

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL — 2019

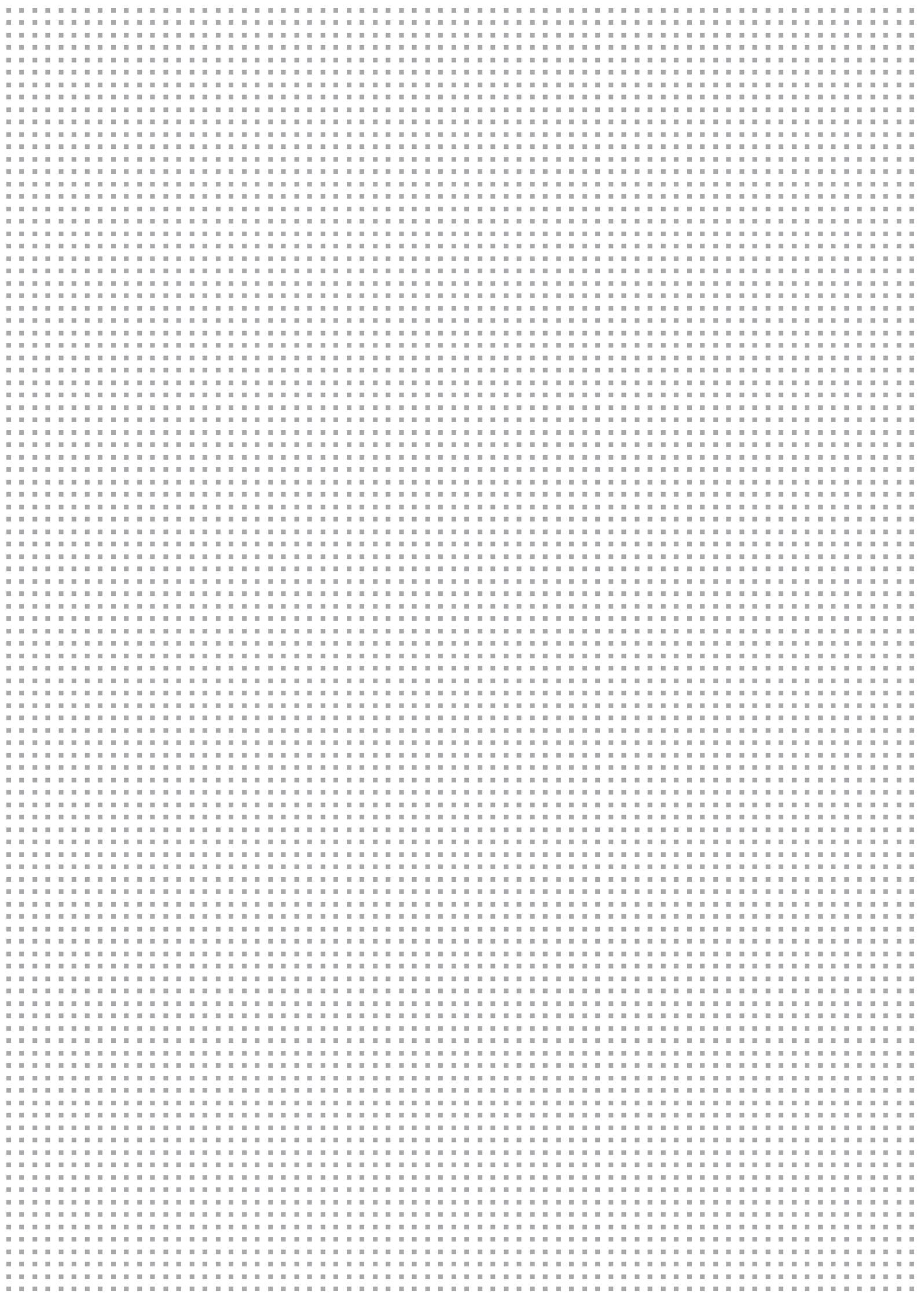
relatório executivo



EMPREENDEDORISMO NO BRASIL — 2019



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*



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 – IBQP

Análise, Redação e Revisão de Conteúdo

Erika Onozato – IBQP
Paulo Alberto Bastos Junior – IBQP
Simara Maria de Souza Silveira Greco – IBQP
Vinicius Lorangeiras de Souza – IBQP

Arte e Diagramação

Marcela Rolim Ribas

Revisão de Texto

Eugênio Vinci de Moraes



ENTREVISTADOS NA PESQUISA COM ESPECIALISTAS - BRASIL 2019¹

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).

Cristina Alessi

Agência Curitiba de Desenvolvimento.

Danilo Egle Santos Barbosa

Agência Comunidades.

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.

Júlio Cesar Durante

Prefeitura do Município de Jundiáí.

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 (Universidade Estadual de Campinas).

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.

Oswaldo 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) e
Escritório Regional Sorocaba.

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

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).

Tenafrae 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.

