de perspectiva em relação às aspirações profissionais da juventude, reforçado pela divulgação do movimento das *startups* nas mídias.

TABELA 8.8 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "normas culturais e sociais" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Fator - normas culturais e sociais	3,7
A cultura nacional apoia de modo efetivo o sucesso individual obtido através de esforços pessoais	4,3
A cultura nacional enfatiza a autossuficiência, autonomia e iniciativa pessoal	3,7
A cultura nacional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio	3,1
A cultura nacional encoraja a criatividade e ações inovadoras	3,7
A cultura nacional enfatiza a responsabilidade que o indivíduo tem (mais do que o coletivo) em administrar a própria vida	3,8

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

Apesar dos especialistas considerarem os elementos relacionados ao fator "normas culturais e sociais" de forma espontânea mais favoráveis do que limitantes, na avaliação objetiva **(tabela 8.8)** a visão não foi tão otimista, alcançando a pontuação média de apenas 3,7. Somente o item que avalia se a cultura nacional apoia de modo efetivo o sucesso individual obtido através de esforços pessoais recebeu pontuação superior a 4. Todos os demais receberam pontuações inferiores, com destaque para o item que avalia o quanto a cultura encoraja os indivíduos a correr riscos para iniciar um novo negócio, cuja pontuação foi de apenas 3,1.

TABELA 8.9 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "normas culturais e sociais" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	3,7	47ª
África do Sul	3,8	44ª
Alemanha	4,8	32ª
Austrália	5,2	25ª
China	6,8	4ª
Estados Unidos	7,7	1ª
Índia	6,2	12ª
México	6,1	13ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

Entre as economias selecionadas **(tabela 8.9)**, quatro delas apresentaram pontuação acima de 6 para o fator "normas culturais e sociais", com destaque para os Estados Unidos que com a média de 7,7 alcançaram o 1º lugar no ranking geral dos 54 países participantes da pesquisa. Fato que corrobora a percepção que se tem dos Estados Unidos como a "terra do empreendedorismo", país em que mais se valoriza o *self-made man*. África do Sul e Brasil foram as únicas economias com pontuações inferiores a 4.

8.1.2.5 Infraestrutura (Comercial e Profissional) e Informações

Neste fator estão reunidos os assuntos referentes a disponibilidade, custo e 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 empreendimentos em crescimento. Também são enquadrados os temas sobre a disponibilidade, o acesso e a oferta de informações importantes para os atuais e potenciais empreendedores em diversas fontes: internet, revistas, jornais e periódicos.

TABELA 8.10 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "infraestrutura (comercial e profissional) e informações": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	22,7	5º
Limitante	9,0	10º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

O fator "infraestrutura (comercial e profissional) e informações" foi apontado como positivo por 22,7% dos especialistas, alcançando a 5ª posição entre os mais favoráveis **(tabela 8.10)**. Foi mencionada a disponibilização de processos de interação automatizada com os empreendedores, por meios digitais, nas empresas de assessoria contábil, tributária e jurídica, que facilita e minimiza os custos. Também foi considerada como favorável a infraestrutura de apoio oferecida aos empreendedores posicionados nos ecossistemas de inovação de algumas regiões do Brasil. O Sebrae foi citado como um ator de relevância nesse processo, juntamente com outras entidades públicas e privadas. Para os especialistas existe muita informação disponível sobre a temática do empreendedorismo no país, porém poderia ser melhor aproveitada com a aplicação direta e efetiva nas atividades empresariais.

TABELA 8.11 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "infraestrutura comercial e profissional" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Fator - infraestrutura comercial e profissional	4,5
Existem terceiros, fornecedores e consultores suficientes para o apoio a empresas novas e em crescimento	5,6
As empresas novas e em crescimento podem arcar com os custos da utilização de terceiros, fornecedores e consultores	3,7
É fácil para as empresas novas e em crescimento obterem serviços de terceiros, fornecedores e consultores de bom nível	4,2
É fácil para as empresas novas e em crescimento obterem bons serviços profissionais nas áreas contábil e jurídica	5,0
E fácil para empresas novas e em crescimento obterem bons serviços bancários (conta corrente, transações em moeda estrangeira, cartas de crédito, e afins)	4,5

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

O item considerado mais positivo na avaliação objetiva **(tabela 8.11)**, com nota 5,6, estava relacionado com a existência de terceiros, fornecedores e consultores em quantidade suficiente para prestar apoio a empresas novas e em crescimento. Entretanto, a média geral do fator foi bem inferior (4,5), influenciada, principalmente, pela pontuação dada pelos especialistas ao item que avalia se as empresas podem arcar com os custos associados à contratação de fornecedores e consultores para apoio especializado a essas empresas (3,7).

TABELA 8.12 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "infraestrutura comercial e profissional" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	4,5	39ª
África do Sul	4,4	44ª
Alemanha	6,3	3ª
Austrália	5,2	22ª
China	5,4	18ª
Estados Unidos	5,8	10ª
Índia	5,8	8ª
México	4,8	36ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

A maioria das economias selecionadas **(tabela 8.12)** apresentou a média das notas acima de 5, apenas a Alemanha registrou pontuação superior a 6, ficando em 3º lugar no ranking geral. Nenhum dos países obteve a média inferior a 4 e somente a África do Sul – com 4,4 – ficou abaixo do Brasil (4,5). Esse fator teve uma das menores variações entre as percepções dos especialistas dos países selecionados, apenas 1,9 pontos foi a diferença entre aquele que obteve a maior pontuação e o que teve a menor.

8.1.2.6 Clima Econômico, Contexto Político, Institucional e Social

Neste fator estão agrupados os assuntos relacionados à situação macroeconômica e suas implicações para a manutenção e o crescimento dos negócios; os efeitos que as políticas atuais, a administração política/pública, o sistema jurídico, a taxa de criminalidade e a corrupção dentro de órgãos governamentais ou ligados a ele têm sobre as atividades empreendedoras.

TABELA 8.13 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "clima econômico, contexto político, institucional e social": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	19,7	6º
Limitante	43,3	2º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Cerca de 20% dos especialistas **(tabela 8.13)**, novamente com uma interpretação de que os aspectos limitantes podem gerar oportunidades, citaram como favorável para o empreendedorismo o cenário nacional econômico, político, institucional e social altamente desafiador que acaba estimulando a resiliência do empreendedor brasileiro, e favorece a criação de novos produtos e soluções mercadológicas. Este fator alcançou a 6ª posição como sendo mais favorável.

Por outro lado, 43,3% explicitaram pontos negativos do fator, que o levaram a ocupar a 2ª posição como mais limitante. Conforme os especialistas a corrupção, a instabilidade econômica, o alto custo de capital, as mudanças constantes na legislação, as incertezas do ambiente político, a falta de confiança nas instâncias de poder, a demora e a dificuldade em realizar as reformas necessárias (por exemplo a tributária) afetam constante e negativamente o êxito do empreendedorismo no país, e impactam diretamente no investimento e na credibilidade do empresário brasileiro, seja para a criação de um novo negócio, ampliação de um já existente ou de possíveis investimentos internacionais.

8.1.2.7 Programas Governamentais

Neste fator estão enquadrados os temas que avaliam a presença de programas diretos e iniciativas concretas para auxiliar os novos negócios em todos os níveis de governo (nacional, regional e municipal). Também envolve a acessibilidade e a qualidade dos programas governamentais; a disponibilidade e qualidade dos recursos humanos de órgãos do governo, bem como a habilidade destes em administrar ações especificamente voltadas ao empreendedor; e à efetividade dos programas.

As avaliações dos especialistas situaram o fator "programas governamentais" em posições próximas como favorável (7ª posição) ou limitante (5ª posição) ao empreendedorismo no país **(tabela 8.14).**

TABELA 8.14 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "programas governamentais": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	16,7	7º
Limitante	19,4	5º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Foram 16,7% dos especialistas que mencionaram aspectos positivos, destacando o sistema de operacionalização do MEI e, em relação ao empreendedorismo de maior valor agregado, os programas de subsídios aos projetos de desenvolvimento tecnológico, mesmo indicando alguma instabilidade e falta de previsibilidade de operação, como as linhas de fomento da Finep[58].

Como aspectos limitantes, em torno de um quinto dos especialistas apresentaram alguma consideração. Comentaram sobretudo de assuntos relacionados à falta de integração entre os órgãos, bem como à limitada cooperação entre os atores em abrangência nacional; o excesso de burocracia nos órgãos públicos que restringe e dificulta a atividade empreendedora; e a falta de incentivos à criação e desenvolvimento de negócios inovadores, principalmente para os empreendimentos com vocação para atuação em mercados globalizados.

TABELA 8.15 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "programas governamentais" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Fator - programas governamentais	3,9
Uma ampla variedade de assistência do governo para empresas novas e em crescimento pode ser obtida através do contato com uma única agência	3,0
Parques tecnológicos e incubadoras de negócios fornecem um apoio efetivo a empresas novas e em crescimento	5,8
Há um número adequado de programas governamentais para negócios novos e em crescimento	3,8
As pessoas que trabalham para órgãos governamentais são competentes e efetivas em seu apoio a empresas novas e em crescimento	4,0
Praticamente qualquer pessoa que necessite da ajuda de programas governamentais para negócios novos ou em crescimento consegue encontrar o que procura	3,1
Os programas destinados a apoiar empresas novas e em crescimento são efetivos	4,4

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

[58] *A FINEP – Financiadora de Inovação e Pesquisa tem como missão promover o desenvolvimento econômico e social do Brasil por meio do fomento público à Ciência, Tecnologia e Inovação em empresas, universidades, institutos tecnológicos e outras instituições públicas ou privadas.* Disponível em: <http://www.finep.gov.br/>. Acesso em: 17 jul. 2020.

Na avaliação objetiva **(tabela 8.15)**, o item sobre a existência de parques tecnológicos e incubadoras que fornecem apoio a negócios novos e em crescimento recebeu a maior pontuação média (5,8), contudo, de um modo geral, os especialistas demonstraram uma percepção mais rigorosa do fator em relação aos resultados obtidos nas questões abertas, pois a pontuação média foi de apenas 3,9. Verificou-se a grande dificuldade para obter apoio em uma única agência, seja para abertura do negócio ou outra necessidade do empreendedor, sendo este o menor item pontuado, com 3. Praticamente a mesma nota obtida pelo item que analisa se qualquer pessoa que necessite de ajuda a partir de programas governamentais efetivamente consegue o apoio necessário (3,1).

Na comparação internacional **(tabela 8.16)**, cinco das oito economias selecionadas registraram pontuação inferior a 5, o que mostra uma percepção negativa da situação dos programas governamentais nos países. O Brasil, com nota de 3,9, superou apenas a África do Sul (3,1). Surpreende a presença dos Estados Unidos nesse grupo, com pontuação de 4,2. A Alemanha, com 6,2, obteve a maior pontuação no ranking geral.

TABELA 8.16 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "programas governamentais" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	3,9	37ª
África do Sul	3,1	49ª
Alemanha	6,2	1ª
Austrália	4,5	21ª
China	5,5	11ª
Estados Unidos	4,2	31ª
Índia	5,5	9ª
México	4,4	26ª

Fonte: GEM 2019

[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

8.1.2.8 Educação e Capacitação

Considerando os sistemas de educação formal em todos os níveis (ensino fundamental/médio/superior, pós-graduação e escolas técnicas), neste fator estão enquadrados os assuntos que tratam da incorporação de temas sobre a educação e a capacitação para criar ou gerenciar novos negócios no sistema educacional do país. Também estão incluídos os temas relacionados à qualidade, relevância e profundidade da educação voltada à criação ou ao gerenciamento de novos negócios; a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e criatividade; a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo; e a experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.

TABELA 8.17 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "educação e capacitação": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	16,7	7º
Limitante	34,3	3º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Nas questões abertas, elementos sobre o fator "educação e capacitação" foram apontados por 16,7% dos especialistas como favoráveis ao empreendedorismo, alcançando a 7ª posição **(tabela 8.17)**. Foi mencionada a existência de algumas iniciativas isoladas em todos os níveis de ensino, que promovem o desenvolvimento do espírito empreendedor nas crianças e nos adolescentes. Outro comentário foi sobre a nova Base Nacional Comum Curricular (BNCC)[59],- que apresenta ênfase em competências socioemocionais, com potencial de preparar os jovens para se tornarem futuros empreendedores.

Um percentual importante de especialistas (34,3%) apresentou críticas à educação formal do país, situando este fator entre os três mais limitantes ao empreendedorismo. As principais considerações foram em torno do fato do Brasil ser um dos países mais desiguais em termos educacionais, afetando negativamente as possibilidades de desenvolvimento econômico e social. Os especialistas comentaram que as classes menos favorecidas possuem um baixo nível de formação focado no empreendedorismo, na educação financeira, na inovação e na criatividade, diminuindo as chances de criarem iniciativas empreendedoras inovadoras.

Com relação à educação de nível superior, foram apontadas deficiências nas disciplinas de empreendedorismo, que por serem ofertadas de forma isolada não conseguem levar a perspectiva desse fenômeno efetivamente aos alunos. Somando a isso, existe o despreparo dos professores para ministrarem e fomentarem o espírito empreendedor nos estudantes.

Também foi citado o descompasso entre o conteúdo ministrado nas salas de aula e as demandas do mercado de trabalho, dificultando a formação de potenciais empreendedores aptos a enfrentarem as adversidades do mundo contemporâneo.

Na avaliação objetiva **(tabela 8.18)**, o item mais bem avaliado (4,8) trata da qualidade do ensino nas áreas de administração e negócios no que tange à preparação dos estudantes para enfrentar as dificuldades de iniciar e desenvolver um novo negócio. Entretanto, a visão geral do fator "educação e capacitação" teve uma perspectiva crítica, sobretudo em relação ao nível de educação empreendedora no ensino fundamental e médio, que obteve a pontuação média de 2 – o menor valor recebido entre todos os fatores e subfatores considerados **(gráfico 8.1)**.

[59] *A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) é um documento normativo que define o conjunto de aprendizagens essenciais que todos os alunos devem desenvolver ao longo das etapas e modalidades da Educação Básica no Brasil.* Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 17 jul. 2020.

TABELA 8.18 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "educação e capacitação" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Subfator - ensino fundamental e médio	2,0
O ensino em escolas primárias e secundárias encoraja a criatividade, a autossuficiência e a iniciativa pessoal	2,4
O ensino em escolas primárias e secundárias fornece instrução adequada sobre os princípios econômicos de mercado	2,2
O ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e criação de novas empresas	1,7
Subfator - ensino superior	4,3
As faculdades e universidades fornecem uma preparação boa e adequada para lidar com empresas em fase de abertura (*startup*) e em crescimento	3,6
O nível do ensino nas áreas de administração e negócios fornece uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas	4,8
Programas de capacitação de mão de obra, o ensino profissionalizante e os sistemas de educação continuada fornecem uma preparação boa e adequada para iniciar novos negócios e desenvolver novas empresas	4,5

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

No ensino técnico e superior, o resultado foi mais positivo, com nota média de 4,3. O menor valor indicado neste subfator (3,6) foi sobre as faculdades e universidades brasileiras, que em geral para os especialistas não fornecem uma boa preparação aos estudantes para lidar com empresas em fase de abertura e em crescimento.

TABELA 8.19 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "ensino fundamental e médio" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	2,0	49ª
África do Sul	2,2	46ª
Alemanha	2,7	36ª
Austrália	3,8	15ª
China	4,1	11ª
Estados Unidos	3,9	13ª
Índia	5,1	5ª
México	3,1	23ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

Em praticamente todos os países selecionados, os respectivos especialistas possuíam uma visão negativa da educação empreendedora nos níveis de ensino fundamental e médio **(tabela 8.19).** Apenas a Índia (5,1) recebeu pontuação superior a 5, sendo a 5ª colocada no ranking geral. O Brasil foi o que obteve a menor nota (2) e ocupou a 49ª posição entre as 54 economias participantes.

Em relação ao subfator "ensino superior" **(tabela 8.20)** houve uma melhora na percepção dos especialistas de todas as economias selecionadas. Quatro dos oito países receberam pontuação superior a 5 nesse tema, com destaque para o México que, com 6 pontos, alcançou a 3ª colocação no ranking geral. O Brasil (4,3) só superou a nota da África do Sul, que registrou 3,5 pontos.

TABELA 8.20 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "ensino superior" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	4,3	37ª
África do Sul	3,5	51ª
Alemanha	4,8	25ª
Austrália	4,5	32ª
China	5,7	6ª
Estados Unidos	5,4	12ª
Índia	5,7	8ª
México	6,0	3ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

8.1.2.9 Pesquisa e Desenvolvimento

Neste fator estão agrupados os temas relacionados à disponibilidade de pesquisa e desenvolvimento para novas empresas e as oportunidades geradas; as implicações das obrigações jurídicas e legislação de patentes; a capacidade dos pesquisadores em lidar com contrapartidas industriais e vice-versa; o nível de inovação dos países; a orientação nacional relativa à pesquisa e ao desenvolvimento; o reconhecimento e a promoção — pelo governo, indústrias e instituições educacionais — da importância da pesquisa aplicada; a disponibilidade e a qualidade da infraestrutura de apoio para empreendimentos de alta tecnologia.

TABELA 8.21 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "pesquisa e desenvolvimento": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	15,2	9º
Limitante	16,4	7º

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.
[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.
[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

O fator "pesquisa e desenvolvimento" foi lembrado pelos especialistas de forma equilibrada como favorável ou limitante ao empreendedorismo no Brasil, situando-se na 9ª posição entre os considerados mais favoráveis, representando 15,2% dos especialistas, e em 7º lugar como limitante, concentrando 16,4% das opiniões **(tabela 8.21).**

Sobre os aspectos favoráveis, a maior parte estava relacionada à crescente importância dos temas empreendedorismo e inovação em eventos de praticamente todos os setores da economia. Além do fortalecimento progressivo dos ecossistemas de inovação no Brasil, que buscam cada vez mais apoiar os empreendedores.

Entre as menções que explicavam o caráter limitante, destacaram-se a baixa integração existente entre as universidades e as empresas; a insuficiente disponibilidade de recursos para pesquisa e desenvolvimento, tanto públicos quanto privados; e a dificuldade das empresas nascentes e pequenas terem acesso à tecnologia de ponta em seus segmentos de atuação. Também foi citada a concentração geográfica dos ecossistemas de inovação em poucas regiões do país, sendo incipientes em outras.

TABELA 8.22 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "pesquisa e desenvolvimento" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Fator - pesquisa e desenvolvimento	3,2
A ciência, as novas tecnologias e outros conhecimentos são transferidos eficientemente pelas universidades e centros públicos de pesquisa às empresas novas e em crescimento	3,7
As empresas novas e em crescimento têm praticamente o mesmo acesso a novas pesquisas e tecnologias que empresas grandes e estabelecidas	2,5
As empresas novas e em crescimento têm condições econômicas para obter tecnologias mais avançadas	2,7
Há subsídios governamentais adequados para empresas novas e em crescimento adquirirem novas tecnologias	2,9
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	4,1
Existe apoio para que engenheiros e cientistas tenham suas ideias comercializadas através de empresas novas e em crescimento	3,2

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

O único item que recebeu uma pontuação acima de 4 na avaliação objetiva **(tabela 8.22)** foi sobre a base científica e tecnológica ser eficiente no apoio à criação de negócios baseados em novas tecnologias, em classe mundial, em pelo menos uma área. O item que recebeu a menor pontuação (2,5) abordou as disparidades existentes entre os empreendimentos novos e em crescimento e as grandes empresas no acesso a novas pesquisas e tecnologias.

Em relação ao fator "pesquisa e desenvolvimento" nos países selecionados **(tabela 8.23)**, China e Índia obtiveram as melhores pontuações, 5,6 e 5,3 respectivamente. Todos os demais tiveram a média inferior a 5 pontos. A China alcançou a 2ª posição entre as 54 economias participantes da pesquisa NES. O Brasil e a África do Sul registraram o menor valor, 3,2. Chama a atenção a percepção com viés negativo de especialistas americanos e alemães, já que seus países são reconhecidos no âmbito do desenvolvimento da ciência e tecnologia.

TABELA 8.23 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "pesquisa e desenvolvimento" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	3,2	38ª
África do Sul	3,2	39ª
Alemanha	4,8	11ª
Austrália	3,9	28ª
China	5,6	2ª
Estados Unidos	4,5	16ª
Índia	5,3	6ª
México	4,1	25ª

Fonte: GEM 2019

[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

8.1.2.10 Acesso à Infraestrutura Física

Neste fator estão agrupados os temas relacionados à acessibilidade e à qualidade dos recursos físicos, incluindo: telefonia, correio, internet, energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; terras, espaços para escritórios e estacionamento; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Também são enquadrados os assuntos sobre a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.

TABELA 8.24 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "acesso à infraestrutura física": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	12,1	10º
Limitante	4,5	14º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

O fator "acesso à infraestrutura física" não foi citado espontaneamente pelos especialistas de forma significativa como um fator favorável ou limitante ao empreendedorismo. Dentre os 12,1% de especialistas que realizaram comentários positivos, o principal elemento favorável mencionado foi referente a abundância de recursos naturais no Brasil. Por outro lado, os 4,5% que relataram o fator como limitante também indicaram que a situação logística ainda constitui um gargalo para a expansão e descentralização mais rápida do empreendedorismo pelo país **(tabela 8.24)**.

TABELA 8.25 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "acesso à infraestrutura física" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Fator - acesso à infraestrutura física	5,5
A infraestrutura física (estradas, serviços de energia elétrica, fornecimento de água, comunicação, saneamento, esgoto) oferece um bom apoio a empresas novas e em crescimento	4,0
O custo para o acesso a serviços de comunicação (telefone, internet, etc.), por uma empresa nova ou em crescimento, não é muito alto	4,5
Uma empresa nova ou em crescimento obtém acesso a serviços de comunicação (telefone, internet, etc.) em menos de uma semana	5,7
Uma empresa nova ou em crescimento pode arcar com os custos de serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto)	6,4
Uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês	6,6

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

O fator "acesso à infraestrutura física" foi o 2º mais bem avaliado pelos especialistas brasileiros com pontuação de 5,5, perdendo na média só para o subfator "dinâmica do mercado interno" **(gráfico 8.1)**. É nele que se encontram os únicos itens no Brasil que receberam pontuações superiores a 6 – aqueles que tratam dos custos e da celeridade para uma empresa nova e em crescimento ter acesso aos serviços básicos como água, gás, eletricidade, etc. **(tabela 8.25)**.