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

INTRODUÇÃO

O GEM é um consórcio de várias equipes nacionais, associadas a renomadas instituições acadêmicas que desenvolvem projetos de pesquisa sobre o empreendedorismo no mundo todo. O GEM é a única pesquisa em âmbito global que coleta dados sobre o empreendedorismo diretamente com os indivíduos empreendedores. A “Pesquisa com a População Adulta” (APS – *Adult Population Survey*) fornece possibilidades de 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” (NES – *National Expert Survey*) analisa o contexto do país para os indivíduos que estão criando negócios.

Ainda, para o GEM, o empreendedorismo é avaliado em um sentido amplo, pois podem ser incluídos empreendedores das mais variadas matizes, com negócios formalizados ou não. No conceito GEM, o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, 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 mais bem informadas no intuito de colaborar com 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 começou em 1999 como um projeto conjunto entre a *Babson College* (EUA) 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.

Este ano, 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 primeira 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 no Brasil consiste em um levantamento domiciliar junto a uma amostra representativa de pessoas com

idade entre 18 e 64 anos do país (em 2019 foram 2.000 pessoas entrevistadas).

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.

- Os **empreendedores nascentes** estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda **não pagou** salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses;
- Os **empreendedores novos** administram e são proprietários de um novo negócio, que **pagou** salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários **por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos)**;
- Os **empreendedores estabelecidos** são aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que **pagou** salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários **por mais de 42 meses**.

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

Outro aspecto de grande relevância da pesquisa GEM reside no fato de os instrumentos de coleta de dados – tanto os da pesquisa com a População Adulta, quanto os da Pesquisa com Especialistas – serem padronizados para todos os países participantes em cada ciclo da pesquisa. É graças a isso que se torna possível estabelecer parâmetros de comparação entre os países, 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.

Os resultados da pesquisa no Brasil em 2019 estão sintetizados neste documento. Em breve serão divulgados resultados mais amplos no livro “Empreendedorismo no Brasil 2019”.

1

Taxas de Empreendedorismo no Brasil em 2019

As taxas gerais de empreendedorismo são calculadas a partir da pesquisa com a população adulta (APS), ou seja, pessoas entre 18 e 64 anos. Essas taxas apresentam um panorama do fenômeno do empreendedorismo no país no que tange à proporção de pessoas envolvidas com essa atividade e ao estágio do empreendimento com os quais estão envolvidas e, revelam também suas principais motivações para empreender. Em complemento ao que já foi tratado na introdução, vale ressaltar que:

- A taxa de empreendedorismo total (TTE) engloba todos os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, ou seja, é o conjunto dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos;
- A taxa de empreendedorismo inicial e a taxa de empreendedorismo estabelecido serão identificadas pelas siglas TEA e TEE respectivamente.

1.1 Taxas Gerais

Em 2019, a taxa de empreendedorismo total no Brasil foi de 38,7% (**tabela 1.1**), ligeiramente superior à do ano anterior, sendo a segunda mais

alta da série histórica, e revelando mais uma vez o quanto o empreendedorismo é presente e sentido no cotidiano de grande parte dos brasileiros.

TABELA 1.1 Taxas¹ (em %) e estimativas² (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio e potenciais empreendedores³ - Brasil - 2018:2019

Taxas	Taxas		Estimativas	
	2018	2019	2018	2019
Empreendedorismo total	38,0	38,7	51.972.100	53.437.971
Empreendedorismo Inicial	17,9	23,3	24.456.016	32.177.117
Novos	16,4	15,8	22.473.982	21.880.835
Nascentes	1,7	8,1	2.264.472	11.120.000
Empreendedorismo estabelecido	20,2	16,2	27.697.118	22.323.036
Empreendedorismo potencial	26,0	30,2	22.092.889	25.545.666

Fonte: GEM Brasil 2019

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

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2018: 136,8 milhões e 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 potenciais empreendedores aqueles indivíduos que ainda não são empreendedores (não considerados nos itens anteriores), mas que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos.

Em números absolutos, estima-se que haja 53,5 milhões de brasileiros (18-64 anos) à frente de alguma atividade empreendedora, envolvidos na criação de novo empreendimento, consolidando um novo negócio ou realizando esforços para

manter um empreendimento já estabelecido. De acordo com o **gráfico 1.1**, esse percentual confirma uma trajetória de crescimento que, após uma queda importante em 2016, logo após a taxa ter alcançado a maior marca histórica em 2015

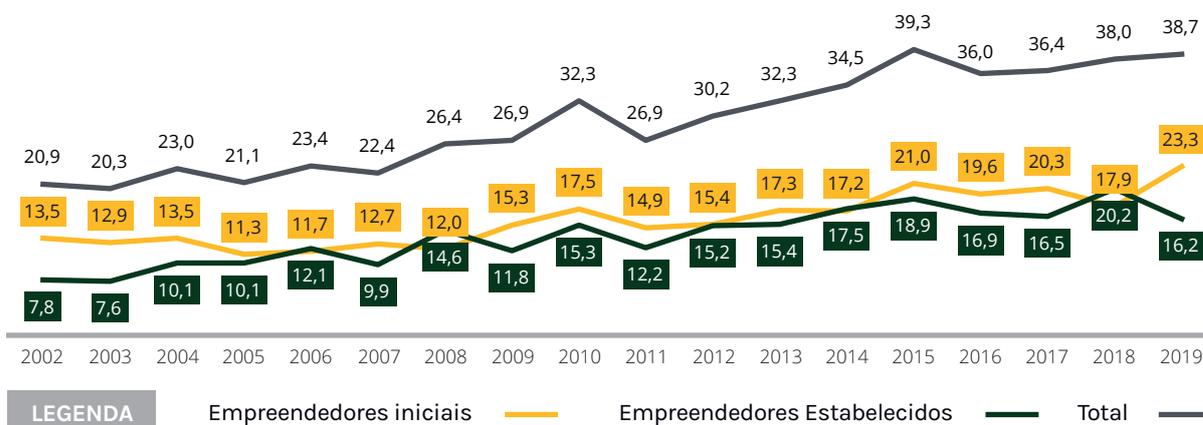
(39,3%), alcança um patamar em 2019, bastante próximo àquela marca, apenas 0,7 ponto percentual abaixo.

Em relação ao empreendedorismo nos estágios inicial e estabelecido, observa-se que, em 2019, houve um retorno ao padrão tradicional dessas trajetórias, qual seja, a taxa de empreendedorismo inicial superou a taxa de empreendedorismo

estabelecido – esse comportamento se mostrou invertido em apenas quatro anos da série histórica, incluindo 2018. Além disso, em 2019, também se verifica a maior diferença nas taxas dos dois estágios (7,1 pontos percentuais), tendo a TEA alcançado a sua maior marca (23,3%) e a TEE baixado, retornando aos valores obtidos em 2016 e 2017.

GRÁFICO 1.1

Taxas¹ (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2019



LEGENDA

Empreendedores iniciais



Empreendedores Estabelecidos



Total



Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

O aumento significativo na taxa de empreendedores iniciais se deve exclusivamente ao importante aumento na taxa empreendedores nascentes, de 6,4 pontos percentuais em relação a 2018. Explicações para tal crescimento podem ser buscadas no momento social e econômico do país, no qual se observa, por um lado, a retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro e, por outro, a tímida redução nas taxas de desemprego, mantendo ainda muitas incertezas sobre as opções de ocupação e de obtenção de renda para a população.

A taxa de empreendedores novos registrou uma pequena redução (0,6 ponto percentual) na comparação com o ano anterior.

A redução na taxa de empreendedores estabelecidos de 4,0 pontos percentuais deve servir de alerta para acompanhamento nos próximos anos. Provavelmente, essa redução está associada às desistências de parte do contingente

de empreendedores já estabelecidos, por conta das dificuldades que estes enfrentaram no último período de crise (p.ex. endividamento, inadimplência, forte queda da demanda etc).

Complementando o panorama acerca das principais taxas do empreendedorismo brasileiro, é fundamental mencionar a taxa de empreendedorismo potencial (tabela 1.1) que, em 2019, foi de 30,2%, significando que, de cada 10 brasileiros que não são considerados empreendedores, três deles gostariam de abrir um negócio próprio nos próximos três anos. Se essa pretensão vier a se concretizar, em média serão 8 milhões de novos empreendedores ingressando anualmente no ambiente de negócios brasileiro.

Esses números reforçam a importância de que as políticas e os programas voltados ao empreendedorismo sejam suficientemente abrangentes de modo a abarcar os mais diversos perfis de aspirações e expectativas ligadas ao tema.

1.2 Motivação para Empreender

Em 2019, a metodologia GEM apresenta uma inovação ao avaliar a motivação para empreender, não mais restringindo as opções de respostas às categorias “por necessidade” e “por oportunidade”, e ampliando a gama de possibilidades

avaliadas (**tabela 1.2**). Nessa nova abordagem, foram apresentadas quatro afirmações aos empreendedores, para que esses se manifestassem positiva ou negativamente em relação a cada uma delas.

TABELA 1.2 Percentual dos empreendedores iniciais¹ segundo as motivações para iniciar um novo negócio - Brasil 2019

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	26,6

Fonte: GEM Brasil 2019

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

Quase 90% dos empreendedores iniciais concordam (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constitui uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos. Da mesma forma, pouco mais da metade deles apontam que “fazer a diferença no mundo” (contribuir para um mundo melhor) foi um dos motivos que os levaram a empreender.

Em contraposição, um terço dos empreendedores confirmaram que a ambição de construir uma grande riqueza ou obter renda muito alta está presente no espectro das motivações que os levaram a iniciar um novo negócio. E, por fim, um quarto dos empreendedores se envolvem em novos negócios para dar continuidade a uma tradição familiar, evidenciando, dessa forma, que o comportamento das famílias em relação ao empreendedorismo exerce uma influência direta ou indireta nas aspirações de carreira e futuro de uma parcela significativa da população.