Na comparação internacional **(tabela 8.26)**, o fator "acesso à infraestrutura física" foi o mais bem avaliado pelos especialistas. Todos os países selecionados receberam notas acima de 5, com destaque para a China (7,7), Estados Unidos (7,5) e México (7,1). Novamente o Brasil e a África do Sul ficaram com as menores pontuações, 5,5 e 5,1 respectivamente.

TABELA 8.26 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "acesso à infraestrutura física" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	5,5	49ª
África do Sul	5,1	51ª
Alemanha	6,5	36ª
Austrália	6,3	39ª
China	7,7	7ª
Estados Unidos	7,5	11ª
Índia	6,9	29ª
México	7,1	22ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

8.1.2.11 Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação

Neste fator estão agrupados os temas relacionados aos custos e formalidades para contratação de empregados, gestão de recursos humanos, acesso a pessoas qualificadas, etc.

O fator "custos do trabalho, acesso e regulamentação" foi indicado por 9,1% dos especialistas como favorável ao empreendedorismo no país **(tabela 8.27)**. Algumas menções foram sobre a disponibilidade de um contingente considerável de recursos humanos qualificados, principalmente nos grandes centros urbanos.

No entanto, aproximadamente 18% dos especialistas apontaram elementos negativos relacionados ao fator, sendo classificado como o 6º mais limitante. Os destaques ficaram por conta dos elevados custos e a burocracia para contratar e regularizar a força de trabalho de um novo empreendimento, o que leva muitos empreendedores a optarem pela informalidade, ou seja, a atuarem de forma irregular, incorporando riscos severos ao negócio.

Os especialistas também citaram as dificuldades que o empreendedor, principalmente o nascente, tem ao contratar pessoas qualificadas para o seu negócio, e quando encontra tais profissionais a retenção geralmente é considerada difícil devido às obrigações trabalhistas a que estão sujeitos, combinadas com a imprevisibilidade inerente a um novo empreendimento.

TABELA 8.27 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "custos do trabalho, acesso e regulamentação": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	9,1	11º
Limitante	17,9	6º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

8.1.2.12 Apoio Financeiro

Os assuntos que compõem este fator são relacionados à disponibilidade de recursos financeiros (investimentos, capital de giro, etc.), para a criação de negócios ou sua sobrevivência, incluindo doações e subsídios. Também são envolvidos os tipos e qualidade do apoio financeiro, formas de participação, capital inicial e de giro; e o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo (conhecimento e habilidade para avaliar oportunidades, planos de negócios e necessidades de capital de empreendimentos de pequena escala, disposição para lidar com empreendedores e postura diante do risco).

O fator "apoio financeiro" foi indicado por 7,6% dos especialistas como favorável para o empreendedorismo no Brasil **(tabela 8.28)**. Com destaque para a descentralização das iniciativas e de recursos junto às instituições regionais que fomentam o empreendedorismo e a inovação; e a ampliação de investimentos – mesmo que insuficientes para atender toda a demanda, de grupos de investidores de risco (*venture capitalists*) e de investidores anjo (*business angels*), que têm contribuído de forma decisiva para o fortalecimento do movimento das *startups* e dos negócios digitais.

TABELA 8.28 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "apoio financeiro": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	7,6	12º
Limitante	34,3	3º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Os fundos conhecidos como *venture capital* estão investindo cada vez mais em *startups* brasileiras, conforme os dados da Associação Latino Americana de *Private Equity* e *Venture Capital*. Em 2018 esses fundos investiram US$ 1,3 bilhão (R$ 5,1 bilhões) em empreendimentos no país, volume 51% superior ao de 2017. O montante representou 65% de todos os investimentos realizados na América Latina (PEREIRA, 2019)[60].

Cerca de 34% dos especialistas avaliaram "apoio financeiro" como limitante ao empreendedorismo no país, sendo o 3º fator mais citado como limitante. A maioria apontou elementos relacionados ao acesso a recursos financeiros, com ênfase em três aspectos: as taxas de juros cobradas pelos bancos para o acesso ao crédito produtivo, incluindo todos os demais custos inseridos na operação; o nível de exigência de garantias ao tomador para efetivar uma operação de financiamento; e o excesso de procedimentos burocráticos que frequentemente dificultam a obtenção, pelo empreendedor, de recursos para o seu negócio. Alguns especialistas ainda comentaram sobre as poucas oportunidades de créditos disponíveis com finalidade específica para apoiar as atividades inovadoras nos empreendimentos, considerando os riscos inerentes à operação.

[60] PEREIRA, R. Após investirem R$ 5 bi em 2018, fundos ampliam busca por *startups* no Brasil. *O Estado de S. Paulo,* 12 maio 2019. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,apos-investirem-r-5-bi-em-2018-fundos-de-investidores-ampliam-caca-a-startups-no-brasil,70002825141>. Acesso em: 17 jul. 2020.

TABELA 8.29 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "apoio financeiro" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Fator - apoio financeiro	4,8
Há disponibilidade suficiente de fundos de participação *(equity funding)* para empresas novas e em crescimento	5,1
Há disponibilidade suficiente de financiamento *(debt funding)* para empresas novas e em crescimento (por ex: financiamento para capital de giro e investimento)	4,9
Há disponibilidade de subsídios governamentais *(government subsidies)* suficientes para empresas novas e em crescimento	4,3
Há disponibilidade de financiamento proveniente de investidores privados *(from private individuals)*, exceto fundadores, suficientes para empresas novas e em crescimento (parceiros, sócios investidores, investidor anjo)	5,4
Há profissionais investidores (investidor anjo) disponíveis para empresas novas e em crescimento	5,5
Há uma oferta suficiente de capital de risco para empresas novas e em crescimento	4,6
Há disponibilidade de financiamento *(funding)* proveniente de lançamento público de ações e títulos ao público *(initial public offerings - IPOs)* suficiente para empresas novas e em crescimento	3,7
Há disponibilidade de financiamentos privados, tais como financiamento coletivo (*crowdfunding)* para as empresas novas e em crescimento	5,4

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

Na pesquisa objetiva, o fator "apoio financeiro" (4,8) recebeu uma das mais altas pontuações entre os avaliados **(gráfico 8.1)**, apesar de ser o 3º mais indicado como limitante pelos especialistas brasileiros de forma espontânea. Em quatro dos oito itens que fazem parte desse fator, a pontuação foi superior a 5, sendo que o item sobre a existência de investidores anjo disponíveis para apoiar empresas novas e em crescimento obteve a maior nota (5,5). Contrariamente, o aspecto mais restritivo, com valor igual a 3,7, foi a disponibilidade de financiamento proveniente de lançamento público de ações e títulos ao público para empresas novas e em crescimento **(tabela 8.29)**.

TABELA 8.30 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "apoio financeiro" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	4,8	27ª
África do Sul	4,0	37ª
Alemanha	5,3	11ª
Austrália	5,1	14ª
China	5,8	3ª
Estados Unidos	6,0	2ª
Índia	5,7	4ª
México	4,1	36ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

Na comparação das economias selecionadas **(tabela 8.30)**, apenas os Estados Unidos alcançaram a pontuação 6 para o fator "apoio financeiro", obtendo a 2ª colocação geral entre os 54 países participantes da pesquisa com especialistas. Em seguida ficaram a China e a Índia, que conseguiram notas semelhantes, 5,8 e 5,7 respectivamente. Três economias obtiveram a média abaixo de 5: Brasil (4,8), México (4,1) e África do Sul (4).

8.1.2.13 Políticas Governamentais

Neste fator estão agrupados os temas relacionados às políticas governamentais regionais e nacionais, e se suas aplicações em termos de tributos e regulamentações são neutras ou se elas encorajam, ou não, o surgimento de novos empreendimentos.

TABELA 8.31 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "políticas governamentais": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	6,1	13º
Limitante	47,8	1º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Os aspectos favoráveis do fator "políticas governamentais" **(tabela 8.31)**, que foram citados por 6,1% dos especialistas, estavam principalmente relacionados às políticas públicas de incentivo à formalização de pequenos negócios, como a criação do MEI – Microempreendedor Individual, incluindo o tratamento diferenciado para as microempresas e empresas de pequeno porte (integração e simplificação dos processos de abertura, alteração, encerramento e licenciamento de atividades empresariais, tributos, acesso ao crédito e ao mercado).

Entretanto, apesar dos pontos positivos mencionados, o fator foi citado espontaneamente como o mais limitante ao empreendedorismo no país, praticamente um em cada dois especialistas manifestaram essa compreensão. A maior parte das menções apresentadas como limitantes estavam relacionadas à burocracia e à carga tributária. Alguns especialistas relataram que nem todos os benefícios estabelecidos na Lei Complementar 123/2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte) foram efetivamente implementados de forma equivalente em todos os entes da federação e municípios. Também foi citada a complexidade para o pagamento dos impostos, incluindo as obrigações tributárias acessórias, que ocasionam custos que não agregam valor efetivo ao produto final. Sobre a carga tributária, além de ser considerada por alguns como excessiva, a crítica foi em torno da má aplicação dos recursos arrecadados pelos governos.

TABELA 8.32 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "políticas governamentais" - Brasil - 2019

Afirmações	Média
Subfator - efetividade das políticas	3,9
As políticas governamentais (por exemplo, licitações públicas) favorecem consistentemente as novas empresas	3,8
O apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas do governo federal	3,8
O apoio a empresas novas é uma alta prioridade nas políticas dos governos estaduais e municipais	4,2
Subfator - burocracia e impostos	2,3
As novas empresas conseguem obter a maioria das permissões, licenças e concessões em cerca de uma semana	2,4
A carga de tributos NÃO é um fardo para empresas novas e em crescimento	1,7
Os tributos e outras regulamentações governamentais são aplicados às empresas novas e em crescimento de forma previsível e consistente	3,1
É relativamente fácil para empresas novas e em crescimento lidar com a burocracia governamental, regulamentações e permissões	1,8

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

Na pesquisa objetiva, a efetividade das políticas governamentais no Brasil obteve a pontuação média de 3,9 **(tabela 8.32)**. Neste subfator o item que obteve a maior pontuação (4,2) aborda a prioridade dada pelos governos estaduais e municipais, em suas políticas de apoio ao empreendedorismo. Porém, a avaliação geral mais crítica das políticas governamentais por parte dos especialistas foi sobre o enfoque da burocracia e dos impostos (2,3), confirmando a percepção obtida nas questões abertas. Contribuiu sobremaneira para essa avaliação o item que reconhece que a carga de tributos é de fato um fardo para as empresas novas e em crescimento com a média de 1,7. Este subfator obteve a 2ª nota mais baixa entre todos os avaliados **(gráfico 8.1)**.

TABELA 8.33 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao subfator "efetividade das políticas" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	3,9	35ª
África do Sul	3,5	41ª
Alemanha	4,1	29ª
Austrália	4,0	32ª
China	5,9	8ª
Estados Unidos	4,4	20ª
Índia	6,0	6ª
México	4,0	31ª

Fonte: GEM 2019
[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.
[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

Quando são avaliadas a efetividade das políticas públicas de apoio ao empreendedorismo das economias selecionadas, seis dos oito países não ultrapassaram a média de 4,5 **(tabela 8.33)**, somente a Índia e a China alcançaram em torno de 6 pontos. De modo geral, os especialistas nacionais veem com reservas as políticas públicas e os resultados alcançados no fortalecimento da atividade empreendedora em seus países. Brasil (3,9) e África do Sul (3,5) foram os únicos que registraram pontuações nesse subfator abaixo de 4.

Quando são avaliadas as políticas governamentais sob o ponto de vista da contribuição que os aspectos relacionados com tributos e burocracia têm a oferecer à dinâmica empreendedora, houve uma percepção também negativa, pois seis dos oito países selecionados não ultrapassaram 5 pontos **(tabela 8.34)**. Apenas a China (6,2) e a Índia (5,1) superaram esse patamar. A pontuação da China foi a 2ª mais alta entre as 54 economias participantes. África do Sul (2,7) e Brasil (2,3) foram os únicos que registraram notas nesse subfator abaixo de 3.

TABELA 8.34 Média das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas ao fator "burocracia e impostos" e posição no ranking geral do NES[2] - Economias selecionadas - 2019

Economias	Média	Posição
Brasil	2,3	53ª
África do Sul	2,7	46ª
Alemanha	4,2	27ª
Austrália	4,3	23ª
China	6,2	2ª
Estados Unidos	4,9	15ª
Índia	5,1	11ª
México	3,7	32ª

Fonte: GEM 2019

[1] Notas atribuídas pelos especialistas em escala de 0 a 10, sendo 0 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.

[2] Posição da respectiva média em relação às 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES) em 2019.

8.1.2.14 Diferenças Devidas ao Porte da Empresa

Neste fator estão enquadrados os assuntos que indicam que as diferenças entre as empresas ou negócios são influenciadas pelas suas dimensões em algum sentido: estágio, impostos, regulamentos, operações, competência, etc.

TABELA 8.35 Manifestações espontâneas dos especialistas[1] sobre o fator "diferenças devidas ao porte da empresa": percentual[2] e classificação[3] - Brasil - 2019

Indicaram como:	% dos especialistas	Classificação
Favorável	4,5	14º
Limitante	9,0	10º

Fonte: GEM Brasil 2019

[1] Nas manifestações espontâneas os especialistas não citam diretamente o fator. As respostas sobre o que consideram limitante ou favorável à atividade empreendedora são interpretadas e categorizadas pela equipe GEM.

[2] Percentual dos respondentes que mencionaram informações relacionadas ao fator. O especialista pode ter comentado sobre mais de um fator.

[3] Posição do respectivo fator em relação ao conjunto analisado.

Não houve uma representatividade muito acentuada do fator "diferenças devidas ao porte da empresa" como favorável ou limitante **(tabela 8.35)**. Apenas 4,5% dos especialistas mencionaram pontos positivos, como a legislação nacional específica para as micro e pequenas empresas que facilita a legalização, a tributação e o acesso a mercados, além da percepção de que os empreendimentos de grande porte estão sendo mais abertos nos relacionamentos com as empresas novas.

Os pontos limitantes, citados por 9% dos especialistas, estavam relacionados à falta de políticas públicas que atendam às especificidades de natureza jurídica, fiscal e financeira das *startups*. Essas empresas apresentam-se não só diferenciadas das maiores e com mais tempo de existência, mas também entre si, considerando o tipo de atividade, a sofisticação de seus processos, tecnologias e conhecimentos envolvidos; também a capacidade de geração de postos de trabalho e potencial de inovação. Todos esses aspectos definem as possibilidades dessas empresas de arcarem com a tributação, além da condição de captar recursos para funcionamento e investimento.

8.2 Avaliação pela População Brasileira das Políticas e Iniciativas Governamentais nos Municípios

Na pesquisa com a população adulta também estão presentes questões relacionadas às condições para empreender.

Busca-se conhecer a percepção dos entrevistados em suas localidades, sobre a existência de: a) estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras; b) disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino; e c) discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio.

Aproximadamente dois terços da população brasileira entrevistada não identificaram, em suas cidades, iniciativas propostas pelas diferentes esferas de governo (federal, estadual e municipal) em quantidade suficiente para estimular os indivíduos a se tornarem empreendedores. A proporção dos que identificaram tais estímulos alcançou 23% **(tabela 8.36)**.

TABELA 8.36 Percentual da população[1] sobre a percepção quanto a existência de estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras[2] - Brasil - 2019

Existência de estímulos governamentais	% da população
Sim	23,0
Não	67,7
Não sabe	9,3
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.
[2] Os entrevistados respondem tendo como referência a cidade onde moram.

Sobre o papel do sistema educacional local no apoio ao empreendedorismo por meio da oferta de disciplinas específicas relacionadas ao tema **(tabela 8.37)**, a diferença foi muito pequena entre os que identificaram a presença nas instituições de ensino locais (42,3%) e os que não perceberam (38,2%). Entretanto, uma parcela importante da população – quase um quinto – não soube responder, o que indica, no caso da existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, uma difusão precária dessa informação.

TABELA 8.37 Percentual da população[1] sobre a percepção quanto a existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino[2] - Brasil - 2019

Existência de disciplinas de empreendedorismo	% da população
Sim	42,3
Não	38,2
Não sabe	19,5
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.
[2] Os entrevistados respondem tendo como referência a cidade onde moram.

A pesquisa GEM buscou verificar se os brasileiros também identificavam algum tipo de atitude discriminatória no atendimento prestado pelos órgãos de apoio às iniciativas das pessoas empreendedoras (Sebrae, prefeituras, etc.). O resultado indicou que quase 60% não percebiam tais atitudes. No entanto, cerca de 24% identificaram alguma forma de discriminação étnica-racial e 22,6% reconheceram manifestações negativas relacionadas à condição socioeconômica. Os demais tipos discriminatórios – religiosa, por opção política, por orientação sexual e por gênero – foram percebidos por aproximadamente 15% **(tabela 8.38)**.

TABELA 8.38 Percentual da população[1] sobre a percepção de algum tipo de discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio[2] - Brasil - 2019

Discriminação	% da população
Não percebe nenhum tipo de discriminação	58,5
Étnica-racial	24,1
Socioeconômica	22,6
Religiosa	14,9
Por opção política	14,7
Por orientação sexual	14,7
Por gênero	14,6
Outras	0,4
Não sabe	3,5

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.
[2] Os entrevistados respondem tendo como referência a cidade onde moram.

8.3 Recomendações para Melhoria da Atividade Empreendedora no Brasil

Nesse item são apresentadas as principais recomendações para a melhoria das condições para empreender no Brasil, resultantes da pesquisa com os especialistas nacionais e da pesquisa com a população adulta.

8.3.1 Recomendações dos Especialistas para o Brasil

Cada especialista participante da pesquisa NES, além de avaliar os aspectos favoráveis e limitantes para se empreender, também é solicitado a apresentar, de forma espontânea, três recomendações para a melhoria do empreendedorismo em seu respectivo país. As principais recomendações para o Brasil estão apresentadas no **quadro 8.2** e abrangem os seis fatores mais relatados. É preciso ressaltar que apesar dessas sugestões servirem de inspiração para serem aplicadas no ambiente empreendedor nacional, precisam de mais estudos para serem implementadas e gerarem resultados efetivos.

QUADRO 8.2 Principais recomendações dos especialistas para melhoria das condições para empreender no Brasil - 2019

POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS
— Simplificar e reduzir a tributação, criando um imposto único para todas as esferas de modo a facilitar a gestão e garantir maior previsibilidade. Um novo sistema tributário deve assegurar e estimular a ambição pelo crescimento dos negócios.
— Revisar amplamente as legislações vigentes com o objetivo de identificar aquelas consideradas obsoletas, contraditórias ou inadequadas para a realidade atual e futura, minimizando assim os níveis de insegurança jurídica no ambiente de negócios no Brasil.
— Estabelecer um pacto entre os entes federativos e a sociedade em torno das políticas públicas reconhecidamente positivas, assegurando assim a estabilidade dos programas de apoio operacional e financeiro ao empreendedorismo.
EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO
— Instituir como política de Estado a formação empreendedora, mesmo que para isso seja necessária uma grande reformulação na estrutura de ensino vigente no país, priorizando a formação técnica, tecnológica e científica nos diferentes níveis educacionais. Respeitando assim as condições e vocações da população ao mesmo tempo em que responde pelas necessidades do mercado e de inserção no mundo globalizado.
— Incluir no ensino fundamental e médio noções de educação financeira e empreendedorismo como temas transversais, com foco na prática e na realidade a ser experimentada pelos vocacionados para esse tipo de atividade profissional.
— Conceber a educação empreendedora como um instrumento de ascensão social e desenvolvimento pessoal.
— Criar programas de competição relacionados a novos negócios inovadores, semelhantes aos já existentes como a Olimpíada de Matemática e as competições de robótica.
— Melhorar a formação e atualizar os professores nas escolas e universidades, para ensinar além do empreendedorismo tradicional, mas com foco no desenvolvimento de negócios digitais, como forma do aluno conhecer, estudar e criar novas oportunidades de empreendimentos.

(continua)

(continuação)

QUADRO 8.2 Principais recomendações dos especialistas para melhoria das condições para empreender no Brasil - 2019

PESQUISA E DESENVOLVIMENTO
Fortalecer e integrar os diferentes ecossistemas de inovação existentes no país.
Estimular a criação de novos ecossistemas empreendedores, descentralizados geograficamente, desenvolvendo comunidades e territórios, através do trabalho conjunto do poder público, entidades de apoio e fomento, empreendedores, incubadoras, investidores, escolas e universidades.
Implementar políticas de apoio financeiro e suporte técnico de longo prazo para pesquisa e desenvolvimento capazes de alavancar a competitividade sustentada do país no cenário internacional.
Facilitar a interação das universidades com as empresas nascentes e em crescimento, pois frequentemente essas empresas não conseguem estabelecer parcerias produtivas com as instituições de ensino.
APOIO FINANCEIRO
Criar mecanismos legais e operacionais que facilitem e incentivem a atuação dos investidores anjo e dos *venture capitalists.*
Fortalecer a importância e o impacto social do empreendedorismo perante a sociedade para que então prolifere a disponibilidade de capital semente para incentivo aos empreendedores dispostos a de fato gerar o impacto positivo pretendido.
Refletir sobre o papel dos bancos públicos que, apesar da necessidade de retornos financeiros de suas operações, devem servir como catalisadores do desenvolvimento econômico e social a partir do fortalecimento de atividades empreendedoras em estágio inicial.
PROGRAMAS GOVERNAMENTAIS
Implementar de forma efetiva os benefícios estabelecidos na L.C. 123/2006, principalmente com relação à desburocratização dos processos de formalização e licenciamento de empresas, o acesso a novos mercados (como o de compras governamentais), o acesso ao crédito e internacionalização.
Apoiar programas específicos para iniciativas de economia solidária, seja para formação de competência técnica como na criação de fundos rotativos, ampliando assim as oportunidades de acesso ao microcrédito produtivo para as comunidades envolvidas.
Aprimorar os programas voltados ao poder de compra governamental como ferramenta para induzir o crescimento de novas empresas, sobretudo aqueles com conteúdo tecnológico.
Fortalecer e integrar os ecossistemas de inovação, contemplando todos os elos: governos, instituições de desenvolvimento e pesquisa, empresas de maior porte, e mercado consumidor.
DIFERENÇAS DEVIDAS AO PORTE DA EMPRESA
Aperfeiçoar a legislação e os programas visando considerar de forma mais incisiva as reais peculiaridades relativas ao porte das empresas. Por exemplo: criação do marco-legal das *startups* que pode promover melhores condições para que essas empresas captem recursos junto aos investidores privados e tributação diferenciada do investimento. Preferência pelas *startups* para solucionar problemas e desafios do setor público.