Embora essa nova metodologia não garanta o estabelecimento de uma equivalência exata com a

classificação anterior de empreendedorismo por necessidade ou oportunidade, fica evidente que a motivação “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 o resultado do ano passado do empreendedorismo por necessidade, na **tabela 1.2.1** estão apresentadas as motivações principais mencionadas pelos empreendedores iniciais, ou seja, o percentual dos que responderam de forma afirmativa exclusivamente para uma das questões.

Nessa diferente leitura, tem-se que 26,2% dos empreendedores iniciais mencionaram que “ganhar a vida porque os empregos são escassos” foi a única motivação para começar um negócio. Estabelecendo uma analogia com o empreendedorismo por necessidade na antiga classificação, é possível afirmar que esse valor é compatível e coerente com a trajetória que vinha sendo observada pelo empreendedorismo por necessidade nos últimos anos no Brasil.

TABELA 1.2.1

Motivação principal¹ para iniciar um novo negócio - Brasil 2019

Motivação	% dos empreendedores iniciais
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	26,2
Para fazer diferença no mundo	1,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	1,0
Para continuar uma tradição familiar	0,4
Mais do que uma motivação	70,8
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Redução dos percentuais para a tabela 1.2 considerando a condição do empreendedor ter respondido afirmativamente somente para aquela questão.

1.3 Taxas Específicas

As taxas específicas, cujos resultados encontram-se na **tabela 1.3**, diferentemente das taxas gerais que consideram a população como um todo, têm por objetivo evidenciar as variações na intensidade da atividade empreendedora entre os estratos que compõem variáveis sociodemográficas, como sexo (masculino e feminino), faixa etária (25 a 34 anos, por exemplo), escolaridade (ensino médio completo, por exemplo) e renda familiar (mais de 1 até 2 salários mínimos, por exemplo).

Em 2019, os homens se mostraram mais ativos no que se refere ao seu envolvimento com o empreendedorismo em estágio estabelecido do que as mulheres. A taxa dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do sexo feminino foi de 13,9%, ou seja,

uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos absolutos, estima-se que existam quase três milhões de homens a mais do que mulheres empreendendo nesse estágio.

Contudo, praticamente não existe diferença entre homens e mulheres quando se trata de empreendedorismo inicial.

Esse tem sido um retrato constante da face do empreendedorismo brasileiro ao longo dos anos, ou seja, proporções semelhantes de empreendedores iniciais tanto entre a população masculina quanto entre a feminina, e um percentual maior de empreendedores à frente de negócios já consolidados (empreendedorismo estabelecido) entre a população masculina.

Esse panorama se deve, provavelmente, aos seguintes fatores:

(a) No passado, a presença maior de homens na atividade empreendedora pode ter contribuído para a criação de um estoque de empreendedores estabelecidos com forte presença de homens. 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 iniciais para o empreendedorismo 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 negócios 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 um bico 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 do lar (p.ex. maior envolvimento com atividades de cuidados do lar e da família).

TABELA 1.3 Taxas específicas¹ (em %), percentuais e estimativas² empreendedores iniciais e estabelecidos segunda as características sociodemográficas - Brasil - 2019

Características sociodemográficas	Iniciais			Estabelecidos		
	TEA (23,3%)	Estimativa do número de empreendedores		TEE (16,2%)	Estimativa do número de empreendedores	
		Nº (em milhões)	Percentual		Nº (em milhões)	Percentual
Sexo						
Masculino	23,5	16,1	50,0	18,4	12,6	56,5
Feminino	23,1	16,1	50,0	13,9	9,7	43,5
	Total	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Faixa Etária						
18 a 24 anos	24,3	6,2	19,3	7,2	1,8	8,2
25 a 34 anos	26,1	8,9	27,7	12,7	4,3	19,4
35 a 44 anos	26,7	8,7	27,1	18,2	5,9	26,5
45 a 54 anos	22,6	5,8	18,2	23,8	6,1	27,5
55 a 64 anos	12,4	2,5	7,7	20,5	4,1	18,4
	Total	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Escolaridade³						
Fundamental incompleto	18,4	5,5	17,2	23,2	7,0	31,3
Fundamental completo	23,3	6,8	21,0	20,2	5,9	26,2
Médio completo	24,4	14,9	46,2	12,0	7,3	32,7
Superior completo ou maior	27,6	5,0	15,6	12,1	2,2	9,7
	Total	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Renda Familiar						
Até 1 salário mínimo	23,4	5,5	17,2	13,5	3,3	14,7
Mais de 1 até 2 salários mínimos	20,6	8,4	26,0	13,4	5,6	24,9
Mais de 2 até 3 salários mínimos	22,0	6,1	18,8	17,2	4,8	21,6
Mais de 3 até 6 salários mínimos	27,1	8,6	26,8	18,0	5,8	26,2
Mais de 6 salários mínimos	31,8	3,6	11,1	24,6	2,8	12,7
	Total	32,2	100,0	Total	22,3	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 24,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil são empreendedores iniciais).

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.