Fonte: GEM Brasil 2019

8.3.2 Recomendações da População Brasileira para as Políticas Públicas

Na pesquisa com a população adulta (APS), os entrevistados responderam sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras, bem como para públicos específicos como seniores – acima de 55 anos – e mulheres.

Em 2019, cerca de 46% da população brasileira acreditava que mais facilidades de acesso ao crédito seria a ação mais importante para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras no país **(tabela 8.39)**. A segunda ação considerada mais relevante, com 19%, foi sobre uma maior difusão de cursos relacionados ao empreendedorismo.

TABELA 8.39 Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras: percentual da população[1] - Brasil - 2019

Ação	% da população
Maior facilidade de acesso ao crédito	45,7
Maior difusão de cursos de empreendedorismo	19,0
Menores custos para contratar mão de obra	14,6
Maior rapidez para abrir uma empresa	11,4
Maior oferta de serviços tecnológicos	5,1
Outras	0,4
Não sabe	3,7
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

A redução de custos para contratação de mão de obra foi a sugestão mais indicada por aproximadamente 15% da população e 11,4% acreditavam que a maior celeridade na abertura de empresas seria a ação mais importante para o estímulo ao empreendedorismo.

A população também foi questionada a respeito do que poderia ser feito para estimular mais pessoas com idade superior a 55 anos e mais mulheres a se tornarem empreendedoras. Para esses dois públicos, de acordo com as **tabelas 8.40 e 8.41**, o oferecimento de cursos específicos foi a sugestão mais frequente, com mais da metade das respostas. Em ambos os casos, cerca de um quarto dos respondentes indicaram o auxílio na organização de grupos de apoio mútuo, específicos para a faixa etária dos seniores e de mulheres, como uma alternativa para incentivar um maior e melhor engajamento desses segmentos em iniciativas empreendedoras.

TABELA 8.40 Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas com mais de 55 anos a se tornarem empreendedoras: percentual da população[1] - Brasil - 2019

Ação	% da população
Por meio de cursos voltados especificamente para esta faixa etária	54,3
Por meio de organização de grupos de pessoas dessa faixa etária	25,5
Por meio de palestras específicas para pessoas desta faixa etária	16,9
Não sabe	3,3
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

TABELA 8.41 Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as mulheres a se tornarem empreendedoras: percentual da população[1] - Brasil - 2019

Ação	% da população
Por meio de cursos voltados especificamente para mulheres	58,7
Por meio da organização de grupos de mulheres	26,6
Por meio de palestras específicas para mulheres	12,0
Não sabe	2,7
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

Conclusões

C



CONCLUSÕES

O Brasil participa desde o ano de 2000 do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) – o maior e mais extenso estudo sobre empreendedorismo do mundo –, que possui como característica peculiar a condição de capturar informações que vão além da economia formal, incluindo tanto as atividades econômicas regulamentadas quanto as não regulamentadas pelos mecanismos formais governamentais.

Em 2019, 50 economias de variados tamanhos, diferentes níveis de renda e de estágios de desenvolvimento participaram da pesquisa GEM.

Os principais resultados do Brasil em 2019 apresentados nos oito capítulos desta publicação foram classificados em uma matriz SWOT[61] **(quadro C.1)** – ferramenta utilizada nos processos de planejamento estratégico com o propósito de avaliar as características dos ambientes internos e externos das organizações –, de forma a organizar a apresentação das conclusões explanadas a seguir.

Os dados de 2019 demostram que, do ponto de vista quantitativo, de maneira geral, o empreendedorismo no Brasil destaca-se positivamente, indicando não só a manutenção ao longo dos anos, mas a tendência de aumento nas iniciativas empreendedoras da população.

A taxa total de empreendedorismo (TTE) no Brasil em 2019 foi de 38,7%, a 2ª maior da série histórica da pesquisa, representando uma estimativa de 53,4 milhões de empreendedores em idade adulta. A taxa de empreendedores iniciais (TEA) foi de 23,3% – a mais alta da série com 5,4 pontos percentuais acima do registrado em 2018. A TEA do Brasil ocupou a 4ª posição na comparação com as 50 economias participantes do GEM em 2019. De um modo geral, as taxas mais altas foram de países da América Latina e Caribe. O aumento da TEA brasileira foi influenciado, principalmente, pela taxa de empreendedores nascentes, que passou de 1,7% em 2018 para 8,1% em 2019, também o maior valor da série. Esses números tendem a aumentar, pois a taxa de potenciais empreendedores, ou seja, o percentual da população adulta não empreendedora que expressou o desejo de começar um novo negócio nos próximos três anos foi de 30,2%, 4,2 pontos percentuais superior a 2018. A taxa de empreendedores estabelecidos (TEE) de 16,2%, apesar da redução de 4 pontos percentuais em relação a 2018, manteve-se em um patamar alto quando comparada com as outras economias: o Brasil ocupou o 2º lugar no ranking geral.

Ao se depurar um pouco mais a informação sobre a intensidade da atividade empreendedora, observa-se que esta apresenta níveis mais altos em alguns segmentos da população no que se refere ao sexo, aos grupos de renda, idade e faixa etária. Essa intensidade também varia quando considerado o estágio do empreendimento.

A atividade empreendedora entre os homens é significativamente mais alta do que entre as mulheres quando se trata dos empreendimentos com mais de 3,5 anos de existência, mas passa a se igualar para os dois sexos para empreendimentos mais novos. A partir dessa constatação, pode-se concluir por dois cenários. O primeiro, por um lado, pode indicar uma evolução da participação feminina na criação e condução de novos negócios no país. O segundo, por outro lado, pode indicar que para as mulheres é mais difícil manter os empreendimentos vivos por muito tempo. Esses cenários conduzem a diferentes intervenções e devem ser considerados na proposição e desenvolvimento de políticas e programas de apoio ao empreendedorismo feminino.

[61] A sigla SWOT é formada pela junção das primeiras letras dos termos em inglês: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). No Brasil também é conhecida como matriz FOFA, sigla referente as iniciais das palavras traduzidas para o português.

Quase um quarto da população na faixa do 18 aos 24 anos estava envolvida com a criação de um negócio. Esse expressivo contingente de jovens empreendedores também demanda uma atenção especial dos setores públicos sobre eles no sentido de propiciar capacitação e oferecer um ambiente que favoreça o desenvolvimento de negócios de qualidade, que envolvam conhecimento, sejam geradores de tecnologia e de postos de trabalho.

Quando se trata da renda familiar e escolaridade da população, tanto o extremo superior quanto o inferior dos níveis das duas variáveis destacam-se com taxas expressivas de empreendedorismo, revelando fenômenos diferentes.

Considerando o extremo inferior dos níveis de escolaridade e renda, observa-se que em torno de 40% da população com escolaridade baixa está envolvida com alguma atividade empreendedora e percentual semelhante de empreendedorismo é observado entre a população de baixa renda. As altas taxas nesses grupos indicam que essa parcela da população pode estar empreendendo como forma de reação à falta de opção para obtenção de renda. Essa suposição é reforçada pela constatação de que em 2019 ainda eram 26,2% dos empreendedores iniciais brasileiros apontando a escassez de empregos como única razão para iniciar o negócio. Embora mostrando tendência de diminuição (em 2018 eram 37,5%), esse percentual ainda é alto.

Por outro lado, nos níveis superiores de escolaridade e renda foram identificados como empreendedores em torno de 40% da população com ensino superior e 56% com renda familiar superior a seis salários mínimos. A intensa atividade empreendedora desses grupos indica que também é significativo o contingente da população com potencial para empreender em negócios de maior valor agregado e motivados por razões que vão além da necessidade de obtenção de trabalho e renda. Esse argumento pode ser reforçado pela constatação de que 68,8% dos empreendedores com ensino superior completo mencionaram que iniciaram o negócio para fazer diferença no mundo.

Uma característica dos empreendedores brasileiros é de que a maioria atua de forma individual: em 2019, 48,5% não possuíam empregados e 15% tinham apenas um empregado. Inclusive, 19,1% dos iniciais e 37,6% dos estabelecidos foram classificados como "solo", ou seja, sem sócios, sem funcionários e sem pretensão de contratações futuras. Porém, ao se comparar os dados de 2018 com 2019, observou-se um aumento na proporção de empreendedores com ao menos um sócio. Foram 14,2% em 2018 e 25,1% em 2019.

Quatro atividades estavam entre as mais presentes nos três estágios do empreendedorismo (nascente, novo e estabelecido): "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas", "comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios", "cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza" e "confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas". Dos empreendedores iniciais 68,7% desenvolviam atividades de serviços voltadas ao consumidor final. Em relação às atividades dos estabelecidos, 35,8% eram voltadas ao setor de transformação e 5% para serviços orientados a outros negócios. Uma expressiva parcela de empreendedores desenvolvia suas atividades comerciais nas próprias residências (35,4% dos e 31% dos estabelecidos).

A maioria dos empreendedores atuava localmente, cerca de 30% possuíam clientes em outra cidade que não a sua e, aproximadamente, 3% tinham clientes de fora do país; o faturamento de 56,4% dos empreendedores foi abaixo de R$ 1.000 por mês; e 54,4% tinham dedicação exclusiva ao seu negócio. Em torno de 90% dos empreendedores iniciais acreditavam que seu produto/serviço não era considerado novo para seus consumidores e somente 28,8% dos empreendedores iniciais e 14,2% dos estabelecidos utilizavam alguma ferramenta eletrônica (site, e-mail, rede social, etc.) na condução de seus negócios.

Em 2019, outro destaque foi o aumento no percentual de empreendedores com negócios formalizados, que passou de 22,8% em 2018 para

26,1%, sendo que 17,8% dos empreendedores nascentes relataram já ter CNPJ em 2019. Quase um terço dos que obtiveram o CNPJ atribuíram a decisão à possibilidade de inserção no sistema previdenciário; dos que não possuíam CNPJ, cerca de um quarto mencionaram razões associadas aos custos (de abertura e formalização ou manutenção do pagamento de impostos). De um modo geral, as atividades desenvolvidas pelos formalizados eram mais diversificadas em relação aos informais e a geração de pelo menos dois postos de trabalho foi cerca de quatro vezes superior para os indivíduos com CNPJ.

O percentual da população brasileira que investe em negócios de terceiros informalmente – os chamados "investidores informais" – aumentou de 1,5% em 2018 para 3,2% em 2019. Foi o maior percentual da série histórica, significando cerca de 4,4 milhões de pessoas. Destaca-se que a grande concentração desses investidores se encontra entre a população de renda mais alta – acima de seis salários mínimos –, com 9,4%. Por sua vez, os valores investidos continuam baixos: 50% investiram menos de R$5.000,00. Essa taxa de investidores informais brasileira ao ser comparada com os outros 50 países ficou em 31º lugar, juntamente com o Reino Unido.

Além das informações detalhadas sobre a atividade empreendedora no Brasil, o GEM entende que esta atividade não pode ser analisada de modo isolado, pois está inserida em um contexto econômico, social e político que pode tanto incentivar e apoiar como restringir e desencorajar o empreendedorismo. Para entender e delinear as especificidades de cada economia em seu contexto, a pesquisa com a população adulta de cada país levanta algumas informações sobre a mentalidade empreendedora e é complementada pela pesquisa com especialistas nacionais sobre as condições para empreender nos países.

Sobre a mentalidade empreendedora, 62% da população acreditava possuir conhecimento, habilidade e experiência para iniciar um novo negócio. Um número expressivo da população (46,4%) percebia, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem. Também conheciam pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos (51,6%). Porém, apenas 39,4% consideraram ser fácil iniciar um negócio e 35,6% percebiam boas oportunidades de negócio, mas não começariam um empreendimento por medo de fracassar.

Os brasileiros entrevistados estavam vislumbrando sobre as possibilidades de empreender no futuro, pois o sonho de ter o próprio negócio (36,7%) foi o 4º mais citado, superando o de fazer carreira em uma empresa (23,4%) e no serviço público (15,9%).

Na pesquisa com os especialistas sobre as condições para empreender no Brasil, foram consultados 67 profissionais de diversas áreas associadas à temática do empreendedorismo no período de maio a julho de 2019. Os principais resultados obtidos foram expressos quantitativamente no Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI), que no Brasil foi de 4 numa escala de 0 a 10, situando o país na 43ª colocação entre as 54 economias participantes da pesquisa com especialistas.

Ao serem desdobrados os fatores que compõem o NECI do Brasil, alguns se destacaram com avaliações mais positivas. A existência de um mercado interno dinâmico que oferecia boas oportunidades de negócio, foi o fator com a nota mais alta no Brasil: 5,8 (em uma escala de 0 a 10), ultrapassando a média dos países do GEM e alcançando a 15ª colocação no ranking das 54 economias participantes do NES em relação a este fator. De um modo geral a infraestrutura física disponível obteve boa avaliação, em especial no que tange ao acesso a serviços básicos como água, comunicação e energia, cuja pontuação foi de 5,5. Porém, como esse fator também foi alto nas demais economias, o Brasil ficou na 49ª posição. Outros elementos favoráveis ao ambiente empreendedor também foram apontados como a presença de capacidade criativa e força para superação de adversidades entre os brasileiros. E a existência de parques tecnológicos e incubadoras que fornecem apoio a negócios novos e em crescimento, principalmente os de base tecnológica.

Por outro lado, outros fatores receberam avaliações menos favoráveis, influenciando para baixo a composição do NECI brasileiro. O fator "burocracia e impostos", com nota de 2,3, situou o Brasil na penúltima posição no ranking em comparação com os países participantes da pesquisa NES em 2019 (53ª/54). Outro fator com baixa pontuação (2) foi o ensino fundamental e médio no que tange às ações relativas ao empreendedorismo nos projetos pedagógicos. Esse fator também teve baixa pontuação na média das economias participantes e o Brasil ficou na 49ª/54 posição. Também foram baixas as pontuações para os seguintes fatores: recursos para o desenvolvimento de negócios baseados em tecnologia – como a interação entre a universidade e a empresa –; da mesma forma, as práticas de transferência de tecnologia e custos associados; e o custo para entrada no mercado.

O empreendedorismo já é reconhecido como uma ferramenta poderosa de desenvolvimento econômico e social, que permite a geração de trabalho e renda para indivíduos e comunidades, mas pode ir além, e auxiliar também nas questões ambientais, incentivando por exemplo a criação de negócios com produção limpa, a utilização de logística reversa, o reuso de materiais, o fomento da economia circular e bioeconomia, o estímulo do consumo consciente, entre outros. Apesar das várias diferenças existentes entre as 50 economias participantes do GEM em 2019, todas têm em comum a temática do empreendedorismo e o convívio no mesmo planeta Terra, por isso a importância de concentrar os esforços para alcançar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas para o ano de 2030, quando cada país deve procurar traçar as ações estratégicas mais adequadas conforme a realidade de sua localidade.

No caso do Brasil, o empreendedorismo poderá auxiliar nos seguintes ODS:

ODS 1 Acabar com a Pobreza em Todas as suas Formas, em Todos os Lugares

Cerca de 60% dos empreendedores iniciais afirmaram estar desempregados ou procurando emprego três meses antes de começar o negócio. Entre os que afirmaram estar desempregados, quase a totalidade dos iniciais (97%) mencionaram que o desemprego foi determinante para a abertura do empreendimento. A taxa de desocupação no país em 2019 era de 11,9%, portanto as dificuldades em conseguir um emprego no mercado de trabalho acabaram impulsionando o fenômeno do empreendedorismo, sendo a criação do negócio uma opção para obter o próprio sustento e/ou para complementar a renda familiar. Também foi identificado que 12,9% dos empreendedores se autodeclararam desempregados e procurando emprego. Essas situações podem justificar a presença da motivação para ganhar a vida porque os empregos são escassos para a maioria dos empreendedores iniciais brasileiros entrevistados.

ODS 5 Alcançar a Igualdade de Gênero e Empoderar Todas as Mulheres e Meninas

5.5. Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública

As taxas de empreendedores iniciais (TEA) por sexo ficaram bem próximas, sendo 23,1% para as mulheres e 23,5% para os homens. A diferença foi maior entre os estabelecidos, sendo 13,9% para o sexo feminino e 18,4% para o masculino. Segundo o relatório global do GEM 2019/2020[62], o empreendedorismo feminino brasileiro destacou-se juntamente com a Arábia Saudita, Catar e Madagascar – as três economias em que a TEA feminina excedeu a masculina –, sendo que na Arábia Saudita pode ter sido resultado das recentes mudanças políticas, que deram às mulheres mais liberdade individual.

Das cinco atividades mais frequentes entre as mulheres no Brasil, quatro também estavam entre os homens, porém com proporções diferentes. A única que não estava presente foi a dos serviços domésticos, que inclusive foi a mais frequente entre as empreendedoras, com 13,7%. Entre as prestadoras de serviços domésticos, cerca de 60% atuavam especificamente com a limpeza de residências, como diaristas, e 30% eram cuidadoras de crianças ou idosos. Também ocorreram relatos como cozinheira, lavadeira, passadeira e jardineira. Os serviços domésticos responderam por 9,4% das atividades dos sem CNPJ, ocupando o 1º lugar no ranking desse grupo e não estavam entre as 13 atividades mais frequentes dos formalizados.

Também foi constatada uma desigualdade na taxa de investidores informais segundo o sexo, entre os homens foi o dobro da verificada entre as mulheres. Elas foram a maioria entre os que empreenderam devido à escassez de empregos (90,8%) e para fazer diferença no mundo (53,2%), portanto é benéfico que mais mulheres se tornem empreendedoras.

ODS 8 — Promover o Crescimento Econômico Sustentado, Inclusivo e Sustentável, Emprego Pleno e Produtivo e Trabalho Decente para Todos

8.3. Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros

Os especialistas consultados pelo GEM apontaram as políticas governamentais como o fator mais limitante para o empreendedorismo no Brasil em 2019, sendo também o fator com o maior número de recomendações, juntamente com a educação e capacitação (ver capítulo 8). Além disso, dois terços da população adulta brasileira não identificaram estímulos governamentais suficientes em suas cidades para fomentar o empreendedorismo nas pessoas.

ODS 4 — Assegurar a Educação Inclusiva e Equitativa e de Qualidade, e Promover Oportunidades de Aprendizagem ao Longo da Vida para Todos

4.4. Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo

[62] BOSMA, N. *et al. Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report.* London: GERA, 2020.

Na pesquisa com especialistas, o subfator sobre as ações relativas ao empreendedorismo no ensino superior no país alcançou a 5ª melhor nota (4,3) entre os 12 fatores que compõem o NECI do Brasil, sendo o item mais bem avaliado (4,8) o que trata da qualidade do ensino nas áreas de administração e negócios em relação à preparação dos estudantes para enfrentar as dificuldades de iniciar e desenvolver um novo negócio. Um exemplo disso é a Universidade de São Paulo (USP), pois das seis *startups* que alcançaram a marca de US$ 1 bilhão de valor de mercado no Brasil (99, Nubank, iFood, Gympass, Stone Pagamentos e Arco Educação), conhecidas como "unicórnios", quatro eram da USP e desses 14 fundadores educados no país, dez foram graduados em Administração ou Engenharia por essa mesma universidade[63]. No ano de 2019, cinco novas *startups* brasileiras foram avaliadas em 1 bilhão de dólares ou mais (Loggi, Gympass, QuintoAndar, Ebanx e Wildlife) o que levou o Brasil a obter a 3ª posição no ranking dos países que mais geraram unicórnios no mundo, juntamente com a Alemanha (5), e atrás somente dos Estados Unidos (78) e da China (22)[64].

Por outro lado, o subfator relacionado ao ensino fundamental e médio obteve a menor pontuação na média das 54 economias participantes da pesquisa com especialistas do GEM, inclusive sendo o menor valor no conjunto de fatores do NECI Brasil. Apesar dos especialistas brasileiros citarem a capacidade empreendedora como o fator mais favorável ao ambiente empreendedor nacional, a maioria mencionou os traços da personalidade do brasileiro como a criatividade e a capacidade de adaptação a situações adversas, ressaltando, contudo, que esse potencial acabava sendo pouco aproveitado e não efetivo, devido às precárias condições de educação e capacitação da população em geral. Por isso, não foi surpreendente que o número de especialistas que recomendaram ações sobre educação e capacitação ser um dos mais expressivos em 2019.

Sobre as opiniões obtidas com a população adulta, a 2ª ação considerada mais importante para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras foi a maior difusão de cursos de empreendedorismo (19%), sendo que a 1ª ação foi sobre a maior facilidade ao crédito (45,7%). Porém, neste último caso é indicada a capacitação prévia do empreendedor que irá receber o crédito, principalmente na área de educação financeira, para que ele possa tomar as melhores decisões e gerenciar de forma eficiente o recurso financeiro a ser adquirido.

O GEM também perguntou para a população brasileira a respeito do que poderia ser feito para estimular mais pessoas com idade acima de 55 anos e mais mulheres a se tornarem empreendedoras. E para esses dois públicos foi sugerido, com mais da metade das respostas para cada um, a oferta de cursos específicos voltados para o empreendedorismo sênior e o empreendedorismo feminino.

Portanto, conclui-se a importância da educação empreendedora ao longo de toda a vida, desde o ensino infantil até a fase sênior, e da necessidade de criar e utilizar novos métodos educacionais tanto formais[65] como informais para alcançar o maior número possível de pessoas, visando torná-las independentes e autossustentáveis.

[63] NAOE, Aline. Empreendedorismo na universidade. *Jornal da USP*, 03 mai. 2019. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/usp-formou-10-dos-16-fundadores-de-unicornios-do-brasil/>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[64] FONSECA, Mariana. Brasil é 3º maior criador de unicórnios do último ano. *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, criado em: 08 jan. 2020, atualizado em: 12 fev. 2020. Disponível em:< https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2020/01/brasil-e-3-maior-criador-de-unicornios-do-ultimo-ano.html>. Acesso em: 17 jul. 2020.

[65] Nos questionários padronizados do GEM são considerados apenas os sistemas de educação formal em todos os níveis (ensino fundamental/médio/superior, pós-graduação e escolas técnicas).

QUADRO C.1 Matriz SWOT do empreendedorismo no Brasil – 2019

	Forças	Fraquezas
Características do empreendedorismo no Brasil	■ Elevada taxa total de empreendedorismo (TTE) = 38,7%, a 2ª maior da série histórica, estimativa de 53,4 milhões de empreendedores. ■ Elevada taxa de empreendedores iniciais (TEA) = 23,3%, maior valor da série histórica, com 5,4 pontos percentuais acima do registrado em 2018. ■ Aumento da taxa de empreendedores nascentes = passou de 1,7% em 2018 para 8,1% em 2019, maior valor da série histórica. ■ Aumento da taxa de potenciais empreendedores = 30,2%, 4,2 pontos percentuais superior a 2018. ■ Aumento na proporção de empreendedores com ao menos um sócio, passou de 14,2% em 2018 para 25,1% em 2019. ■ Baixo número de empreendedores iniciais considerados "solo" (19,1%), ou seja, sem sócios, sem funcionários e sem pretensão de ter no futuro. ■ Homens e mulheres com praticamente a mesma intensidade empreendedora em estágio inicial (23%). ■ Expressiva taxa de empreendedorismo inicial entre os jovens de 18 a 24 anos (24,3%). ■ Expressivo percentual de brasileiros com ensino superior eram empreendedores (39,7%). ■ Expressivo percentual de brasileiros com renda familiar superior a seis salários mínimos eram empreendedores (56,4%). ■ Elevado percentual de empreendedores com dedicação exclusiva ao seu negócio (54,4%). ■ Expressivo percentual de empreendedores iniciais indicou que fazer a diferença no mundo foi uma das motivações para empreender (51,4%). ■ Embora não seja uma correlação exata devido à alteração na metodologia para identificação da motivação para começar um negócio, infere-se que houve uma redução do empreendedorismo por necessidade, pois 26,2% dos empreendedores iniciais em 2019 apontaram como única razão para empreender a escassez de empregos (em 2018 eram 37,5%). ■ Aumento na taxa de investidores informais, de 1,5% em 2018 para 3,2% em 2019, maior valor da série histórica. ■ Expressivo percentual de brasileiros com renda familiar superior a 6 salários mínimos que investiram informalmente em novos negócios criados por outras pessoas (9,4%). ■ Expressivo percentual de empreendedores estabelecidos que desenvolviam atividades voltadas ao setor de transformação (35,8%). ■ Aumento no percentual de empreendedores com CNPJ, passou de 22,8% em 2018 para 26,1% em 2019, sendo que 17,8% dos empreendedores nascentes já relataram ter CNPJ em 2019.	■ Redução de 4 pontos percentuais na taxa de empreendedores estabelecidos na comparação com 2018 (16,2% em 2019). ■ Elevado percentual de empreendimentos com natureza individual, 74,5% não possuíam sócios. ■ Expressivo percentual de empreendedores estabelecidos "solo", ou seja, sem sócios, sem funcionários e sem pretensão de ter no futuro (37,6%). ■ Desigualdade na taxa de empreendedorismo estabelecido segundo o sexo, 4,5 pontos percentuais a mais no grupo masculino em relação ao feminino. ■ Expressivo percentual de brasileiros sem o ensino fundamental completo eram empreendedores (41,6%). ■ Elevada taxa de empreendedorismo entre os que recebiam até um salário mínimo de renda familiar (36,9%). ■ Elevado percentual de empreendedores iniciais que indicaram empreender, entre outras motivações, devido à necessidade de ganhar a vida, pois os empregos estavam escassos (88,4%), sendo que para 26,2% essa era a única motivação. ■ Alto nível de desemprego no país, 60% dos empreendedores iniciais estavam desempregados pouco antes do início da atividade. ■ Baixos valores investidos pelos investidores informais, mediana foi de R$5.000,00. ■ Alto percentual de empreendedores iniciais que desenvolviam atividades de serviços voltadas ao consumidor final (68,7%). ■ Baixo percentual de empreendedores estabelecidos com atividades de serviços orientadas a outros negócios (5%). ■ Baixa diversificação de atividades empreendedoras desenvolvidas por mulheres, com grande concentração em atividades relacionadas aos serviços domésticos (13,7%). ■ Cerca de um quarto dos empreendedores não obtiveram o CNPJ para seu negócio por razões associadas aos custos (de abertura e formalização ou manutenção do pagamento de impostos). ■ Abrangência geográfica restrita, cerca de 30% dos empreendedores possuíam clientes em outra cidade que não a sua, e em torno de 3% tinham clientes de fora do país. ■ Baixo percentual de empreendedores estabelecidos com o uso de ferramenta eletrônica (site, e-mail, rede social, etc.) na condução de seus negócios (14,2%). ■ Elevado percentual de empreendedores sem empregados (48,5%) e 15% tinham apenas um empregado. ■ Baixos níveis de faturamento: 56,4% dos empreendedores faturaram menos de R$ 1.000 por mês. ■ Alto percentual de empreendedores iniciais acreditava que seu produto/serviço não era considerado novo para seus consumidores (cerca de 90%).

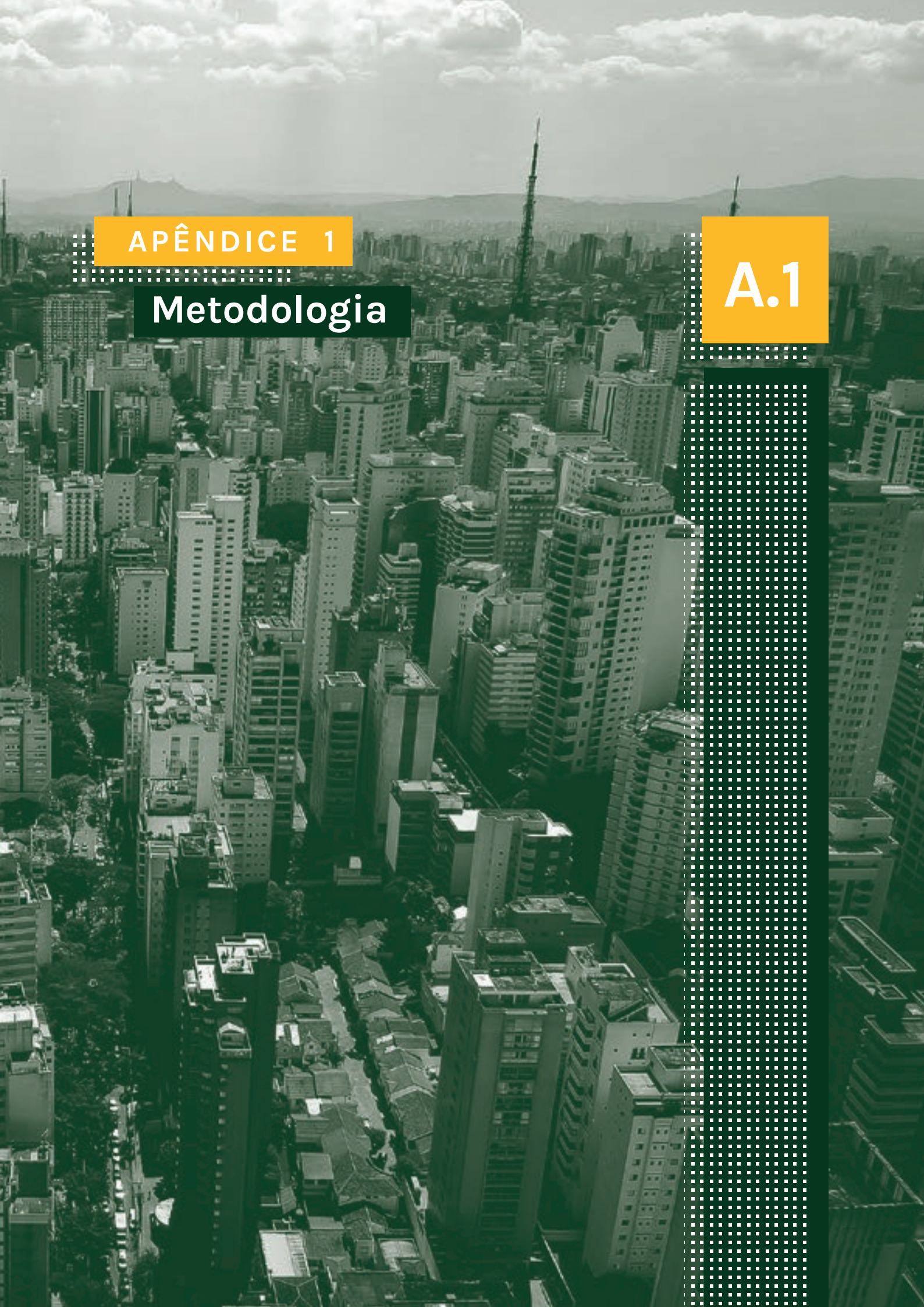
(continua)

(continuação)

QUADRO C.1 Matriz SWOT do empreendedorismo no Brasil – 2019

	Oportunidades	Ameaças
Ambiente externo ao empreendedorismo	▪ Expressivo percentual da população conhecia pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos (51,6%). ▪ Expressivo percentual da população que percebia, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem (46,4%). ▪ Elevado percentual de brasileiros que se autodenominavam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência para iniciar um novo negócio (62%). ▪ O sonho da população em ter o próprio negócio (36,7%) superou o sonho de fazer carreira em uma empresa (23,4%) e no serviço público (15,9%). ▪ A infraestrutura física disponível no país em geral favoreceu a criação de novos empreendimentos, em especial no que tange ao acesso a serviços básicos como água, comunicação e energia. ▪ Existência de parques tecnológicos e incubadoras que fornecem apoio a negócios novos e em crescimento, principalmente os de base tecnológica. ▪ Presença de capacidade criativa e força para superação de adversidades entre os brasileiros. ▪ Mercado interno dinâmico oferece boas oportunidades de negócio.	▪ Baixo percentual de brasileiros considerou ser fácil começar um negócio (39,4%). ▪ Expressivo percentual de pessoas percebia boas oportunidades de negócio, mas não começaria um empreendimento por medo de fracassar (35,6%). ▪ O Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) no Brasil foi de 4, situando o país na 43ª colocação entre as 54 economias participantes da pesquisa com especialistas (NES). Os fatores que mais comprometeram o índice foram: ▪ O arcabouço tributário e burocrático não favoreceu às empresas novas e em crescimento. Ao contrário, provocou inúmeras dificuldades ao pleno exercício regular das atividades empresariais. ▪ Falta de apoio e recursos financeiros para favorecer o desenvolvimento de negócios baseados em tecnologia (interação universidade e empresa), da mesma forma, as práticas de transferência de tecnologia e seus custos associados não contribuíram para a sustentação das empresas novas e em crescimento. ▪ Os projetos pedagógicos da educação básica (ensino fundamental e médio) apresentaram pouca ênfase em ações relativas ao empreendedorismo. ▪ O custo para entrada no mercado impôs restrições para criação de novos empreendimentos. ▪ A cultura nacional não encorajou os indivíduos a assumirem os riscos na criação de um novo negócio. ▪ Dois terços da população não identificaram estímulos governamentais suficientes em suas cidades para fomentar o empreendedorismo nas pessoas.

Fonte: GEM Brasil 2019



APÊNDICE 1

Metodologia

A.1

APÊNDICE 1 - METODOLOGIA

A.1.1 Público-alvo

A edição brasileira do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) possui o propósito de disponibilizar informações atualizadas, anualmente, sobre o panorama da atividade empreendedora no Brasil e no mundo para um público-alvo composto por três grupos: acadêmicos, planejadores de políticas públicas e os próprios empreendedores participantes da pesquisa.

A) Acadêmicos: são oferecidas informações padronizadas e consistentes geradas a partir de uma base de dados sólida, validada pela equipe internacional do GEM, que permitem a produção de estudos sobre o comportamento empreendedor em perspectiva comparada.

B) Planejadores públicos: são disponibilizadas informações detalhadas sobre as dificuldades e as potencialidades com que se defrontam os empreendedores, o que, portanto, pode auxiliar na formulação de ações mais eficientes que contribuam com a atividade empreendedora, reduzindo os desperdícios de recursos públicos.

C) Empreendedores participantes da pesquisa GEM: é ofertada a chance de observarem como se posicionam em relação a seus parceiros e competidores, internos e externos e, com isso, podem planejar suas ações futuras e aproveitar com mais propriedade as oportunidades disponíveis a cada ano.

A.1.2 Coleta de Dados

O GEM utiliza três tipos de coleta de dados para desenvolver as pesquisas sobre a atividade empreendedora nos países participantes e com isso obtém o padrão necessário para a realização das análises. São eles: entrevistas com a população adulta (*Adult Population Survey* – APS), aplicação de questionário com especialistas nacionais (*National Expert Survey* – NES) e pesquisa em fontes de dados secundários.

A.1.2.1 Pesquisa com a População Adulta (*Adult Population Survey* – APS)

Para avaliar o nível da atividade empreendedora em cada economia participante no GEM, são entrevistados membros da população adulta (18 a 64 anos), selecionados por meio de amostra probabilística. Esse procedimento constitui o aspecto mais complexo e dispendioso 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 segundo o desenvolvimento de seus negócios, as motivações para empreender e as características sociodemográficas.

Em 2019, 50 países participaram da pesquisa APS com adultos de 18 a 64 anos. No Brasil foram 2.000 entrevistados selecionados conforme o método de amostragem de múltiplos estágios, estratificado segundo o tamanho da população, com erro de 2,2% e 95% de confiança. A estratificação seguiu o seguinte processo:

a) Definição das regiões

- Foi definido o tamanho da amostra nas cinco regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste), considerando a proporção da população de cada região em relação à população total do Brasil.

b) Definição dos estados

- Em cada região foram selecionados entre um e três estados, dependendo do porte da região.
- Foram escolhidos os estados que, juntos, concentravam acima de 40% da população de 18 a 64 anos da região.
- O número de entrevistas realizadas em cada estado foi proporcional à população do mesmo em relação aos estados selecionados na região.

c) Definição dos municípios

- Os municípios selecionados para a pesquisa no Brasil foram classificados de acordo com sua população para caracterizar o porte, sendo: pequeno porte (até 100.000 habitantes), médio porte (100.001 a 300.000 habitantes) e grande porte (mais de 300.000 habitantes).
- Dentre o grupo de municípios escolhidos, foram sorteados aqueles que compõem a amostra final respeitando os seguintes critérios:
  - **(a)** Número de selecionados: três municípios (a capital, um de médio porte e um de pequeno porte) para estados com até 600 entrevistas.
  - **(b)** Distância: dentro de cada estado o grupo de municípios também atendeu ao critério da equidistância e representatividade geográfica, partindo da capital e municípios de grande porte para os menores.

d) Definição dos setores censitários e quadras visitadas

- Os setores censitários do IBGE[66] foram escolhidos aleatoriamente em cada município. Foram selecionados nove setores censitários nos municípios de grande porte, seis setores censitários nos municípios de médio porte e três setores censitários nos municípios de pequeno porte.
- As quadras visitadas foram escolhidas aleatoriamente em cada setor censitário. Foram numeradas todas as quadras do setor censitário e realizado um sorteio da sequência das mesmas para compor o trajeto do entrevistador.

[66] O setor censitário é a unidade territorial estabelecida para fins de controle cadastral, formado por área contínua, situada em um único quadro urbano ou rural, com dimensão e número de domicílios que permitam o levantamento por um recenseador. Para o Censo 2010, foi construída a Base Territorial, a partir da qual o país foi dividido em cerca de 314 mil setores censitários. Fonte: IBGE. Guia do Censo 2010: operação censitária. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/materiais/guia-do-censo/operacao-censitaria.html>. Acesso em: 17 jul. 2020.

QUADRO A1.1 Resumo do plano amostral da pesquisa com população adulta - GEM Brasil - 2019

Região	Amostra	Número de estados	Número de municípios		
			Grande	Médio	Pequeno
Norte	140	1	1	1	1
Nordeste	510	2	2	2	2
Sudeste	910	3	3	3	3
Sul	300	2	2	2	2
Centro-Oeste	140	1	1	1	1
Total	2000	9	9	9	9

Fonte: GEM Brasil 2019

As entrevistas no Brasil foram realizadas nos domicílios de forma presencial (face a face), seguindo um roteiro definido por meio de um questionário (padronizado para todos os países participantes do GEM), contendo perguntas abertas e fechadas e blocos específicos para determinadas categorias de respondentes. As entrevistas foram executadas no período de abril a julho de 2019 e a duração de cada uma variou de 7 a 30 minutos. Para a abordagem dos entrevistados foram seguidos os seguintes procedimentos:

a) Abordagem do entrevistador ao domicílio

- O primeiro domicílio abordado pelo entrevistador no setor censitário foi o localizado na face norte da quadra sorteada como número 1. O trajeto do entrevistador seguiu sempre no sentido horário, fazendo todo o contorno da quadra 1 antes de passar para a quadra 2 e assim por diante. O domicílio só poderia ser elegível quando não era um comércio ou um terreno abandonado. A cada entrevista realizada foi obedecido o pulo de dois domicílios para abordar o próximo.
- Quando a residência contatada estava fechada, o entrevistador fazia mais duas tentativas em diferentes dias e horários, enquanto continuava as demais entrevistas no setor censitário. Caso o contato não era efetivado, a entrevista planejada para ocorrer naquele local era substituída por outra no setor censitário seguinte.
- Quando na realização dos pulos a unidade encontrada era um condomínio residencial fechado, horizontal ou vertical, foi solicitado ao porteiro a autorização para realizar a entrevista em uma das residências do condomínio.

b) Abordagem ao entrevistado

- O indivíduo entrevistado foi escolhido pela técnica do "próximo aniversariante"[67], sendo considerados todos os residentes com idade entre 18 e 64 anos no domicílio selecionado. Em cada domicílio foi entrevistada apenas uma pessoa.
- As entrevistas foram realizadas em dias variados da semana (incluindo sábado, domingo e feriado) e em diferentes horários (manhã, tarde ou noite).
- Quando o "próximo aniversariante" do domicílio estava ausente, o entrevistador realizava no mínimo três retornos *(call backs)* para localizar o indivíduo selecionado.

[67] Ao visitar o domicílio selecionado, o entrevistador elabora uma lista dos moradores com suas respectivas datas de nascimento e a partir disto seleciona o "próximo aniversariante" como sendo o indivíduo a ser entrevistado.

A.1.2.2 Pesquisa com Especialistas Nacionais (*National Expert Survey* – NES)

O GEM coleta as opiniões de especialistas a fim de identificar os fatores que auxiliam ou dificultam a atividade empreendedora nos países participantes. Os resultados da pesquisa com especialistas nacionais (*National Expert Survey* – NES), além de contribuírem para a compreensão da dinâmica do empreendedorismo, fornecem elementos para a proposição de recomendações relativas ao fomento dessas atividades.

Para avaliar as condições intervenientes na atividade empreendedora, o GEM considera, conforme seu modelo conceitual, nove principais áreas denominadas EFCs (*Entrepreneurial Framework Conditions*), que estão descritas no **quadro A1.2.**

QUADRO A1.2 Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM

EFC 1: Apoio Financeiro
1. Avalia a disponibilidade de recursos financeiros (investimentos, 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; o entendimento tido pela comunidade financeira sobre empreendedorismo (conhecimento e habilidade para avaliar oportunidades, planos de empreendimentos e necessidades de capital de negócios de pequena escala, disposição para lidar com empreendedores e postura diante do risco).
EFC 2: Políticas Governamentais
2. 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 Efetividade das políticas: avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral.
EFC 2.2 Burocracia e impostos: trata da regulamentação, da burocracia e custos envolvidos.
EFC 3: Programas Governamentais
3. 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 do governo, bem como a habilidade destes em administrar ações especificamente voltadas ao empreendedor e à efetividade dos programas.
EFC 4: Educação e Capacitação
4. Avalia até que ponto a educação e a capacitação para criar ou gerenciar novos negócios são incorporadas aos sistemas educacionais formais em todos os níveis (ensino fundamental/médio/superior, escolas técnicas, cursos de pós-graduação e especificamente voltados ao empreendedorismo/negócios). Essa dimensão também examina a qualidade, relevância e profundidade da educação voltada à criação ou gerenciamento de novos negócios; a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e à criatividade; competência dos professores para o ensino do empreendedorismo; experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.
EFC 4.1 Ensino fundamental e médio.
EFC 4.2 Ensino superior.

(continua)

(continuação)

QUADRO A1.2 Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM

EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento
5. Avalia até que ponto a pesquisa e desenvolvimento levam a novas oportunidades empresariais, e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas. Essa dimensão também avalia as implicações das obrigações jurídicas e legislação de patentes; capacidade dos pesquisadores em lidar com contrapartidas industriais e vice-versa; nível de inovação dos países; orientação nacional relativa à pesquisa e ao desenvolvimento; reconhecimento e promoção — pelo governo, indústrias e instituições educacionais — da importância da pesquisa aplicada; disponibilidade e qualidade da infraestrutura de apoio para empreendimentos de alta tecnologia.

EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional
6. Avalia a disponibilidade, custo e 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 empreendimentos em crescimento. Também examina a acessibilidade à informação de variadas fontes, como internet, revistas, jornais e periódicos sobre economia nacional e internacional, processos de *startup*, como escrever um plano de negócios e de demandas de mercado.

EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada
7. 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 (informação assimétrica; a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores); políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, quotas, etc.), a estrutura (facilidade de entrada; dominação por parte de algumas empresas; vantagens para propaganda; competição de preços; etc.) e a extensão com que os empreendedores competem em igualdade de condições.
EFC 7.1 Dinâmica do mercado interno: avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro.
EFC 7.2 Barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno: avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes.

EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física
8. 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; terras, espaços para escritórios e estacionamento; e custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.

EFC 9: Normas Culturais e Sociais
9. Avalia até que ponto normas culturais e sociais encorajam ou não ações individuais que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas. Essa dimensão também examina as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; valorização do empreendedor; influência das condutas e atitudes determinadas pela cultura e sociedade, no que se refere à posição da mulher, das comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como étnicos e religiosos.

Fonte: GEM Brasil 2019

Os especialistas são escolhidos pelas equipes nacionais do GEM segundo seus conhecimentos e experiências relacionados às EFCs mencionadas anteriormente, ou seja, pessoas envolvidas diretamente com os temas relevantes para o empreendedorismo. Em cada um dos países são entrevistados no mínimo 36 especialistas, sendo que para reduzir o viés e garantir a objetividade, 25% dos especialistas da amostra, no máximo, são os mesmos que participaram da pesquisa NES no ano anterior. A seguir são apresentados alguns exemplos de profissionais procurados pelo GEM para compor o grupo de especialistas.