Apesar da menor permanência das mulheres na atividade empreendedora, deve-se destacar que o nível de escolaridade média das mulheres² na

população é de um ano superior à média dos homens. Portanto, pelo menos, na média, não são déficits de conhecimento formal que explicam

² <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-06/mulheres-aumentam-escolaridade-em-relacao-aos-homens-mostra-pesquisa>

essa defasagem. Apesar disso, cabe destacar 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 26 milhões, muito próxima dos 29 milhões de homens.

No que se refere à idade, no Brasil, em 2019, de todas as faixas etárias consideradas, é a dos seniores (55 – 64 anos) que mais se diferencia das demais no empreendedorismo inicial. Nessa faixa etária encontra-se a menor taxa, com apenas 12,4% dos brasileiros envolvidos com empreendimentos em estágio inicial. Em todas as demais faixas, a taxa de empreendedorismo inicial varia menos, indo de 22,6%, na faixa dos 45 aos 54 anos, até 26,7% na faixa com maior intensidade empreendedora (35 – 44 anos).

Importante destacar que, mesmo com a menor taxa, o contingente de pessoas com mais de 55 anos iniciando um negócio é de aproximadamente 2,5 milhões. Mais uma vez esse dado se sobressai, evidenciando a urgência de que se desenvolvam ações para melhor compreender esse fenômeno do empreendedorismo sênior, assim como projetos de natureza prática a fim de apoiar esses novos negócios para que possam de fato alcançar seus objetivos. É de se supor que essas pessoas decidam empreender como forma de complementação de renda, dada a insuficiência do valor auferido por conta das aposentadorias recebidas, 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 são os mais ativos. Aproximadamente um quarto deles são proprietários e administram negócios já consolidados. A faixa com a menor taxa de empreendedorismo estabelecido é a dos mais jovens, dos 18 aos 24 anos (7,2%). Mesmo mais baixo, mas longe de ser inexpressivo, esse percentual significa 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 à reflexão sobre os impactos possíveis na vida futura desses jovens que decidiram empreender desde tão cedo e sobre as ações de apoio adequadas que conciliem a manifestação de um espírito empreendedor e a necessidade tanto de aperfeiçoamento acadêmico como profissional, vitais para o próprio desenvolvimento futuro do negócio.

A análise da intensidade da atividade empreendedora a partir do nível de escolaridade do empreendedor é um dos indicadores mais reveladores do panorama geral do empreendedorismo no país. A partir dele, pode-se inferir a complexidade do negócio, mercados de atuação e até mesmo o potencial de longevidade dos negócios.

Observa-se que, no Brasil, em 2019, a partir do estrato dos que possuem 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 são grandes. Considerando os quatro níveis de escolaridades, os mais ativos no envolvimento com atividades empreendedoras iniciais são os que possuem o ensino superior completo (27,6%). A menor taxa (18,4%) é verificada no nível dos que não chegaram a completar o ensino fundamental (“ensino fundamental incompleto”). Entretanto, apesar da taxa mais baixa, esse grupo representa 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 são registradas entre aqueles que não possuem o ensino médio completo, ou seja, 23,2% e 20,2% para os que têm o ensino fundamental incompleto e completo, respectivamente. Para os que têm o ensino médio ou superior completo, 12% desses são empreendedores estabelecidos.

Os empreendedores estabelecidos com nível de escolaridade inferior ao ensino médio completo representam aproximadamente 13 milhões de pessoas. Por outro lado, cerca de 2,2 milhões de pessoas com nível universitário são proprietárias de um empreendimento já consolidado.

Em outras palavras, pode-se dizer que, para cada empreendedor estabelecido com nível universitário, existem 6 outros empreendedores que não concluíram o ensino médio.

A pesquisa GEM Brasil 2019 demonstra que, para população cuja renda familiar é de até 3 salários mínimos, a intensidade no envolvimento com o empreendedorismo em estágio inicial não apresenta grandes diferenças. Nas três faixas de menor renda, as taxas variam de 20,6%, para renda familiar de 1 até 2 salários mínimos, até 23,4%, para os que recebem até 1 salário mínimo.

Considerando apenas essas duas faixas de renda, até 2 salários mínimos, tem-se 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, é registrado entre os que auferem mais de 6 salários mínimos como renda familiar. Nesta faixa de renda, a taxa é de 31,8%, com cerca de 3,6 milhões de empreendedores, contingente quase três vezes menor que aquele dos empreendedores iniciais cuja renda familiar

é de até 2 salários mínimos. Isto é um reflexo da desigualdade de renda no país, grande contingente que ganha pouco e pequeno contingente que ganha muito.

Em relação aos negócios com patamar de consolidação mais avançado, nota-se que nas duas faixas de renda mais baixas localizam-se também as menores taxas de empreendedores estabelecidos. Entre as famílias com renda de até dois salários mínimos de renda familiar, a taxa é de aproximadamente 13,5%. No caso de rendas entre dois até seis salários mínimos, a taxa sobe aproximadamente 4 pontos percentuais. E, entre os adultos que pertencem a núcleos familiares cuja renda é superior a seis salários mínimos, 24,6% desses são empreendedores estabelecidos. Considerando o empreendedorismo total, nessa faixa de renda, mais de 56% das pessoas são empreendedoras, proporção superior em mais de 10 pontos percentuais em relação a todas as demais faixas de renda.