- **EFC 1 (apoio financeiro):** banqueiros, agentes públicos que atuam na gerência de programas financeiros, investidores anjo (*business angels*), e pessoas de negócios em geral.
- **EFC 2 (políticas governamentais):** agentes públicos relacionados à economia, profissionais que atuam em empresas e agências de desenvolvimento, e empreendedores provenientes dessas políticas.
- **EFC 3 (programas governamentais):** agentes públicos relacionados aos programas governamentais, profissionais que atuam em associações comerciais e agências de desenvolvimento, empreendedores e pessoas ligadas a esses programas.
- **EFC 4 (educação e capacitação):** professores, agentes públicos relacionados à educação, e empreendedores.
- **EFC 5 (pesquisa e desenvolvimento):** pessoas ligadas à indústria, inovação, agências de desenvolvimento (públicas ou privadas), e parques tecnológicos. Pesquisadores de universidades e empreendedores ligados à ciência e tecnologia.
- **EFC 6 (infraestrutura comercial e profissional):** advogados, contadores, analistas de mercado, profissionais de institutos de pesquisa, e empreendedores.
- **EFC 7 (acesso ao mercado e barreiras à entrada):** analistas de mercado, pesquisadores de universidades ou escolas de negócios (*business schools*), representantes de associações comerciais, câmaras comerciais e agências governamentais ligadas à economia e desenvolvimento, e empreendedores.
- **EFC 8 (acesso à infraestrutura física):** profissionais que atuam em empresas relacionadas ao fornecimento de energia elétrica, água, telefone e gás. Engenheiros, representantes de agências governamentais ligadas a infraestrutura física e parques industriais, e empreendedores.
- **EFC 9 (normas culturais e sociais):** representantes de associações comerciais, fundações, e da imprensa e mídia em geral. Sociólogos, pesquisadores e empreendedores.

Em 2019, além das 50 economias que realizaram a pesquisa com a população adulta (APS), participaram da pesquisa com especialistas (NES) a Bulgária, o Paraguai, a Tailândia e a Indonésia, totalizando 54 economias.

No Brasil, no período de maio a julho de 2019, foram consultados 67 especialistas selecionados pelo método de amostragem intencional não probabilística. Nas páginas 6 e 7 deste documento está disponível a lista dos 63 especialistas que autorizaram a divulgação de seus nomes e das respectivas instituições a que estavam vinculados.

Sobre o questionário, este é elaborado conforme o modelo do GEM internacional e planejado para ser respondido utilizando de 15 a 30 minutos. É composto por uma série de afirmações relacionadas às EFCs em uma escala Likert[68]. Cada especialista emite uma nota de 0 a 10, sendo 0 completamente falsa a 10 completamente verdadeira, ou então escolhe a opção não sabe ou não se aplica. O questionário também é composto por questões abertas, nas quais cada especialista indica os três aspectos mais favoráveis e os três mais limitantes ao empreendedorismo em seu país, além de três recomendações para tornar o ambiente mais favorável. Para possibilitar a comparação dos resultados entre todas as economias participantes, as respostas espontâneas expressadas pelos especialistas são interpretadas pelas equipes nacionais e categorizadas em 20 fatores – que englobam, além das EFCs, tópicos que possibilitam mais alternativas para classificação das respostas **(quadro A1.3)**.

QUADRO A1.3 Fatores em que são classificadas as respostas abertas

Apoio Financeiro	Clima Econômico
Fatores relacionados a qualquer tipo de financiamento, incluindo subsídios públicos, investimento informal, bancos, crédito, microcrédito, capital de risco.	Fatores relacionados ao ambiente econômico, recessões, crises, como a situação econômica influencia o empreendedorismo, as características e mudanças econômicas, posição relativa da economia nacional, entre outros.
Políticas Governamentais	**Caracterísicas da Força de Trabalho**
Fatores relacionados com as políticas públicas que interferem na atividade empreendedora (apoio ou restrição), impostos, burocracia, regulamentações, registro comercial de empresas, as agências, o pessoal público que atende empresários.	Fatores relacionados com a situação do mercado de trabalho, desemprego como um fator que favorece o empreendedorismo por necessidade, o pleno emprego como um limitador do empreendedorismo, demanda e oferta de postos de trabalho, etc.
Programas Governamentais	**Composição da População Percebida**
Fatores relacionados com os programas, iniciativas específicas para empreendedores, para mulheres, para os jovens, imigrantes, outros grupos, incubadoras, programas para áreas rurais, ajuda ou subsídios para projetos específicos, ações regionais.	Fatores relacionados com a imigração, a presença de estrangeiros no mercado de trabalho, no contexto empresarial, conflitos ou outros problemas derivados da composição da população (gênero, idade, cor, etc.) regresso de imigrantes, entre outros.
Educação e Capacitação	**Contexto Político, Institucional e Social**
Fatores em que a educação ou capacitação estão envolvidos em qualquer forma ou nível.	Fatores relacionados com o ambiente político ou social, atuação política, política internacional, conflitos políticos, ações sociais ou políticas, clima social, etc.
Pesquisa e Desenvolvimento	**Crise Internacional**
Fatores relacionados à interação e colaboração entre universidades (e parques tecnológicos ou semelhantes) e empresas, na troca de conhecimentos e experiências. Inclui também os programas públicos ou privados relacionados com este tema, incubadoras.	Fatores que mencionam explicitamente que a crise em curso tem qualquer tipo de influência no processo empreendedor nacional.

(continua)

[68] 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 informar 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. Fonte: MATTAR, F. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas, 1997.

(continuação)

QUADRO A1.3 Fatores em que são classificadas as respostas abertas

Infraestrutura Comercial e Profissional	Corrupção
Fatores que mencionam o acesso a profissionais de apoio a empreendedores, em termos de qualidade ou custos. Envolvem serviços de contabilidade, consultores, advogados, administradores, novas tecnologias para gerenciamento.	Fatores que mencionam explicitamente a corrupção.
Abertura de Mercado / Barreiras à Entrada	**Diferenças devidas ao Porte da Empresa**
Fatores relacionados com as características do mercado, níveis de oferta e demanda, exportações, importações, competência, monopólios, barreiras ou apoios à entrada no mercado, existência de oportunidades ou a falta delas, taxas de retorno, etc.	Fatores que indicam que as diferenças entre as empresas ou negócios são influenciadas pelas suas dimensões em algum sentido: estágio, impostos, regulamentos, operações, competência, entre outros.
Acesso à Infraestrutura Física	**Internacionalização**
Fatores relacionados com o acesso, custo e disponibilidade de infraestrutura física como estradas, água, gás, eletricidade, telefone, novas tecnologias de comunicação, estruturas e espaços para implementar negócios ou escritórios, apoio logístico, etc.	Fatores relacionados com o processo internacional do empreendedorismo, relações com parceiros, clientes, instituições externas, diferentes regulamentos, leis de comércio, etc.
Normas Culturais e Sociais	**Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação**
Fatores relacionados com a mentalidade, níveis de suporte e percepções da população em relação aos empreendedores e pessoas envolvidas em negócios, empreendedorismo entre as mulheres, entre os jovens, entre outros.	Fatores relacionados com os custos e formalidades para contratação de empregados, gestão de recursos humanos, acesso a pessoas qualificadas, entre outros.
Capacidade Empreendedora	**Informações**
Fatores relacionados aos níveis de disseminação do espírito empreendedor entre a população, a influência dos padrões culturais nos resultados, os níveis de envolvimento da população com o empreendedorismo ou a sua capacidade (conhecimento, habilidade e experiência) de se tornar empreendedora.	Fatores relacionados com a disponibilidade, o acesso à oferta de informações importantes para os atuais e potenciais empreendedores.

Fonte: GEM Brasil 2019

A seguir são apresentados os principais procedimentos da pesquisa com especialistas no Brasil em 2019.

- Identificação dos especialistas brasileiros relacionados às nove EFCs e envio da lista provisória à equipe do GEM internacional para aprovação.
- Após a aprovação a equipe do GEM no Brasil entrou em contato com cada especialista, por e-mail e/ou telefone, para obter seu consentimento em participar da pesquisa.
- Após a aceitação do especialista, foi enviado o link com o questionário eletrônico.
- Após o término do período para responder o questionário, os dados coletados foram enviados à equipe do GEM internacional para harmonização.
- Após o envio dos dados de todos os países participantes, a equipe do GEM internacional forneceu os arquivos de dados mestre e as análises foram realizadas.

A.1.2.3 Pesquisa em Fontes Secundárias

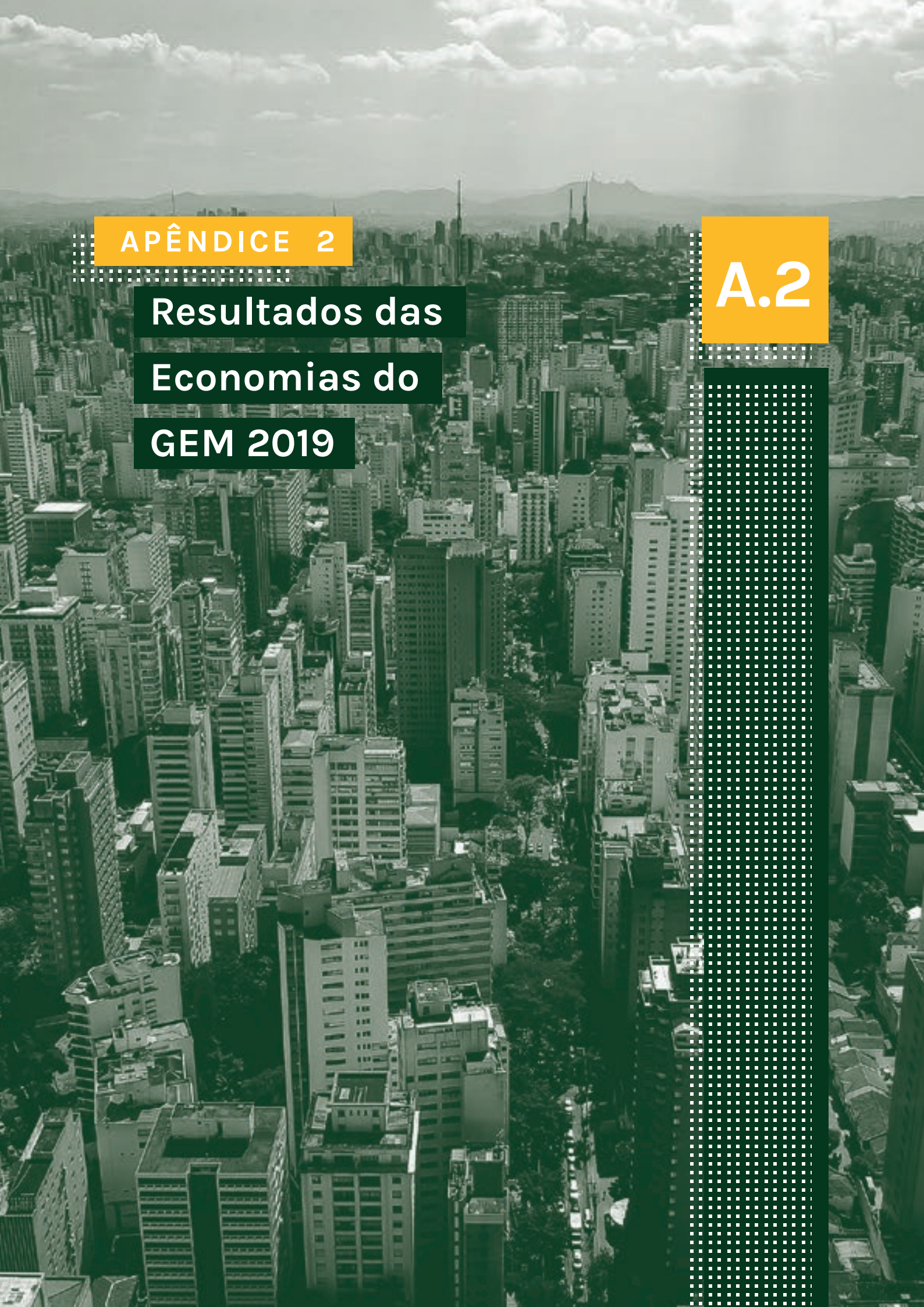
Os dados secundários são apurados para contextualizar os resultados e as análises desenvolvidas, fundamentando, refutando ou relativizando as conclusões com base em fontes padronizadas. Essas fontes são de origem internacional e nacional e relacionam-se às diversas dimensões: econômicas, sociais, culturais, demográficas, políticas, institucionais e outras.

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

A.1.3 Processamento e Tratamento de Dados

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

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



APÊNDICE 2

Resultados das Economias do GEM 2019

A.2

APÊNDICE 2 - RESULTADOS DAS ECONOMIAS DO GEM 2019

TABELA A2.1 Taxas[1] (em %) de empreendedorismo por estágio - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Iniciais		Nascentes		Novos		Estabelecidos		Total	
			Taxa	Rank/50	Taxa	Rank/50	Taxa	Rank/50	Taxa	Rank/50	Taxa	Rank/50
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	10,8	25	7,3	21	3,7	31	3,5	44	14,0	39
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	7,6	41	5,3	34	2,6	44	5,2	35	12,5	43
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	14,0	16	5,4	33	8,6	6	5,4	34	19,0	22
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	21,0	7	14,1	5	7,4	10	7,8	23	28,0	6
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	10,5	27	5,8	30	5,1	17	6,5	29	16,7	31
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	5,8	46	3,0	46	2,8	43	2,7	46	8,4	47
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**23,3**	**4**	**8,1**	**19**	**15,8**	**1**	**16,2**	**2**	**38,7**	**4**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	18,2	9	10,8	10	8,0	8	7,4	24	25,0	13
Catar	Alta	Oriente Médio e África	14,7	15	10,9	9	4,1	27	3,0	45	17,4	28
Chile	Alta	América Latina e Caribe	36,7	1	26,9	1	11,0	4	10,6	14	45,4	2
China	Média	Ásia e Pacífico	8,7	35	5,3	34	3,6	33	9,3	18	17,3	29
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	12,2	23	7,9	20	4,6	21	10,1	17	21,5	17
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	22,3	6	15,3	4	7,3	11	4,3	42	26,4	12
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	14,9	14	7,1	24	8,2	7	13,0	6	27,7	7
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	10,5	27	7,0	25	3,5	36	3,6	43	13,9	40
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	6,7	43	5,0	37	1,8	48	1,5	49	8,0	49
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	16,4	11	9,8	12	7,1	12	7,0	25	23,0	15
Equador	Média	América Latina e Caribe	36,2	2	26,9	1	10,8	5	14,7	4	48,2	1
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	13,3	18	9,2	15	4,2	25	5,9	31	18,9	23
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	7,8	40	4,4	41	3,6	33	8,5	19	15,9	32
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	6,2	44	2,4	47	3,8	29	6,3	30	12,4	43
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	17,4	10	11,8	6	5,9	14	10,6	14	26,9	8
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	8,2	39	4,6	39	3,8	29	14,3	5	22,2	16
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	25,1	3	11,2	8	14,6	2	14,8	3	38,5	5
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	15,0	13	9,4	14	5,9	14	11,9	10	26,8	11
Irã	Média	Oriente Médio e África	10,7	26	6,9	26	4,1	27	10,2	16	20,1	21
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	12,4	22	8,4	17	4,3	23	6,6	27	18,5	25
Israel	Alta	Oriente Médio e África	12,7	21	8,8	16	4,2	25	5,5	33	17,6	27
Itália	Alta	Europa e América do Norte	2,8	50	1,2	49	1,6	50	4,7	38	7,4	50
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	5,4	47	3,3	45	2,1	47	7,0	25	12,0	45
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	9,1	34	5,7	31	3,5	36	6,6	27	15,3	33
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	15,4	12	10,5	11	5,3	16	12,9	7	27,3	8
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	10,2	30	7,2	23	3,4	38	4,7	38	14,1	36
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	6,2	44	2,1	48	4,3	23	8,0	21	14,1	38
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	19,5	8	8,4	17	11,4	3	20,2	1	39,1	3
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	11,4	24	7,3	21	4,4	22	7,9	22	18,7	24
México	Média	América Latina e Caribe	13,0	19	9,8	12	3,4	38	1,8	48	14,7	34
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	8,4	36	4,9	38	3,6	33	5,6	32	13,6	41
Omã	Alta	Oriente Médio e África	6,9	42	3,9	42	3,1	41	2,0	47	8,9	46
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	10,4	29	5,6	32	4,8	19	10,8	13	20,7	19
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	22,7	5	15,5	3	7,5	9	4,7	38	26,9	10
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	3,7	49	1,1	50	2,5	45	4,7	38	8,4	48
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	5,4	47	3,6	43	1,8	48	12,8	8	18,1	26
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	13,4	17	11,3	7	2,2	46	1,3	50	14,5	35
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	12,9	20	6,9	26	6,0	13	11,0	12	23,2	14
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	9,3	32	6,5	28	3,1	41	8,2	20	16,8	30
Rússia	Média	Europa e América do Norte	9,3	32	4,6	39	4,8	19	5,1	36	14,3	36
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	8,3	38	5,1	36	3,3	40	4,9	37	12,7	42
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	9,8	31	6,2	29	3,7	31	11,6	11	20,9	18
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	8,4	36	3,6	43	4,9	18	12,8	8	20,6	20
		Média	**12,8**		**7,9**		**5,2**		**7,9**		**20,2**	

Fonte: GEM 2019

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

TABELA A2.2 Percentual da população de 18 a 64 anos segundo suas atitudes e percepções - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Conhece pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos		Percebe boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses		Afirma ser fácil começar um negócio		Afirma ter os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para iniciar um novo negócio		Percebe boas oportunidades, mas não começaria um negócio por medo de fracassar	
			Percentual	Rank/50	Percentual	Rank/50	Percentual	Rank/50	Percentual	Rank/50	Percentual	Rank/50
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	28,3	49	60,4	17	63,0	15	60,4	24	49,8	9
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	46,4	37	52,2	25	47,6	25	45,8	42	29,7	46
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	82,6	1	73,8	6	52,9	22	83,0	2	41,8	28
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	55,6	20	53,9	22	49,2	24	70,0	12	48,2	10
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	55,9	18	45,7	36	66,8	10	56,0	30	47,4	13
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	50,4	32	29,5	49	35,9	38	42,3	44	38,0	35
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**51,6**	**27**	**46,4**	**34**	**39,4**	**30**	**62,0**	**20**	**35,6**	**38**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	55,1	22	67,1	12	68,0	9	56,8	28	47,2	14
Catar	Alta	Oriente Médio e África	62,4	11	75,6	4	66,6	11	75,5	5	45,2	19
Chile	Alta	América Latina e Caribe	71,0	4	47,6	30	32,9	41	75,5	5	58,1	2
China	Média	Ásia e Pacífico	66,2	7	74,9	5	36,2	35	67,4	14	44,7	21
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	56,0	17	38,5	44	38,2	32	58,2	25	36,4	36
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	66,5	6	46,7	33	36,0	37	72,4	9	32,7	42
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	37,1	46	42,9	39	32,4	42	51,7	34	7,1	50
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	66,2	7	55,7	21	33,8	40	71,2	10	50,7	8
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	52,0	26	73,5	7	64,0	14	67,3	15	54,8	4
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	61,5	12	66,1	13	66,1	12	62,2	19	41,7	29
Equador	Média	América Latina e Caribe	59,2	15	55,9	20	55,3	19	78,3	3	35,1	39
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	65,2	9	36,0	46	25,2	48	53,1	33	43,7	23
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	60,4	14	47,6	30	54,3	21	57,5	26	42,2	27
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	42,1	45	36,1	45	38,5	31	50,8	36	48,2	10
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	60,9	13	67,2	11	71,2	8	65,5	16	35,1	39
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	30,1	48	49,9	28	46,9	26	51,6	35	40,6	33
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	68,4	5	67,3	10	46,6	27	77,4	4	39,6	34
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	64,4	10	83,1	2	80,0	5	85,2	1	62,4	1
Irã	Média	Oriente Médio e África	55,1	21	47,7	29	30,1	45	68,9	13	36,2	37
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	55,8	19	50,2	27	41,8	28	42,0	45	31,4	43
Israel	Alta	Oriente Médio e África	72,6	2	46,0	35	21,6	50	43,3	43	55,4	3
Itália	Alta	Europa e América do Norte	44,8	42	45,1	37	74,6	7	48,1	41	27,6	47
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	17,1	50	10,6	50	24,3	49	14,0	50	43,5	24
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	46,5	36	40,6	42	35,1	39	61,7	21	54,4	5
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	47,0	35	35,6	47	31,8	43	57,0	27	46,6	16
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	46,4	37	58,0	18	60,5	16	48,5	40	45,7	18
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	52,4	25	50,5	26	37,2	34	60,9	23	47,2	14
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	51,0	30	46,8	32	38,0	33	73,5	7	41,0	30
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	51,2	29	57,7	19	27,0	46	62,4	18	42,5	26
México	Média	América Latina e Caribe	46,4	37	62,8	15	50,9	23	70,7	11	47,7	12
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	43,3	44	69,5	9	87,4	2	31,5	49	30,2	45
Omã	Alta	Oriente Médio e África	71,1	3	72,3	8	54,7	20	56,3	29	40,8	31
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	51,5	28	64,6	14	84,1	3	41,9	47	27,1	48
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	45,4	41	53,4	24	57,2	17	72,9	8	40,8	31
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	44,8	42	62,3	16	56,4	18	63,0	17	54,2	6
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	50,3	33	87,3	1	90,2	1	50,4	38	45,9	17
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	45,7	40	39,4	43	26,5	47	55,7	31	33,2	41
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	50,7	31	53,5	23	41,1	29	61,4	22	52,6	7
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	49,1	34	43,8	38	82,4	4	55,2	32	44,5	22
Rússia	Média	Europa e América do Norte	57,2	16	29,6	48	31,4	44	35,6	48	45,2	19
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	54,6	24	79,8	3	78,3	6	50,7	37	42,9	25
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	54,7	23	40,7	41	64,5	13	49,2	39	23,9	49
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	35,6	47	41,2	40	36,1	36	42,0	45	31,0	44
		Média	**53,1**		**53,6**		**50,2**		**58,3**		**41,7**	

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.3

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "fazer diferença no mundo" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Iniciais	Masculino	Feminino
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	85,0	82,9	87,1
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	44,4	38,0	55,4
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	44,6	45,5	43,6
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	18,4	17,0	20,3
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	51,7	49,4	54,9
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	23,4	18,8	28,3
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**51,4**	**49,6**	**53,2**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	67,3	64,8	70,7
Catar	Alta	Oriente Médio e África	55,5	55,0	57,3
Chile	Alta	América Latina e Caribe	44,9	45,3	44,4
China	Média	Ásia e Pacífico	39,7	36,7	43,9
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	45,1	44,4	46,1
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	44,4	47,8	40,8
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	9,4	10,7	7,1
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	35,1	33,9	37,1
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	57,0	54,5	63,0
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	51,7	50,4	55,9
Equador	Média	América Latina e Caribe	52,7	53,4	51,8
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	40,7	38,8	43,8
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	48,2	50,7	43,5
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	49,4	53,8	44,9
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	66,4	62,5	70,5
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	32,3	32,1	32,5
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	80,2	81,5	78,7
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	86,8	85,7	88,5
Irã	Média	Oriente Médio e África	40,6	36,8	46,9
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	26,9	27,8	25,2
Israel	Alta	Oriente Médio e África	42,7	41,4	44,5
Itália	Alta	Europa e América do Norte	11,0	6,3	18,6
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	43,9	42,7	47,4
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	19,2	18,0	21,4
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	32,5	30,5	36,1
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	60,5	64,9	53,8
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	56,9	53,4	66,7
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	8,8	11,6	6,3
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	21,8	21,9	21,4
México	Média	América Latina e Caribe	65,1	64,7	65,5
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	36,6	34,3	42,0
Omã	Alta	Oriente Médio e África	49,9	38,7	65,9
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	32,3	27,2	38,7
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	76,8	74,5	80,0
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	70,3	63,2	95,1
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	65,4	65,9	64,7
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	65,9	66,3	65,4
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	41,7	40,1	44,0
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	49,0	50,8	46,1
Rússia	Média	Europa e América do Norte	27,1	25,6	28,7
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	50,3	50,8	49,3
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	43,2	41,0	46,9
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	44,5	40,6	50,4
		Média	**46,2**	**44,8**	**48,7**

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.4

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Iniciais	Masculino	Feminino
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	78,9	83,6	74,0
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	32,0	28,9	37,6
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	63,1	68,9	56,0
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	51,5	53,6	48,7
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	64,5	73,6	52,1
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	75,3	72,6	78,5
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**36,9**	**41,9**	**31,8**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	64,0	64,1	63,9
Catar	Alta	Oriente Médio e África	85,3	86,4	80,7
Chile	Alta	América Latina e Caribe	40,6	43,4	37,1
China	Média	Ásia e Pacífico	48,4	54,0	40,8
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	73,5	76,8	68,1
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	52,5	54,6	50,4
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	67,3	72,4	58,9
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	49,1	54,6	40,3
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	77,3	77,3	77,4
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	72,3	72,0	73,4
Equador	Média	América Latina e Caribe	36,5	37,5	35,4
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	33,9	35,0	32,0
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	47,1	59,3	24,4
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	59,5	64,8	53,9
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	69,0	72,8	64,9
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	48,2	52,0	43,8
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	59,8	59,9	59,8
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	87,2	90,1	83,1
Irã	Média	Oriente Médio e África	83,5	83,1	84,2
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	28,3	22,3	38,5
Israel	Alta	Oriente Médio e África	72,4	72,1	72,9
Itália	Alta	Europa e América do Norte	95,5	100,0	87,8
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	48,5	48,5	48,3
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	59,2	55,9	65,0
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	37,9	43,8	27,8
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	41,2	43,2	38,1
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	53,7	56,5	45,8
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	23,5	25,0	22,1
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	69,8	72,7	64,3
México	Média	América Latina e Caribe	51,9	56,8	46,9
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	19,5	20,1	18,0
Omã	Alta	Oriente Médio e África	53,0	49,0	58,7
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	22,0	29,1	12,9
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	64,3	67,0	60,6
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	90,3	87,5	100,0
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	13,3	14,6	11,8
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	43,7	43,0	44,4
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	43,6	50,7	32,7
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	51,6	55,9	44,3
Rússia	Média	Europa e América do Norte	69,7	70,8	68,5
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	55,0	61,0	43,8
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	38,1	46,6	23,5
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	57,5	61,2	52,1
		Média	**55,2**	**57,7**	**51,6**

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.5

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "continuar uma tradição familiar" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Iniciais	Masculino	Feminino
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	48,0	43,7	52,5
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	68,7	62,1	80,0
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	36,4	37,7	34,7
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	35,5	38,0	32,1
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	22,7	21,5	24,4
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	19,6	23,6	14,9
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**26,6**	**28,8**	**24,4**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	44,0	45,6	41,6
Catar	Alta	Oriente Médio e África	52,1	51,9	52,6
Chile	Alta	América Latina e Caribe	25,2	23,7	27,0
China	Média	Ásia e Pacífico	40,6	33,8	50,0
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	30,3	32,5	26,7
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	31,7	28,4	35,2
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	5,6	5,2	6,3
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	35,6	39,1	30,0
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	51,1	54,2	43,7
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	36,6	37,9	32,2
Equador	Média	América Latina e Caribe	35,7	34,7	36,9
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	28,1	28,2	27,9
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	23,2	25,8	18,2
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	13,4	14,5	12,1
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	30,6	32,0	29,1
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	35,3	38,0	32,1
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	53,2	52,3	54,2
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	79,8	78,9	81,0
Irã	Média	Oriente Médio e África	20,9	21,2	20,3
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	69,2	63,8	78,4
Israel	Alta	Oriente Médio e África	19,2	22,8	14,2
Itália	Alta	Europa e América do Norte	26,7	33,0	16,2
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	32,8	33,0	32,2
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	24,5	25,3	23,0
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	25,6	26,8	23,5
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	30,0	28,1	32,9
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	68,4	75,5	48,0
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	36,8	38,9	34,8
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	33,1	32,0	35,0
México	Média	América Latina e Caribe	48,0	50,6	45,3
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	14,5	13,9	15,9
Omã	Alta	Oriente Médio e África	26,6	29,3	22,7
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	18,0	20,2	15,2
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	52,9	49,1	58,0
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	67,1	70,8	54,5
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	81,6	81,0	82,4
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	43,5	45,9	40,5
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	31,4	29,7	34,0
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	5,8	4,6	7,8
Rússia	Média	Europa e América do Norte	24,9	26,4	23,3
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	33,2	37,0	25,9
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	17,1	20,2	11,8
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	19,7	18,1	21,9
		Média	**35,6**	**36,2**	**34,3**

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.6

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmaram que "ganhar a vida porque os empregos são escassos" estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Iniciais	Masculino	Feminino
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	90,3	89,4	91,2
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	42,6	39,2	48,5
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	72,4	75,5	68,5
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	88,8	87,3	90,9
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	41,4	43,9	37,8
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	51,7	46,5	57,5
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**88,4**	**86,0**	**90,8**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	62,8	62,1	63,8
Catar	Alta	Oriente Médio e África	62,2	61,3	66,0
Chile	Alta	América Latina e Caribe	68,7	64,1	74,4
China	Média	Ásia e Pacífico	65,8	64,2	68,0
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	58,0	54,8	63,0
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	90,1	89,2	91,0
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	35,1	31,7	40,6
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	74,0	74,7	72,8
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	63,6	58,8	74,9
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	64,9	62,8	71,4
Equador	Média	América Latina e Caribe	82,7	79,6	86,3
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	63,3	64,0	62,1
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	60,1	58,3	63,6
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	42,3	37,8	47,0
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	41,4	37,8	45,2
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	51,6	53,0	49,9
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	89,7	84,0	96,1
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	87,5	89,9	84,1
Irã	Média	Oriente Médio e África	68,7	66,4	72,4
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	40,7	38,3	44,8
Israel	Alta	Oriente Médio e África	53,9	58,4	47,3
Itália	Alta	Europa e América do Norte	89,5	85,3	96,5
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	32,7	30,3	40,0
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	93,1	92,5	94,2
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	68,3	63,4	76,7
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	38,3	38,9	37,4
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	83,6	81,0	91,1
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	81,1	79,4	82,7
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	93,3	92,7	94,5
México	Média	América Latina e Caribe	85,0	81,3	88,8
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	25,6	27,2	21,6
Omã	Alta	Oriente Médio e África	56,2	50,4	64,7
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	23,6	17,0	31,9
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	86,9	84,9	89,7
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	92,1	89,8	100,0
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	15,8	15,9	15,7
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	84,3	81,1	88,2
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	54,4	51,4	58,9
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	64,4	61,3	69,5
Rússia	Média	Europa e América do Norte	78,8	76,0	81,7
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	38,8	41,8	33,0
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	50,4	47,4	55,4
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	33,4	30,5	37,7
		Média	**63,4**	**61,6**	**66,4**

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.7 Taxas específicas[1] de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o sexo - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Masculino		Feminino	
			Taxa	Rank/50	Taxa	Rank/50
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	11,4	33	10,2	20
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	9,5	39	5,7	41
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	13,4	24	14,7	11
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	26,0	4	16,6	8
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	12,3	27	8,8	26
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	6,4	46	5,2	43
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**23,5**	**7**	**23,1**	**3**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	21,4	8	15,1	10
Catar	Alta	Oriente Médio e África	14,7	22	14,7	11
Chile	Alta	América Latina e Caribe	41,1	1	32,4	2
China	Média	Ásia e Pacífico	9,4	40	7,9	31
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	15,6	18	8,9	25
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	23,8	6	20,9	5
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	18,3	11	11,4	17
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	13,0	26	8,0	30
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	9,2	41	4,1	46
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	18,0	13	12,6	14
Equador	Média	América Latina e Caribe	38,8	2	33,6	1
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	16,4	15	10,2	20
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	9,9	38	5,6	42
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	6,3	47	6,0	38
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	18,3	11	16,6	8
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	8,8	43	7,6	33
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	28,0	3	22,4	4
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	17,1	14	12,7	13
Irã	Média	Oriente Médio e África	13,1	25	8,2	29
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	15,9	17	9,0	24
Israel	Alta	Oriente Médio e África	15,1	20	10,4	19
Itália	Alta	Europa e América do Norte	3,5	50	2,1	49
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	7,8	45	2,9	48
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	11,4	33	6,8	36
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	19,6	9	11,3	18
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	12,0	29	8,3	28
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	9,0	42	3,3	47
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	19,3	10	19,6	6
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	15,1	20	7,8	32
México	Média	América Latina e Caribe	13,6	23	12,4	15
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	11,5	31	5,1	44
Omã	Alta	Oriente Médio e África	8,1	44	5,8	39
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	11,5	31	9,2	23
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	26,0	4	19,3	7
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	5,5	49	1,7	50
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	5,7	48	5,1	44
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	15,5	19	11,5	16
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	16,1	16	9,9	22
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	11,7	30	7,0	35
Rússia	Média	Europa e América do Norte	10,2	36	8,6	27
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	10,6	35	5,8	39
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	12,3	27	7,3	34
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	10,0	37	6,8	36
		Média	**14,8**		**10,8**	

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores iniciais de cada categoria.

TABELA A2.8 Taxas específicas[1] de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o sexo - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Masculino		Feminino	
			Taxa	Rank/50	Taxa	Rank/50
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	4,5	44	2,6	41
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	6,6	36	3,8	31
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	6,6	36	3,7	32
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	11,3	20	4,8	23
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	7,3	32	5,8	19
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	3,5	46	2,0	44
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**18,5**	**2**	**13,9**	**2**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	9,1	27	5,8	19
Catar	Alta	Oriente Médio e África	3,6	45	0,3	50
Chile	Alta	América Latina e Caribe	11,8	18	9,5	7
China	Média	Ásia e Pacífico	10,4	23	8,2	13
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	13,8	13	6,7	17
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	4,6	43	4,0	29
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	17,2	7	8,7	12
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	4,7	42	2,5	43
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	2,1	49	0,8	49
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	8,0	18	4,5	25
Equador	Média	América Latina e Caribe	18,3	4	11,1	5
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	7,6	31	4,1	27
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	11,1	21	5,6	21
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	7,0	34	5,6	21
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	11,9	17	9,3	8
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	18,4	3	10,2	6
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	17,8	5	12,1	4
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	14,6	9	9,1	10
Irã	Média	Oriente Médio e África	14,2	10	6,1	18
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	9,3	26	3,9	30
Israel	Alta	Oriente Médio e África	7,3	32	3,6	34
Itália	Alta	Europa e América do Norte	6,9	35	2,6	41
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	9,8	25	4,0	29
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	10,0	24	3,1	37
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	16,7	8	9,2	9
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	5,9	41	3,4	35
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	11,1	21	4,8	23
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	20,0	1	20,4	1
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	11,5	19	4,4	26
México	Média	América Latina e Caribe	2,3	48	1,4	46
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	8,0	28	3,1	37
Omã	Alta	Oriente Médio e África	2,8	47	1,2	47
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	13,6	14	8,0	15
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	6,2	40	3,1	39
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	6,6	36	2,7	40
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	13,0	15	12,5	3
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	1,6	50	1,0	48
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	14,2	10	7,9	16
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	13,0	15	3,4	35
Rússia	Média	Europa e América do Norte	6,6	36	3,7	32
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	7,9	30	1,8	45
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	14,1	12	9,1	10
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	17,4	6	8,2	13
		Média	**10,0**		**5,7**	

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores estabelecidos de cada categoria.

TABELA A2.9 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a faixa etária - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	8,4	12,6	9,2	14,3	8,5
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	10,1	11,8	7,3	6,3	4,4
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	9,0	11,6	18,5	16,0	10,0
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	18,4	30,2	20,4	16,3	15,0
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	5,5	13,4	13,5	10,0	8,0
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	6,5	12,3	5,1	3,8	1,1
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**24,3**	**26,1**	**26,7**	**22,6**	**12,4**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	25,7	29,9	19,1	12,5	7,4
Catar	Alta	Oriente Médio e África	8,2	15,3	15,3	17,3	19,1
Chile	Alta	América Latina e Caribe	31,6	40,0	43,7	35,2	30,0
China	Média	Ásia e Pacífico	10,6	13,1	9,9	7,4	2,8
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	10,6	16,8	13,9	9,0	8,3
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	25,0	27,1	21,7	21,4	13,7
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	4,3	13,4	19,3	15,1	17,9
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	13,5	18,0	13,6	5,7	3,2
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	7,9	7,8	7,1	4,8	1,9
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	12,4	16,1	19,8	15,9	11,3
Equador	Média	América Latina e Caribe	30,6	41,9	41,3	32,1	29,9
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	18,6	18,9	15,9	9,7	4,7
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	3,6	13,8	9,5	8,6	2,1
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	5,0	8,5	6,9	5,7	4,2
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	15,8	22,1	22,1	13,3	13,4
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	13,2	6,3	6,5	9,9	6,7
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	22,3	32,7	27,0	18,0	13,1
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	14,6	16,9	15,3	11,9	14,7
Irã	Média	Oriente Médio e África	9,6	15,4	11,1	7,4	3,2
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	14,2	14,9	12,6	11,6	8,6
Israel	Alta	Oriente Médio e África	9,3	16,2	13,8	12,8	9,2
Itália	Alta	Europa e América do Norte	1,9	7,6	2,7	1,8	0,7
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	4,1	7,1	8,0	4,6	2,6
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	5,3	10,4	12,6	8,7	7,8
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	18,9	22,5	19,9	12,2	5,1
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	7,8	13,4	11,4	12,1	4,0
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	7,0	7,6	7,0	5,5	3,7
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	21,2	21,4	21,1	14,4	12,7
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	6,5	15,7	15,7	13,4	4,2
México	Média	América Latina e Caribe	12,2	14,1	14,3	12,7	9,3
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	8,6	9,1	9,2	8,7	6,0
Omã	Alta	Oriente Médio e África	7,2	8,1	6,9	5,6	3,2
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	14,2	15,6	11,6	6,7	6,0
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	22,7	23,7	24,0	23,7	17,1
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	4,2	3,5	3,3	4,7	1,6
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	3,0	11,1	5,2	3,7	2,3
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	16,1	18,9	17,7	9,5	5,0
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	16,7	18,7	14,2	9,4	6,8
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	12,2	10,0	10,9	9,8	4,2
Rússia	Média	Europa e América do Norte	13,1	15,0	10,3	5,2	3,6
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	13,2	10,8	8,3	5,9	4,4
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	12,1	10,8	9,9	9,1	7,8
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	6,3	11,7	10,9	7,4	4,8
		Média	**12,5**	**16,2**	**14,4**	**11,4**	**8,1**

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores iniciais de cada categoria.

TABELA A2.10 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo a faixa etária - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	1,4	3,8	4,0	3,5	6,0
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	0,1	4,6	5,6	7,2	6,1
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	0,6	1,6	6,8	11,6	8,0
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	6,8	5,7	7,2	14,0	6,6
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	0,9	3,3	5,5	10,3	12,3
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	0,6	1,7	4,3	3,9	2,2
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**7,2**	**12,7**	**18,2**	**23,8**	**20,5**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	5,3	6,6	7,2	9,5	7,7
Catar	Alta	Oriente Médio e África	0,8	2,8	3,2	5,2	3,9
Chile	Alta	América Latina e Caribe	1,3	3,8	9,7	17,2	22,9
China	Média	Ásia e Pacífico	8,2	8,6	9,2	11,2	9,1
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	0,7	9,0	9,2	16,6	14,2
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	0,8	4,7	4,0	5,4	6,4
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	0,0	3,0	8,4	23,2	22,2
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	0,4	4,0	3,4	5,0	3,8
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	1,4	2,0	1,8	0,8	0,7
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	2,6	4,4	9,6	12,5	14,4
Equador	Média	América Latina e Caribe	5,2	11,4	15,6	23,3	27,5
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	2,2	4,7	6,1	7,6	7,2
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	0,6	7,7	8,0	12,7	8,9
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	0,4	1,7	4,6	9,2	12,3
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	2,9	5,4	12,6	14,0	16,2
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	3,1	12,6	17,9	19,8	16,4
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	2,3	14,2	21,9	23,2	27,1
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	6,3	12,9	14,5	13,0	14,8
Irã	Média	Oriente Médio e África	3,9	6,5	15,5	14,5	11,1
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	1,4	4,4	5,7	8,2	12,7
Israel	Alta	Oriente Médio e África	2,3	2,6	6,1	9,8	7,6
Itália	Alta	Europa e América do Norte	0,8	4,0	7,2	5,8	3,5
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	0,0	3,7	6,8	9,3	11,0
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	5,5	4,8	6,7	8,9	10,2
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	3,8	8,6	17,0	18,8	11,7
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	3,0	1,5	8,3	5,7	3,9
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	5,0	6,4	9,3	12,4	5,8
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	8,8	19,4	25,2	29,9	27,4
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	1,2	8,1	9,8	14,1	12,4
México	Média	América Latina e Caribe	0,6	1,5	2,6	2,1	3,1
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	0,4	4,0	5,6	7,0	9,9
Omã	Alta	Oriente Médio e África	0,8	1,9	2,8	3,3	2,1
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	0,6	9,1	10,7	16,3	13,0
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	2,4	2,8	4,6	7,6	6,9
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	3,4	5,4	5,0	4,8	6,2
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	0,1	7,9	21,1	19,5	9,3
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	0,6	0,5	1,7	2,0	1,3
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	2,5	7,3	12,1	15,2	13,9
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	2,1	5,9	6,1	13,1	11,6
Rússia	Média	Europa e América do Norte	0,4	4,6	8,2	7,8	2,4
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	5,2	5,3	4,5	4,8	4,6
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	3,7	4,8	16,5	13,8	15,9
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	0,0	8,1	13,7	19,4	16,9
		Média	**2,4**	**5,8**	**9,0**	**11,6**	**10,6**

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores estabelecidos de cada categoria.

TABELA A2.11 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade[2] - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Experiência pós-graduação
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	8,2	9,1	13,4	17,1
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	4,7	5,8	12,5	0,0
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	9,5	0,0	18,0	25,9
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	20,7	16,8	24,1	24,8
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	6,5	6,9	12,5	10,3
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	13,8	4,4	7,7	11,4
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**20,8**	**24,4**	**28,3**	**0,0**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	25,5	16,3	17,7	22,0
Catar	Alta	Oriente Médio e África	13,1	0,0	14,7	19,2
Chile	Alta	América Latina e Caribe	30,2	34,7	38,4	42,7
China	Média	Ásia e Pacífico	8,2	8,0	9,5	7,9
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	8,4	9,5	9,7	14,4
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	18,0	23,4	22,4	34,7
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	14,0	13,4	15,7	15,4
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	3,7	9,9	11,9	15,1
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	5,9	4,5	7,6	3,7
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	10,1	8,9	18,9	0,0
Equador	Média	América Latina e Caribe	34,7	35,3	40,2	45,1
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	8,4	12,7	16,2	15,9
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	3,7	5,8	10,9	14,8
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	3,8	6,1	7,5	8,5
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	14,0	14,7	18,5	17,5
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	6,8	9,5	9,4	0,0
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	21,4	28,3	32,4	0,0
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	13,8	18,0	14,2	0,0
Irã	Média	Oriente Médio e África	4,5	6,4	12,5	17,0
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	14,8	11,4	12,3	11,2
Israel	Alta	Oriente Médio e África	6,1	8,5	14,1	16,2
Itália	Alta	Europa e América do Norte	1,2	2,0	8,4	0,0
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	6,7	3,2	6,4	8,8
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	8,2	9,0	12,4	16,8
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	13,6	13,7	17,6	17,0
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	5,0	5,4	18,4	12,8
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	5,5	7,1	4,9	13,2
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	21,2	18,7	11,7	20,6
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	14,0	10,2	8,6	3,6
México	Média	América Latina e Caribe	10,7	14,6	20,3	47,0
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	9,7	9,3	6,9	9,2
Omã	Alta	Oriente Médio e África	7,1	8,0	6,0	11,1
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	8,6	10,3	12,4	10,6
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	20,1	22,9	23,8	31,7
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	2,3	5,9	4,8	8,6
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	2,0	5,8	6,4	5,9
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	9,1	12,1	15,5	9,4
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	8,6	13,7	15,9	17,3
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	6,7	7,8	10,7	12,5
Rússia	Média	Europa e América do Norte	3,3	7,0	10,4	0,0
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	12,2	7,3	8,8	11,9
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	4,8	8,0	12,1	12,2
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	6,2	6,1	9,7	10,1
		Média	**10,8**	**11,2**	**14,5**	**14,0**

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores iniciais de cada categoria.

[2] Alguma educação = Nenhuma educação formal, ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-secundário = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto; Experiência pós graduação = Mestrado completo, doutorado incompleto e completo.