QUADRO 1

Intensidade da atividade empreendedora segundo estratos da população do Brasil (resumo dos resultados das taxas específicas).

Estratos da população que se destacam pela atividade empreendedora em estágio inicial	Estratos da população que se destacam pela atividade empreendedora em estágio estabelecido
Mínima diferença entre mulheres e homens.	As mulheres se mostram menos ativas que os homens.
Os mais ativos são os indivíduos de 25 a 44 anos. Os menos ativos encontram-se na faixa de 55 a 64 anos.	Indivíduos na faixa etária de 45 a 54 anos são os mais ativos. Na faixa dos 18 a 24 anos encontram-se os menos ativos.
Os mais ativos são aqueles que possuem o ensino superior completo. Os menos ativos possuem o ensino fundamental incompleto.	Os mais ativos são aqueles que possuem o ensino fundamental incompleto. Os menos ativos possuem o ensino médio e superior completo.
Os mais ativos são os indivíduos na faixa de renda superior a 6 salários mínimos. Na faixa de renda entre 1 até 2 salários mínimos estão os menos ativos.	Na faixa de renda superior a 6 salários mínimos estão os mais ativos. Os com renda de até 2 salário mínimo são os menos ativos.

2

Distribuição dos Empreendedores segundo as Características dos seus Empreendimentos

Assim como o conhecimento acerca do perfil do empreendedor é fundamental para compreender a face do empreendedorismo brasileiro, o mesmo pode-se dizer acerca do perfil dos empreendimentos planejados, criados ou manti-

dos por esses empreendedores. Portanto, nesta seção, serão apresentadas as principais características dos negócios conduzidos pelos empreendedores brasileiros.

2.1 Procedência do Cliente

A partir da **tabela 2.1** se observa que, em linhas gerais, o empreendedorismo no Brasil é um fenômeno tipicamente voltado para o mercado interno. Apenas 3% dos empreendedores, sejam iniciais ou estabelecidos, afirmam que têm ou terão clientes de fora do Brasil.

Aprofundando um pouco mais a análise, constata-se que os negócios gerados pelos empreen-

dedores brasileiros são eminentemente locais, focados na própria cidade onde mora o empreendedor, conforme afirmaram 97,3% dos empreendedores iniciais e 99% dos estabelecidos. Cerca de 33% dos empreendedores iniciais e 26% dos estabelecidos dizem que têm ou terão clientes oriundos de cidades diferentes daquela em que moram.

TABELA 2.1 Empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a procedência do cliente - Brasil - 2019

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	% dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	97,3	99,0
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	33,8	26,2
Fora do Brasil	2,7	3,1

Fonte: GEM Brasil 2019

2.2 Setor de Atividade

No Brasil, em 2019, o setor de serviços respondeu por mais de 76% dos negócios liderados por empreendedores em estágio inicial (**tab. 2.2**). Entre os estabelecidos, essa proporção foi um pouco menor, de 61%. Considerando apenas os empreendimentos de serviços orientados para outros negócios, sendo possível, portanto, aplicar aqui a expressão B2B (business-to-business), nota-se que, nos dois estágios de empreendedorismo, menos de 10% dos empreendedores

se ocupam desse setor de atividade, 7,6% entre iniciais e 5,0% entre estabelecidos.

Enquanto se constata uma proporção menor de empreendedores estabelecidos envolvidos com o setor de serviços, comparativamente aos empreendedores iniciais, o contrário se observa em relação às atividades industriais: 22,9% dos iniciais estão envolvidos com o setor industrial, percentual 13 pontos percentuais menor do que

o registrado entre os estabelecidos. Neste ponto convém ressaltar que, quando se menciona atividade industrial, toma-se uma definição genérica em que a base conceitual está no processo de transformação da essência de uma matéria-prima. Por certo, considerando outras características dos empreendedores e seus negócios, é cor-

reto afirmar que as atividades industriais assim caracterizadas representam negócios em que o processo de transformação é muito simples e de baixa intensidade tecnológica, como confecção de alimentos, produção de peças de vestuário ou pequenos objetos manufaturados.

TABELA 2.2 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a atividade econômica - Brasil - 2019

Atividades	% das atividades dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Setor extrativo	0,8	2,8
Industriais	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

2.3 Características de Inovação

O grau de novidade do produto e da tecnologia utilizados são alguns dos aspectos investigados pela pesquisa GEM a fim de avaliar o conteúdo de inovação dos empreendimentos. Observa-se na **tabela 2.3** que pouco mais de 10% dos empreendedores iniciais indicam que seu produto e tecnologia são novos no local onde atuam, e cerca de 90% afirmam que o seu produto ou a tecnologia que utilizam não são novos, ou seja, os produtos ou serviços que oferecem ao mercado já são 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 dizem trabalhar com produtos novos no nível nacional.