TABELA A2.12 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo o nível de escolaridade[2] - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Experiência pós-graduação
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	2,7	3,3	4,0	5,2
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	5,2	3,7	7,1	0,0
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	6,9	0,0	4,0	0,0
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	9,1	7,2	6,8	9,8
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	8,2	5,0	7,5	5,2
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	0,0	1,9	4,3	4,7
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**21,7**	**12,0**	**12,3**	**0,0**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	11,2	5,6	7,5	8,5
Catar	Alta	Oriente Médio e África	2,8	0,0	3,0	3,5
Chile	Alta	América Latina e Caribe	18,5	11,4	8,4	10,5
China	Média	Ásia e Pacífico	9,5	10,0	8,6	20,5
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	12,5	9,5	12,3	9,7
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	8,7	3,2	3,5	5,6
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	14,0	14,3	11,3	17,1
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	0,9	3,6	3,5	7,0
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	1,2	1,3	1,6	3,3
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	3,4	5,8	7,5	0,0
Equador	Média	América Latina e Caribe	18,6	12,7	13,1	21,8
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	3,0	6,4	4,4	6,9
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	5,9	9,1	8,5	12,5
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	6,2	6,2	6,4	7,2
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	11,4	10,2	10,0	12,8
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	13,2	9,0	16,7	0,0
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	16,4	13,0	14,1	0,0
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	11,8	11,6	12,7	0,0
Irã	Média	Oriente Médio e África	8,9	10,1	8,9	13,3
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	10,5	6,1	6,0	7,5
Israel	Alta	Oriente Médio e África	2,1	5,7	5,1	7,3
Itália	Alta	Europa e América do Norte	2,2	5,2	9,2	7,4
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	16,4	6,2	6,7	11,2
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	6,9	5,3	6,1	4,0
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	10,1	11,4	12,1	22,0
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	3,5	2,8	5,1	8,5
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	6,7	8,2	8,2	12,5
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	24,1	14,8	12,8	10,5
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	12,2	4,9	2,7	3,0
México	Média	América Latina e Caribe	1,7	1,3	4,0	4,0
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	7,6	7,6	3,8	5,5
Omã	Alta	Oriente Médio e África	2,4	1,7	1,5	2,0
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	13,2	9,2	9,8	13,7
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	4,7	4,1	4,8	12,1
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	4,7	5,6	4,0	3,7
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	6,9	11,5	16,8	14,8
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	1,9	1,0	1,3	0,0
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	10,8	10,5	11,9	11,6
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	8,8	10,9	6,6	6,5
Rússia	Média	Europa e América do Norte	3,8	1,9	5,9	0,0
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	5,2	3,7	6,2	5,2
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	1,1	10,7	13,6	9,0
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	11,4	17,4	10,5	10,9
		Média	**8,2**	**7,1**	**7,7**	**7,6**

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores estabelecidos de cada categoria.

[2] Alguma educação = Nenhuma educação formal, ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Secundário completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Pós-secundário = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto; Experiência pós graduação = Mestrado completo, doutorado incompleto e completo.

TABELA A2.13 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo os percentis de renda - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	33% menor	33% central	33% maior
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	11,1	10,4	10,9
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	7,0	6,7	11,2
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	7,7	12,3	23,2
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	15,7	21,6	27,9
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	8,8	10,5	13,1
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	3,7	3,8	6,2
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**21,6**	**22,0**	**27,6**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	19,9	17,8	19,8
Catar	Alta	Oriente Médio e África	17,7	15,4	13,7
Chile	Alta	América Latina e Caribe	28,9	37,8	45,1
China	Média	Ásia e Pacífico	7,8	8,9	8,7
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	12,0	11,2	13,0
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	20,5	23,0	21,8
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	13,3	13,4	18,4
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	7,0	12,8	13,1
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	6,0	6,0	9,6
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	9,9	15,5	23,8
Equador	Média	América Latina e Caribe	31,6	34,9	41,7
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	9,9	18,1	0,0
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	3,3	6,6	11,7
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	4,5	4,6	11,9
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	14,6	18,5	19,5
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	8,8	4,8	11,2
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	23,7	23,0	32,9
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	16,1	15,0	18,8
Irã	Média	Oriente Médio e África	8,0	13,8	17,9
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	13,0	10,8	12,7
Israel	Alta	Oriente Médio e África	8,2	15,2	15,5
Itália	Alta	Europa e América do Norte	1,3	1,5	7,7
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	5,2	5,8	7,4
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	8,6	7,7	11,1
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	8,5	12,9	21,5
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	10,0	10,3	12,1
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	3,1	6,7	10,6
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	14,5	22,6	22,8
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	11,6	11,8	0,0
México	Média	América Latina e Caribe	12,7	13,7	13,7
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	8,1	5,7	12,7
Omã	Alta	Oriente Médio e África	6,2	11,1	7,7
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	9,2	8,8	13,6
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	21,6	21,2	25,1
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	3,3	2,7	8,6
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	3,4	3,6	7,3
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	10,0	12,6	16,2
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	11,9	13,3	16,1
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	6,8	5,7	14,3
Rússia	Média	Europa e América do Norte	5,7	7,2	14,0
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	9,4	8,9	8,6
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	14,4	7,5	10,1
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	7,4	8,1	12,1
		Média	**11,1**	**12,5**	**15,5**

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores iniciais de cada categoria.

TABELA A2.14 Taxas específicas[1] (em %) de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo os percentis de renda - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	33% menor	33% central	33% maior
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	3,7	3,2	3,7
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	1,9	3,4	11,1
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	1,5	4,0	9,7
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	5,6	6,4	9,2
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	3,6	8,3	7,9
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	1,5	1,1	2,5
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**13,5**	**17,2**	**19,2**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	5,3	8,0	9,7
Catar	Alta	Oriente Médio e África	4,0	2,1	2,8
Chile	Alta	América Latina e Caribe	9,5	10,3	11,9
China	Média	Ásia e Pacífico	9,0	9,0	10,3
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	8,2	10,3	12,9
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	4,9	5,2	3,4
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	12,0	13,4	15,6
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	2,4	3,7	5,1
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	1,3	1,7	2,1
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	5,9	6,3	8,3
Equador	Média	América Latina e Caribe	12,9	14,9	15,9
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	3,8	9,1	0,0
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	4,4	6,4	11,2
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	4,9	6,1	8,3
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	5,7	10,4	14,8
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	11,0	16,5	15,1
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	12,9	12,0	20,5
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	11,9	13,8	15,1
Irã	Média	Oriente Médio e África	6,0	9,9	17,0
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	3,7	7,2	10,0
Israel	Alta	Oriente Médio e África	3,0	4,4	8,2
Itália	Alta	Europa e América do Norte	1,1	3,7	13,4
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	6,1	7,8	10,9
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	5,1	6,1	7,3
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	8,7	10,0	16,2
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	2,7	6,2	7,8
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	5,4	8,5	12,5
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	13,0	23,5	27,5
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	7,2	14,0	0,0
México	Média	América Latina e Caribe	1,8	1,4	2,2
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	5,8	4,4	8,3
Omã	Alta	Oriente Médio e África	1,9	2,6	3,2
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	6,1	14,4	15,2
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	3,3	4,9	5,7
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	4,0	4,5	8,0
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	4,9	6,9	18,3
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	1,1	1,2	1,3
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	8,5	11,1	14,1
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	2,2	10,0	11,2
Rússia	Média	Europa e América do Norte	2,2	2,4	9,6
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	3,4	5,0	6,4
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	8,4	11,7	11,3
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	8,2	12,9	21,4
		Média	**5,7**	**7,9**	**10,3**

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual de empreendedores estabelecidos de cada categoria.

TABELA A2.15 Taxas[1] (em %) de investidores informais[2] - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Taxa	Rank/50	$USD	Rank/50
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	1,4	46	$ 344	49
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	4,6	21	$ 7.284	14
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	14,3	3	$ 7.999	12
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	4,4	24	$ 2.093	34
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	4,7	19	$ 6.913	16
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	1,0	49	$ 2.182	31
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**3,2**	**31**	**$ 1.278**	**39**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	5,4	15	$ 7.533	13
Catar	Alta	Oriente Médio e África	9,6	5	$ 13.733	6
Chile	Alta	América Latina e Caribe	20,9	1	$ 2.156	32
China	Média	Ásia e Pacífico	6,1	8	$ 7.225	15
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	3,9	27	$ 19.050	3
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	7,7	7	$ 911	42
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	2,1	39	$ 21.081	1
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	2,4	37	$ 454	47
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	2,8	36	$ 598	44
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	5,2	17	$ 9.529	9
Equador	Média	América Latina e Caribe	5,5	14	$ 1.500	38
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	4,9	18	$ 6.723	17
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	4,1	26	$ 8.965	10
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	2,3	38	$ 6.723	17
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	6,0	10	$ 5.000	26
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	4,7	19	$ 11.206	7
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	14,9	2	$ 521	46
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	3,0	33	$ 574	45
Irã	Média	Oriente Médio e África	5,4	15	$ 720	43
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	4,2	25	$ 5.603	22
Israel	Alta	Oriente Médio e África	2,1	39	$ 5.618	21
Itália	Alta	Europa e América do Norte	0,4	50	$ 16.809	4
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	1,8	42	$ 4.625	27
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	5,6	12	$ 2.116	33
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	3,9	27	$ 3.362	29
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	6,1	8	$ 11.206	7
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	1,7	45	$ 1.822	36
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	1,8	42	$ 104	50
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	2,9	35	$ 2.600	30
México	Média	América Latina e Caribe	1,4	46	$ 1.038	40
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	4,5	23	$ 5.726	20
Omã	Alta	Oriente Médio e África	10,4	4	$ 5.195	25
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	3,7	30	$ 5.603	22
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	5,9	11	$ 1.000	41
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	1,8	42	$ 453	48
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	3,0	33	$ 5.224	24
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	1,4	46	$ 1.750	37
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	1,9	41	$ 8.404	11
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	3,2	31	$ 6.272	19
Rússia	Média	Europa e América do Norte	4,6	21	$ 1.860	35
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	5,6	12	$ 4.205	28
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	8,9	6	$ 20.176	2
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	3,8	29	$ 16.006	5
		Média	**4,8**		**$ 5.781**	

Fonte: GEM 2019

[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.

[2] São considerados investidores informais aqueles que, nos últimos três anos, emprestaram dinheiro ou financiaram pessoalmente algum novo negócio, iniciado por outra pessoa (familiar, amigos, conhecidos ou estranhos com uma boa ideia). Esse financiamento não é compra de ações ou participação em fundo de investimento.

TABELA A2.16 Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a procedência do cliente - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes		
			Na cidade em que mora	Em alguma outra cidade ou estado do país	Fora do país
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	95,5	49,8	19,7
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	92,8	68,8	50,5
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	99,8	37,0	26,2
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	79,6	71,3	31,9
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	80,4	71,2	28,9
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	95,0	65,5	43,5
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**97,3**	**33,8**	**2,7**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	86,3	60,8	39,1
Catar	Alta	Oriente Médio e África	81,6	87,4	23,9
Chile	Alta	América Latina e Caribe	95,0	39,0	7,0
China	Média	Ásia e Pacífico	80,0	52,4	17,8
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	85,1	81,8	37,7
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	91,0	48,1	14,0
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	88,9	78,5	13,5
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	87,1	58,6	39,0
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	80,3	72,9	19,4
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	84,2	72,5	41,3
Equador	Média	América Latina e Caribe	94,2	28,4	4,1
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	87,3	62,0	34,3
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	78,6	73,5	50,8
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	94,1	59,5	27,7
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	86,5	65,8	24,7
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	92,1	55,6	33,2
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	92,2	40,5	3,5
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	91,6	29,9	2,8
Irã	Média	Oriente Médio e África	89,7	72,1	15,2
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	83,4	73,2	44,5
Israel	Alta	Oriente Médio e África	89,2	78,9	36,9
Itália	Alta	Europa e América do Norte	97,1	56,9	23,6
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	83,6	86,4	18,5
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	88,4	53,4	15,1
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	87,1	72,1	37,1
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	83,4	78,4	54,1
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	78,2	42,5	37,6
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	96,2	25,7	3,0
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	96,0	34,4	6,1
México	Média	América Latina e Caribe	85,4	39,4	10,1
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	88,7	54,8	26,4
Omã	Alta	Oriente Médio e África	82,5	66,3	22,4
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	85,5	70,8	35,5
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	82,9	72,3	12,4
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	95,3	57,9	12,4
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	94,7	25,1	10,0
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	86,4	90,7	46,8
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	83,1	75,2	48,2
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	77,9	78,2	35,5
Rússia	Média	Europa e América do Norte	98,2	48,2	18,2
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	82,8	80,5	46,3
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	91,5	74,6	42,1
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	90,4	74,3	27,7
		Média	**88,3**	**60,9**	**26,5**

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.17 Percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo a procedência do cliente - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Locais em que o empreendedor afirma que tem clientes		
			Na cidade em que mora	Em alguma outra cidade ou estado do país	Fora do país
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	93,1	49,5	18,3
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	94,7	58,2	34,7
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	100,0	11,2	4,2
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	65,1	78,6	34,1
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	85,6	80,1	20,9
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	96,4	71,2	38,1
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**99,0**	**26,2**	**3,1**
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	89,5	63,2	31,6
Catar	Alta	Oriente Médio e África	84,2	81,6	19,9
Chile	Alta	América Latina e Caribe	97,9	30,4	5,7
China	Média	Ásia e Pacífico	93,3	45,1	6,9
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	90,6	79,1	39,3
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	97,3	40,2	10,6
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	95,4	73,1	7,8
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	89,0	77,0	47,3
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	88,9	52,3	8,7
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	92,9	75,6	56,9
Equador	Média	América Latina e Caribe	98,4	21,4	3,6
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	81,0	68,8	41,6
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	81,6	77,8	47,2
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	92,2	52,2	23,5
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	92,2	62,0	23,4
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	94,7	49,7	20,9
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	91,0	43,4	4,0
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	95,4	25,0	1,7
Irã	Média	Oriente Médio e África	95,8	65,2	17,8
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	71,7	80,6	47,3
Israel	Alta	Oriente Médio e África	89,2	87,0	39,3
Itália	Alta	Europa e América do Norte	97,9	56,8	12,0
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	80,3	84,2	11,8
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	86,4	48,4	11,2
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	79,8	75,7	30,4
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	78,5	80,5	69,6
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	89,2	58,7	37,0
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	96,4	27,3	1,9
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	99,3	37,7	5,4
México	Média	América Latina e Caribe	90,6	33,1	11,9
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	88,4	58,9	12,5
Omã	Alta	Oriente Médio e África	92,7	80,5	33,5
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	80,4	74,6	33,2
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	78,7	65,9	19,1
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	96,0	47,5	5,6
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	86,2	34,7	5,5
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	92,0	95,9	33,2
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	85,2	76,3	40,5
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	89,8	76,5	36,5
Rússia	Média	Europa e América do Norte	99,1	41,3	6,8
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	87,0	80,2	53,7
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	94,4	60,8	32,5
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	93,8	69,8	30,4
		Média	**90,0**	**59,8**	**23,9**

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.18 Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI) - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	NECI	
			Índice	Rank/54
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	3,6	49
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	5,0	16
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	5,0	17
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	4,6	27
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	4,7	26
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	4,2	34
Brasil	**Média**	**América Latina e Caribe**	**4,0**	**43**
Bulgária	Média	Europa e América do Norte	4,2	37
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	5,2	14
Catar	Alta	Oriente Médio e África	5,9	3
Chile	Alta	América Latina e Caribe	4,6	28
China	Média	Ásia e Pacífico	5,9	4
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	4,5	31
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	4,2	35
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	5,1	15
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	3,6	50
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	4,3	32
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	5,8	5
Equador	Média	América Latina e Caribe	4,2	39
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	4,0	42
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	4,5	30
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	5,2	12
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	5,3	10
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	4,1	40
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	3,6	51
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	5,8	6
Indonésia	Baixa	Ásia e Pacífico	5,7	8
Irã	Média	Oriente Médio e África	3,2	54
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	4,7	24
Israel	Alta	Oriente Médio e África	4,8	22
Itália	Alta	Europa e América do Norte	4,3	33
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	4,7	25
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	5,2	11
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	4,9	20
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	5,2	13
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	3,8	47
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	3,7	48
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	4,0	45
México	Média	América Latina e Caribe	4,7	23
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	5,5	9
Omã	Alta	Oriente Médio e África	4,6	29
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	6,0	2
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	4,0	44
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	4,0	46
Paraguai	Média	América Latina e Caribe	3,4	52
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	4,2	36
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	3,2	53
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	4,2	38
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	4,8	21
Rússia	Média	Europa e América do Norte	4,0	41
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	4,9	19
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	6,1	1
Tailândia	Média	Ásia e Pacífico	5,0	18
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	5,7	7
		Média	**4,6**	

Fonte: GEM 2019

TABELA A2.19 Médias das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas aos 12 fatores - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Apoio financeiro	Efetividade das políticas	Burocracia e impostos	Programas governamentais	Ensino fundamental e médio	Ensino superior
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	4,0	3,5	2,7	3,1	2,2	3,5
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	5,3	4,1	4,2	6,2	2,7	4,8
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	5,0	6,0	5,1	5,3	3,0	4,2
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	3,7	4,3	5,5	3,7	2,7	3,6
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	5,1	4,0	4,3	4,5	3,8	4,5
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	3,2	3,3	4,4	3,1	2,6	4,6
Brasil	Média	América Latina e Caribe	**4,8**	**3,9**	**2,3**	**3,9**	**2,0**	**4,3**
Bulgária	Média	Europa e América do Norte	4,4	2,5	4,6	3,0	2,7	3,9
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	5,3	5,2	4,5	4,7	4,3	5,0
Catar	Alta	Oriente Médio e África	5,4	6,0	6,1	6,1	5,2	6,3
Chile	Alta	América Latina e Caribe	3,8	4,7	4,8	5,5	2,5	4,9
China	Média	Ásia e Pacífico	5,8	5,9	6,2	5,5	4,1	5,7
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	3,6	4,3	5,0	4,0	3,2	5,1
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	3,4	5,0	3,1	4,5	3,1	5,3
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	5,1	6,5	4,6	5,4	3,4	4,2
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	4,2	3,0	2,5	3,4	2,0	3,3
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	4,5	4,2	3,3	4,1	2,2	3,9
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	4,9	6,5	5,8	5,9	5,4	5,6
Equador	Média	América Latina e Caribe	2,9	3,3	2,7	3,4	3,5	5,4
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	4,5	2,8	2,7	3,6	2,7	4,4
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	4,5	4,0	3,4	5,1	2,8	4,3
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	4,9	5,3	5,2	6,0	2,7	5,5
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	6,0	4,4	4,9	4,2	3,9	5,4
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	3,9	3,6	2,4	3,5	2,6	4,5
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	2,6	2,4	3,4	2,9	2,8	5,1
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	5,7	6,0	5,1	5,5	5,1	5,7
Indonésia	Baixa	Ásia e Pacífico	5,5	5,9	5,0	5,3	5,0	6,0
Irã	Média	Oriente Médio e África	3,3	3,1	3,2	3,1	3,0	3,3
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	4,8	4,1	4,5	5,4	3,0	4,7
Israel	Alta	Oriente Médio e África	5,1	4,1	3,1	4,2	3,0	4,4
Itália	Alta	Europa e América do Norte	4,5	3,6	3,0	4,1	2,9	4,9
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	5,0	5,0	4,2	4,4	2,4	4,6
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	4,9	5,0	3,9	4,5	3,4	5,4
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	4,8	4,4	3,8	5,2	4,2	4,6
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	4,3	5,9	5,4	6,0	4,1	5,3
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	3,7	3,1	3,2	3,4	2,8	3,9
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	3,0	3,7	3,6	2,9	1,7	5,5
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	3,6	3,7	3,8	3,8	2,3	4,1
México	Média	América Latina e Caribe	4,1	4,0	3,7	4,4	3,1	6,0
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	5,5	5,1	4,5	5,4	5,2	5,7
Omã	Alta	Oriente Médio e África	4,3	4,5	4,2	4,4	3,5	4,4
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	6,3	5,8	5,5	6,1	5,5	5,8
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	3,1	2,6	4,1	4,0	2,1	4,1
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	3,7	3,4	2,7	3,4	2,8	4,2
Paraguai	Média	América Latina e Caribe	2,5	2,4	3,5	3,4	1,9	3,8
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	4,9	4,1	2,9	4,3	1,8	3,2
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	3,4	2,5	1,2	2,9	1,4	3,7
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	4,9	4,3	2,4	4,4	2,6	4,6
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	5,3	4,0	5,1	4,3	3,4	4,7
Rússia	Média	Europa e América do Norte	3,7	3,2	3,1	3,8	3,0	4,2
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	5,2	3,6	3,5	4,6	4,3	4,8
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	5,5	5,8	6,2	6,1	4,6	6,3
Tailândia	Média	Ásia e Pacífico	5,1	4,3	4,2	4,3	3,2	4,8
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	5,6	6,0	5,6	5,7	3,9	5,2
		Média	**4,5**	**4,3**	**4,0**	**4,4**	**3,2**	**4,7**

(continua)

(continuação)

TABELA A2.19 Médias das notas[1] atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionadas aos 12 fatores - Economias participantes - 2019

Economias	Renda	Região	Pesquisa e desenvolvimento	Infraestrutura comercial e profissional	Dinâmica do mercado interno	Barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno	Acesso à infraestrutura física	Normas culturais e sociais
África do Sul	Média	Oriente Médio e África	3,2	4,4	4,7	3,4	5,1	3,8
Alemanha	Alta	Europa e América do Norte	4,8	6,3	5,8	5,1	6,5	4,8
Arábia Saudita	Alta	Oriente Médio e África	4,1	4,8	5,9	4,7	6,5	5,9
Armênia	Média	Ásia e Pacífico	3,1	5,8	5,1	4,5	7,2	6,2
Austrália	Alta	Ásia e Pacífico	3,9	5,2	4,3	4,7	6,3	5,2
Bielorrússia	Média	Europa e América do Norte	3,4	5,3	5,6	4,3	7,4	3,8
Brasil	Média	América Latina e Caribe	**3,2**	**4,5**	**5,8**	**3,9**	**5,5**	**3,7**
Bulgária	Média	Europa e América do Norte	3,2	5,1	5,3	4,2	7,6	3,9
Canadá	Alta	Europa e América do Norte	4,2	5,5	5,1	4,8	7,0	6,3
Catar	Alta	Oriente Médio e África	5,2	5,7	5,9	5,1	7,5	6,4
Chile	Alta	América Latina e Caribe	3,7	4,4	4,1	3,9	7,7	5,3
China	Média	Ásia e Pacífico	5,6	5,4	6,9	5,2	7,7	6,8
Chipre	Alta	Europa e América do Norte	3,9	5,1	4,4	4,4	6,6	4,4
Colômbia	Alta	América Latina e Caribe	3,6	4,0	4,5	3,9	5,8	4,7
Coreia do Sul	Alta	Ásia e Pacífico	4,2	4,4	7,5	4,2	7,4	4,8
Croácia	Alta	Europa e América do Norte	2,6	4,0	5,5	3,4	6,4	2,6
Egito	Baixa	Oriente Médio e África	3,1	4,5	5,7	4,5	6,9	5,0
Emirados Árabes Unidos	Alta	Oriente Médio e África	4,7	5,7	6,1	5,1	7,5	6,8
Equador	Média	América Latina e Caribe	3,1	4,4	5,0	3,7	7,0	5,9
Eslováquia	Alta	Europa e América do Norte	2,9	5,1	4,4	4,4	7,4	3,5
Eslovênia	Alta	Europa e América do Norte	3,9	5,1	5,4	4,7	7,1	3,7
Espanha	Alta	Europa e América do Norte	5,3	6,0	5,3	5,1	7,0	4,8
Estados Unidos	Alta	Europa e América do Norte	4,5	5,8	5,0	4,4	7,5	7,7
Grécia	Alta	Europa e América do Norte	4,3	4,9	5,2	4,0	6,1	4,4
Guatemala	Média	América Latina e Caribe	2,6	4,4	3,5	3,2	5,5	4,5
Índia	Baixa	Ásia e Pacífico	5,3	5,8	6,6	5,7	6,9	6,2
Indonésia	Baixa	Ásia e Pacífico	5,6	5,4	6,6	5,5	6,1	6,4
Irã	Média	Oriente Médio e África	3,1	3,0	3,0	3,3	3,5	3,0
Irlanda	Alta	Europa e América do Norte	4,2	5,0	4,8	4,8	5,5	5,7
Israel	Alta	Oriente Médio e África	4,7	5,6	4,8	4,2	7,1	7,6
Itália	Alta	Europa e América do Norte	4,6	4,8	4,9	4,5	5,4	4,4
Japão	Alta	Ásia e Pacífico	4,4	4,1	6,1	4,5	7,4	4,4
Jordânia	Média	Oriente Médio e África	5,0	6,3	6,9	4,4	7,4	5,9
Letônia	Alta	Europa e América do Norte	4,4	5,9	4,8	5,0	6,9	5,1
Luxemburgo	Alta	Europa e América do Norte	5,3	5,7	3,3	5,2	6,7	5,0
Macedônia do Norte	Média	Europa e América do Norte	3,2	4,9	5,1	3,3	5,8	3,6
Madagascar	Baixa	Oriente Médio e África	2,9	4,1	4,6	3,4	4,3	4,5
Marrocos	Baixa	Oriente Médio e África	2,9	4,8	4,8	3,3	6,4	3,8
México	Média	América Latina e Caribe	4,1	4,8	4,8	4,4	7,1	6,1
Noruega	Alta	Europa e América do Norte	4,7	6,2	5,1	4,8	7,8	6,3
Omã	Alta	Oriente Médio e África	4,1	4,6	5,6	4,0	6,2	5,7
Países Baixos	Alta	Europa e América do Norte	5,4	6,3	5,3	6,1	7,9	6,5
Panamá	Alta	América Latina e Caribe	3,0	4,3	4,0	3,9	7,2	5,4
Paquistão	Baixa	Ásia e Pacífico	2,8	4,1	4,9	4,2	6,6	4,6
Paraguai	Média	América Latina e Caribe	2,5	3,4	3,3	3,8	5,8	4,8
Polônia	Alta	Europa e América do Norte	3,5	4,5	6,5	4,1	7,0	4,0
Porto Rico	Alta	América Latina e Caribe	3,2	3,8	5,1	2,8	4,7	3,6
Portugal	Alta	Europa e América do Norte	3,7	5,0	4,2	3,7	7,1	3,6
Reino Unido	Alta	Europa e América do Norte	3,8	5,1	4,9	5,2	6,5	5,7
Rússia	Média	Europa e América do Norte	3,0	4,9	6,0	3,4	6,1	4,1
Suécia	Alta	Europa e América do Norte	4,3	5,3	6,1	4,7	7,4	5,2
Suíça	Alta	Europa e América do Norte	6,4	6,4	4,5	5,5	8,6	6,7
Tailândia	Média	Ásia e Pacífico	4,3	5,2	6,3	4,7	7,8	5,9
Taiwan	Alta	Ásia e Pacífico	5,4	5,7	6,1	5,4	8,2	6,1
		Média	**4,0**	**5,0**	**5,2**	**4,4**	**6,7**	**5,1**

Fonte: GEM 2019

[1] Notas atribuídas em escala de 1 a 10, sendo 1 totalmente falso e 10 totalmente verdadeiro para afirmações que compõem o fator.



APÊNDICE 3

A.3

Instituições, Membros e Patrocinadores nas Economias Participantes do GEM 2019

APÊNDICE 3 - INSTITUIÇÕES, MEMBROS E PATROCINADORES NAS ECONOMIAS PARTICIPANTES DO GEM 2019

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
África do Sul	University of Stellenbosch Business School (USB)	Angus Bowmaker-Falconer Mike Herrington	Small Enterprise Development Agency (Seda)
Alemanha	Leibniz University Hannover - Institute of Economic and Cultural Geography	Prof. Dr. Rolf Sternberg Armin Baharian Johannes von Bloh, MA Dr. Natalia Gorynia Pfeffer Lennard Stolz, MA Dr. Matthias Wallisch	RKW Competence Centre
Arábia Saudita	Prince Mohammad Bin Salman College of Business and Entrepreneurship (MBSC) Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL)	Prof. Muhammad Azam Roomi, PhD Prof. Alicia Coduras Martínez, PhD Prof. Donna Kelley, PhD	Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL)
Armênia	Ameria	Tigran Jrbashyan, PhD Artashes Shaboyan Arman Porsughyan, MBA Karine Nikoghosyan Tatevik Mkrtchyan Hakob Tarposhyan	Ameria CJSC
Austrália	Australian Centre for Entrepreneurship Research (ACE), Queensland University of Technology (QUT)	Dr. Char-lee Moyle, PhD Prof. Per Davidsson, PhD Prof. Paul Davidson Reynolds, PhD Karen Taylor Chad Renando	Australian Centre for Entrepreneurship Research (ACE), Queensland University of Technology (QUT) Department of Innovation and Tourism Industry Development (DITID), Queensland Government
Bielorrússia	Belarusian Economic Research and Outreach Center (BEROC)	Maryia Akulava, MA, PhD Candidate Radzivon Marozau, PhD Aliaksandr Abrashkevich, MA	Belarusian Economic Research and Outreach Center (BEROC) International Finance Corporation (IFC)
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Greco Erika Onozato, MSc Paulo Bastos, MA Vinicius Larangeiras de Souza	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)
Bulgária	Global Entrepreneurship Monitor Bulgaria (GEM Bulgaria)	Iskren Krusteff Adriana Popova George Chisuse Malina Kroumova Milena Nikolova, PhD Mira Krusteff Petar Sharkov Svetozar Georgiev Veneta Andonova, PhD	Interculture Foundation Inc. Superhosting.bg JEREMIE Bulgaria Iskren Krusteff

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Canadá	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty, PhD Adam Holbrook Geoff Gregson Blair Winsor Jacqueline S. Walsh Harvey Johnstone Kevin McKague Yves Bourgeois Matthew Pauley Étienne St-Jean Marc Duhamel Sandra Schillo Charles Davis Dave Valliere Howard Lin Nathan Greidanus Chris Street Chad Saunders Richard Hawkins Amanda Williams Karen Hughes Murat Erogul Brian Wixted	Government of Alberta Government of Canada Government of Ontario Government of the Yukon Western Economic Diversification Canada Women's Economic Knowledge Hub (Ryerson University) Social Sciences and Humanities Research Council University of Manitoba
Catar	Qatar Development Bank (QDB)	Farha Al Kuwari, MPhil, MSc Ahmad Hawi, MSc, DBA candidate	Qatar Development Bank (QDB)
Chile	Universidad del Desarrollo	Maribel Guerrero, PhD Tomás Serey, MSc	Universidad del Desarrollo
China	Tsinghua University	Prof. Gao Jian Rui Mu	Hopefound Group
Chipre	University of Cyprus (UCY), Centre for Entrepreneurship (C4E)	Prof. Marios Dikaiakos Dr. Ariana Polyviou Dr. Pantelitsa Eteokleous	Ministry of Energy, Commerce and Industry
Colômbia	Consorcio GEM: Universidad Icesi, Universidad Javeriana de Cali, Universidad del Norte	Rodrigo Varela Villegas, PhD Jhon Moreno Juan David Soler Manoj Bayan Fernando Pereira Fabian Osorio Eduardo Gomez Oscar Suarez Liyis Gomez Alba Corredor Moises Galvis Leon Dario Parra Jairo Orozco Francisco Matiz Jose David Peñuela Flor Alba Rueda Piedad Buelvas	Universidad Icesi Universidad Javeriana de Cali Universidad del Norte Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia-Bucaramanga Corporación Universitaria Americana Corporación Universitaria del Caribe
Coreia do Sul	Korea Entrepreneurship Foundation (KoEF)	Gihyun Kum Prof. Dohyeon Kim, PhD Prof. Chaewon Lee, PhD Prof. Byungheon Lee, PhD Prof. Choonwoo Lee, PhD Yunsoo Choi, PhD Myoung-jong Lee, PhD	Ministry of SMEs and Startups

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Croácia	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics (EFOS)	Prof. Slavica Singer, PhD Prof. Nataša Šarlija, PhD Prof. Sanja Pfeifer, PhD Sunčica Oberman Peterka, PhD	Ministry of Economy, Entrepreneurship and Crafts Croatian Association of Banks CEPOR – SMEs and Entrepreneurship Policy Centre J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics
Egito	The American University in Cairo - School of Business	Prof. Ayman Ismail, PhD Prof. Ahmed Tolba Dr. Shima Barakat, PhD Dr. Hakim Adel Hakim Meshreki, PhD Seham Ghalwash, MSc	Drosos Foundation Oxfam Novib (Danish Arab Partnership Program - DAPP) Hivos
Emirados Árabes Unidos	United Arab Emirates University (UAEU)	Prof. Nihel Chabrak Dr. Elif Bascavusoglu Dr. Chafik Bouhaddioui Dr. Llewellyn D. W. Thomas	Khalifa Fund
Equador	ESPAE, la Escuela de Negocios de la ESPOL	Prof. Virginia Lasio, PhD Xavier Ordeñana, PhD Prof. Guido Caicedo, MSc Jack Zambrano Tania Tenesaca Asst. Prof. Adriana Amaya, PhD	ESPAE, la Escuela de Negocios de la ESPOL
Eslováquia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management (UNIBA SK)	Prof. Ing. Anna Pilková, PhD, MBA Doc. PhDr. Marian Holienka, PhD RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD Mgr. Juraj Mikuš, PhD Mgr. Ján Rehák, PhD	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management (UNIBA SK) Slovak Business Agency (SBA)
Eslovênia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management	Prof. Miroslav Rebernik, PhD Prof. Karin Širec, PhD Prof. Polona Tominc, Professor, PhD Assoc. Prof. Barbara Bradač Hojnik, PhD Asst. Prof. Katja Crnogaj, PhD Matej Rus, Msc	MGRT - Ministry of Economic Development and Technology SPIRIT Slovenia - Public Agency for Entrepreneurship, Internationalization, Foreign Investments and Technology

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Espanha	Observatorio del Emprendimiento de España (OEE) (formerly Asociación RED GEM España)	Ana Fernández Laviada, PhD NATIONAL TEAM Iñaki Peña, PhD Maribel Guerrero, PhD José Luis González, PhD Javier Montero, PhD REGIONAL TEAMS José Ruiz Navarro, PhD (Director GEM Andalucía) Lucio Fuentelsaz Lamata, PhD (Director GEM Aragón) Jesús Ángel del Brío González, PhD (Director GEM Asturias) Julio Batle Lorente, PhD (Director GEM Baleares) Rosa M. Batista Canino, PhD (Director GEM Canarias) Ana Fernández-Laviada, PhD (Director GEM Cantabria) Carlos Guallarte, PhD (Director GEM Cataluña) Juan José Jiménez Moreno, PhD (Director GEM Castilla La Mancha) Mariano Nieto Antolín, PhD (Co-director GEM Castilla y León) Nuria González Álvarez, PhD (Co-director GEM Castilla y León) Lázaro Rodriguez Ariza, PhD (Director GEM Ceuta) Isidro de Pablo Lopez, PhD (Director GEM Madrid) José María Gómez Gras, PhD (Director GEM Comunidad Valenciana) Ricardo Hernández Mogollón, PhD (Co-director GEM Extremadura) J. Carlos Díaz Casero, PhD (Co-director GEM Extremadura) Loreto Fernández Fernández, PhD (Director GEM Galicia). Luis Alberto Ruano Marrón, PhD (Director GEM La Rioja) María del Mar Fuentes Fuentes, PhD (Director GEM Melilla) Antonio Aragón Sánchez, PhD (Co-director GEM Murcia) Alicia Rubio Bañón, PhD (Co-director GEM Murcia) Ignacio Contin Pilart, PhD (Co-director GEM Navarra) Martin Larraza Kintana, PhD (Co-director GEM Navarra) María Saiz Santos, PhD (Director GEM País Vasco)	Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) Santander Bank (SANTANDER) Empresa Nacional de Innovación, SA (ENISA)
Estados Unidos	Babson College	Prof. Julian Lange, PhD Prof. Candida Brush, PhD Prof. Andrew Corbett, PhD Prof. Donna Kelley, PhD Prof. Phillip Kim, PhD Assoc. Prof. Mahdi Majbouri, PhD Asst. Prof. Sid Vedula, PhD Doug Scibeck, MA, MSc	Babson College
Grécia	Foundation for Economic & Industrial Research (FEIR / IOBE)	Assoc. Prof. Aggelos Tsakanikas Sofia Stavraki, MPhil, Phd Candidate Evangelia Valavanioti, Msc Asst. Prof. Ioannis Giotopoulos	RAYCAP S.A.
Guatemala	Kirzner Entrepreneurship Center at Francisco Marroquín University	Mónica Río-Nevado de Zelaya, PhD Carolina Uribe, MBA David Casasola, MA Josías López, BS Estefanía Vizcaíno, BS	Francisco Marroquín University -UFM-
Índia	Entrepreneurship Development Institute of India (EDII)	Dr. Sunil Shukla, PhD Dr. Amit Kumar Dwivedi, PhD Dr. Pankaj Bharti, PhD	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED), EDII- Ahmedabad

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Indonésia	Parahyangan Catholic University	Gandhi Pawitan, PhD Catharina B. Nawangpalupi, PhD Dr. Maria Widyarini Dr. Agus Gunawan	Parahyangan Catholic University Ministry of Research, Technology, and Higher Education of the Republic of Indonesia (under Applied Research – Higher Education Excellence Grant Scheme)
Irã	Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran	Prof. Abbas Bazargan Prof. Nezameddin Faghih Prof. Ali Rezaeian Prof. Abbas Bazargan Dr. Mohammad Reza Zali Dr. Jahangir Yadollahi Farsi Dr. Seyed Mostafa Razavi Leyla Sarfaraz	Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran
Irlanda	Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons, MBA Prof. Colm O'Gorman, PhD	Enterprise Ireland supported by Department of Business, Enterprise and Innovation
Israel	Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University	Prof. Emeritus Ehud Menipaz, PhD Yoash Avrahami, MSc	Ministry of Economics and Industry, Government of Israel Ira Foundation of Business, Technology and Society
Itália	Università Politecnica delle Marche	Prof. Donato Iacobucci, PhD Asst. Prof. Diego D'Adda, PhD Asst. Prof. Alessandra Micozzi, PhD Francesca Micozzi, PhD	Fondazione Aristide Merloni Università Politecnica delle Marche
Japão	Musashi University	Prof. Noriyuki Takahashi Prof. Masaaki Suzuki Prof. Yuji Honjo Prof. Takehiko Yasuda Prof. Takehiko Isobe	Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)
Jordânia	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO)	Eng. Ma'moun Abu Shawar, MBA Dr. Walid Al-Khatib Ahmad Saadeldeen Dr. Amin Shammout	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)
Letônia	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga)	Marija Krumina, MSc, PhD candidate Anders Paalzow, PhD	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga)
Luxemburgo	STATEC Research	Dr. Cesare A.F. Riillo, PhD Dr. Chiara Peroni, PhD Steinn Steinsson, MSc	Ministry of the Economy of the Grand Duchy of Luxembourg House of Entrepreneurship (an initiative of the Chamber of Commerce and the Ministry of the Economy of the Grand Duchy of Luxembourg)
Macedônia do Norte	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Prof. Dr. Radmil Polenakovik Tetjana Lazarevska Lazar Nedanoski Dimitar Smiljanovski, MA Svetlana Boshkoska Marina Jonoska, MA Vladimir Marinkovski	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF) Alliance of Microfinance Organizations Skopje (MFO)

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Madagascar	Institut National des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises (INSCAE)	Prof. Claudine Ratsimbazafy, PhD Prof. Ida Clément Rajaonera, PhD Prof. Harimino Oliarilanto Rakoto, PhD Prof. Gilde Paul Ralandison, PhD Prof. Félix Rasoloarijaona, PhD Prof. Mamy Tiana Rasolofoson, PhD Prof. Faly Hery Rakotomanana, PhD Andriamahery Ferdinand Rasolonjatovo	Centre de Recherche pour le Développement International du Canada (CRDI)
Marrocos	Entrepreneurship Research Laboratory Faculty of Law, Economics and Social Sciences University of Hassan II Casablanca	Khalid El Ouazani, PhD Abdellatif Komat, PhD Salah Koubaa, PhD Fatima Boutaleb, PhD Hind Malainine, PhD Sara Yassine, PhD	University of Hassan II Casablanca
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) (A.K.A. Tecnológico de Monterrey)	Hugo Garza Medina, MSc José Ernesto Amorós, PhD Elvira Naranjo, PhD José Manuel Aguirre, MSc, PhD Candidate Marcia Campos, MSc Rafaela Bueckmann Diegoli, PhD Ján Rehák, PhD Patricia Esther Alonso Galicia, PhD Edgar Muñiz Ávila, PhD Lucía Rodríguez Aceves, PhD José Manuel Saiz Álvarez Margarita Herrera Avilés Lizbeth González Tamayo Rafael A. Tristán	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) (A.K.A. Tecnológico de Monterrey)
Noruega	Nord University Business School	Prof. Gry Agnete Alsos, PhD Prof. Bjørn Willy Åmo, PhD Prof. Tommy Høyvarde Clausen, PhD Are Jensen, PhD Assoc. Prof. Espen Isaksen, PhD Iselin Kristine Mauseth Steira	Innovation Norway The Norwegian Ministry of Trade, Industry, and Fisheries Nord University Business School
Omã	University of Nizwa	Prof. Abdallah Mohammed Alshukaili, PhD Bader Alsuleimani Prof. Norizan Mohd Kassim, PhD Asst. Prof. Zunaith Ahmed, PhD Asst. Prof. Swadhin Kumar Mondal, PhD Asst. Prof. Yasmeen Kausar, PhD	University of Nizwa
Países Baixos	Panteia	Dr. Jacqueline Snijders, PhD Dr. Paul van der Zeijden, PhD Dr. Jan de Kok, PhD Amber van der Graaf, MSc Ton Geerts	The Ministry of Economic Affairs and Climate Policy of the Netherlands
Panamá	City of Knowledge Foundation	Carla Donalicio Alejandro Carbonell, MBA	AMPYME (Micro, Small and Medium Enterprise Authority of Panama)

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Paquistão	World Bank	Sarmad Ahmed Shaikh, MPA, CFA Meenah Tariq, MBA Bilal I Gilani, MSc Amnah Imtiaz Noor Un Nisa Shahid Tahmina Shoaib Malik, Mphil	World Bank
Paraguai	Asociación de Emprendedores de Paraguay (ASEPY)	Cristian Sosa Prof. Dr. Stijn van der Krogt Cristina Fernández, M.A. Marta del Castillo, MBA Carolina Luzardi Cecilia López	Koga Impact Lab
Polônia	Polish Agency for Enterprise Development (PARP)	Anna Tarnawa Melania Nieć, PhD Joanna Orłowska Anna Skowrońska Paulina Zadura Robert Zakrzewski Przemysław Zbierowski, PhD	Ministry of Economic Development University of Economics in Katowice
Porto Rico	University of Puerto Rico (UPR)	Marinés Aponte, PhD Marta Álvarez, PhD Manuel Lobato, PhD	University of Puerto Rico (UPR)
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Prof. Augusto Medina, PhD Douglas Thompson, MSc Francisco Rocha, MSc	Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI)
Reino Unido	Aston Business School, Aston University	Prof. Mark Hart, PhD Dr. Karen Bonner, PhD Dr. Neha Prashar, PhD Prof. Jonathan Levie, PhD Prof. Tomasz Mickiewicz, PhD Prof. Niels Bosma, PhD	Department of Business, Energy and Industrial Strategy (UK Government) - BEIS Department for the Economy (Northern Ireland Government) - DfE Welsh Government NatWest Bank Ltd Hunter Centre of Entrepreneurship, Strathclyde Business School

(continua)

(continuação)

QUADRO A3.1 Equipes e patrocinadores do GEM 2019 nas economias

Economias	Instituições	Membros	Patrocinadores
Rússia	Graduate School of Management, St. Petersburg University	Assoc. Prof. Olga R. Verkhovskaya, PhD candidate Asst. Prof. Karina A. Bogatyreva, PhD candidate Asst. Prof. Dmitri Knatko, PhD candidate Maria V. Dorokhina, PhD candidate Eleonora V. Shmeleva, MA	Sberbank
Suécia	Swedish Entrepreneurship Forum (Entreprenörskapsforum)	Prof. Pontus Braunerhjelm Per Thulin, PhD Assoc. Prof. Martin Svensson Marcus Larsson	The Confederation of Swedish Enterprise (Svenskt Näringsliv) The Swedish Agency for Economic and Regional Growth (Tillväxtverket)
Suíça	School of Management (HEG-FR) University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland (HES-SO)	Prof. Rico Baldegger, PhD Asst. Prof. Raphael Gaudart Asst. Prof. Pascal Wild Gabriel Simonet, MSc	School of Management (HEG-FR) University of Applied Sciences and Arts Fribourg (HES-FR)
Tailândia	Bangkok University	Asst. Prof. Ulrike Guelich, PhD	Bangkok University
Taiwan	Taiwan Institute of Economic Research (TIER)	Xin-Wu Lin, PhD Ju-Yin Tang, PhD Jia-Jing Lin, PhD	Small and Medium Enterprise Administration (SEMA)

Fonte: GEM 2019

COORDENAÇÃO DO GEM

NACIONAL

IBQP
Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

INTERNACIONAL

BABSON

KOEF KOREA ENTREPRENEURSHIP FOUNDATION

PARCEIRO MASTER NO BRASIL

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

ISBN: 978-65-88012-00-0
CBL
9 786588 012000