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

TABELA 2.3 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
Não são novos	89,0	89,8	95,6	96,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

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.

2.4 Geração de Ocupação

Pode-se dizer que uma das principais razões que credenciam o empreendedorismo como uma das principais alternativas para o desenvolvimento econômico e social é a capacidade potencial para a geração de ocupação ou de postos de trabalho para a população.

No Brasil em 2019, segundo a **tabela 2.4**, pode-se afirmar que 28,2% dos empreendedores iniciais geraram ocupação para pelo menos uma outra pessoa além de si mesmos. Apesar de uma característica marcante do empreendedorismo brasileiro ser o “autoemprego”, apenas considerando esses aproximadamente 30 milhões de empreendedores em estágio inicial – à frente de negócios com menos de

3,5 anos de existência –, é possível estimar a geração de ocupação para aproximadamente 18 milhões de pessoas.

Dos empreendedores estabelecidos, 36,9% proporcionavam, pelo menos, um posto de trabalho ou ocupação para, no mínimo, uma pessoa além de si próprio. Essa proporção foi 8,7 pontos percentuais superior à dos iniciais, fato esperado dado o maior tempo de vida dos empreendimentos estabelecidos. Em números absolutos estima-se que esse grupo, composto por aproximadamente 22 milhões de empreendedores, esteja gerando ocupação para mais 18 milhões de pessoas.

TABELA 2.4 Empreendedores iniciais e estabelecidos segundo a geração de ocupação - Brasil - 2019

Pessoas ocupadas	% dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Não informou	30,2	4,9
Nenhuma pessoa	41,4	57,6
Uma pessoa	14,5	15,7
Duas pessoas	5,5	10,0
Três pessoas	4,3	4,9
Quatro pessoas	1,1	2,2
Cinco ou mais pessoas	2,8	4,7

Fonte: GEM Brasil 2019

2.5 Formalização

A pesquisa GEM constatou que, em 2019, pouco mais de 26% dos empreendedores brasileiros estavam formalizados com a obtenção do CNPJ

(**tabela 2.5**)³, apresentando expressivo crescimento de 14,5% em relação à proporção verificada em 2018.

TABELA 2.5 Empreendedores segundo a formalização - Brasil - 2018:2019

Empreendedores	2018	2019
Que obtiveram CNPJ	22,8	26,1
Que não obtiveram CNPJ	72,9	73,6
Outros ¹	4,3	0,3
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019
¹ "Não sabe" ou "Recusou".

A consciência da importância de estar com o empreendimento regularizado foi a principal razão que levou os empreendedores brasileiros a buscarem e obterem o CNPJ (73,5%). Além dessa, destacaram-se outras razões, como a possibilidade de estar inserido no sistema

previdenciário nacional (31,4%), a necessidade de emitir nota fiscal para efetivação de negócios (23,2%), e pouco mais de 10% desses empreendedores citam a exigência dos antigos empregadores para que se transformassem em prestadores de serviços formalizados (**tabela 2.5.1**).

TABELA 2.5.1 Principais razões para obtenção do CNPJ- Brasil - 2019

Motivo	% 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

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

A **tabela 2.5** informa também que 73,6% dos empreendedores não obtiveram o CNPJ para seus empreendimentos. Na **tabela 2.5.2** se observa que 27,4% desses empreendedores disseram não

ver vantagem na formalização do seu empreendimento, enquanto 12,5% deles estavam incertos quanto à continuidade do negócio no futuro e, por isso, não se esforçaram para obter o CNPJ.

³ A proporção de empreendedores com CNPJ (26,1%) identificada no GEM difere de dados levantados por outras organizações (por exemplo, o IBGE identificou que, em 2019, 29% dos empregadores e trabalhadores por conta própria possuem CNPJ), devido a diferenças metodológicas. Entre as diferenças, destacam-se: o universo do GEM, do qual fazem parte pessoas de 18 a 64 anos, enquanto o IBGE inclui pessoas a partir dos 14 anos; o GEM considera empreendedores que ainda não iniciaram efetivamente seus empreendimentos (por exemplo, empreendedores nascentes); o erro amostral inerente a qualquer pesquisa realizada por amostragem (no GEM esse erro é de 2,2 pontos percentuais).

Outras razões relacionadas ao alto custo de formalização também foram citadas: 17,2% dos empreendedores acreditam que é caro formalizar-se e 8% afirmaram não ter como arcar com os impostos que incidem sobre o negócio.

Ainda, 12,4% declararam que sua atividade não exige o CNPJ e que dispõem de outros tipos de registros e licenças.

TABELA 2.5.2 Principais razões para NÃO obtenção do CNPJ- Brasil - 2019

Motivo	% 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

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Respostas múltiplas. Não totalizam 100%.

3

Ambiente para Empreender no Brasil

Para compor o retrato completo do empreendedorismo no Brasil, além de conhecer a sua “face”, ou seja, as características dos empreendedores e seus empreendimentos, também é fundamental entender o pano de fundo em que são desenvolvidos os negócios. Nesse sentido, os itens a seguir exploram questões que buscam

compreender o contexto que abriga a atividade empreendedora no país: em que medida o ato de empreender se configura como um desejo da população; o grau de aceitação dos empreendedores na sociedade; e, por fim, as condições que o ambiente oferece para que efetivamente as atividades empreendedoras aconteçam.

3.1 Sonhos Profissionais dos Brasileiros

A **tabela 3.1** revela que, para os brasileiros em geral, independentemente desses já serem ou não empreendedores, o sonho de possuir um negócio próprio é maior do que o sonho de desenvolver uma carreira profissional em uma empresa privada ou pública, indicando que a sociedade brasileira enxerga na alternativa do empreendedorismo a melhor e mais compensadora forma de atuação profissional.

Porém, as proporções dos que se enquadram em cada opção apresentam variações que merecem ser exploradas quando comparados os indivíduos que já são empreendedores com os que não o são.

Para aqueles categorizados como empreendedores nascentes, o sonho de ter o próprio negócio alcança a proporção mais elevada, com valor (66,7%) expressivamente superior a todos os

outros grupos, incluindo o dos não empreendedores. Embora já considerados empreendedores, dois terços desses indivíduos dizem sonhar com o negócio próprio. Isso pode ser explicado pelo fato de que iniciativas já foram tomadas para a realização desse sonho e que, portanto, esse resultado expressa a “vontade” de as ações já realizadas levarem à concretização do negócio planejado. Esses indivíduos, já inseridos no processo de empreender, estão mais ávidos na realização do sonho do que aqueles que não fazem parte do grupo de empreendedores.

Por sua vez, como esperado, no grupo dos “não empreendedores”, a parcela dos que sonham em se tornar um (38,7%) é maior do que entre os empreendedores novos e estabelecidos com 33,8% e 19,2%, respectivamente.

TABELA 3.1 Percentual¹ da população segundo "os sonhos profissionais": comparação entre indivíduos não empreendedores e empreendedores por estágio - Brasil - 2019

Sonho	%			
	Empreendedores			Não Empreendedores
	Nascentes	Novos	Estabelecidos	
Fazer carreira numa empresa	22,6	16,5	9,8	28,8
Ter o próprio negócio	66,7	33,8	19,2	38,7
Carreira no serviço público	19,1	10,2	7,1	19,3

Fonte: GEM Brasil 2019

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

Ainda, o sonho do negócio próprio diminui conforme o estágio do desenvolvimento do empreendimento. Por certo, isso se dá pelo entendimento de que esse é um sonho que já foi superado pelos empreendedores que já ultrapassaram a

fase nascente, dado que o negócio já começou a remunerar o empreendedor, no caso dos novos, e o empreendimento já está consolidado, com mais de 3,5 anos de existência, no caso dos empreendedores estabelecidos.

3.2 Percepções da População sobre o Ambiente para Empreender

Com vistas a apurar o nível de aceitação da atividade empreendedora pela sociedade, os indivíduos entrevistados na pesquisa com a população avaliam uma série de afirmações relacionadas à situação do empreendedorismo no país.

Os itens “c” e “d” da **tabela 3.2** demonstram que, para a grande maioria da população, cerca de dois terços, empreender não só é apenas uma alternativa válida de carreira profissional, mas também representa a condição de desfrutar de uma imagem social positiva e alcançar alto nível de status e respeito. Essa percepção se confirma com mais de 78% dos entrevistados (item e) mencionando que veem frequentemente na mídia reportagens

ou notícias de empreendedores e de negócios bem-sucedidos.

Ao avaliarem aspectos objetivos sobre o ambiente para empreender, 46,4% dos brasileiros (item a) identificam para os próximos 6 meses boas oportunidades para iniciar um negócio nas proximidades em que vivem. Quando perguntados se no Brasil é fácil iniciar um negócio (item b), 39,4% concordam com tal afirmação.

Ao serem questionados sobre políticas e programas nos diversos níveis de governo, cerca de um quarto dos entrevistados concordam que eles existam e sejam suficientes para estimular de forma consistente o empreendedorismo brasileiro.

TABELA 3.2 Percepções da população sobre o ambiente para empreender - Brasil - 2019

Afirmações	% da população que concorda com as afirmações ¹
a) Nos próximos seis meses existirão boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem	46,4
b) No Brasil, é fácil começar um negócio	39,4
c) No Brasil, a maioria das pessoas considera que começar um novo negócio é uma opção de carreira desejável	75,3
d) No Brasil, aqueles que têm sucesso ao iniciar um novo negócio têm um alto nível de status e respeito	72,2
e) No Brasil, veem frequentemente histórias na mídia e/ou na internet sobre novos negócios bem-sucedidos	78,8
f) No município onde vivem, já existem estímulos do governo (federal, estadual e prefeitura) suficientes para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras	23,0
g) No município onde vivem, existem escolas e/ou universidades que já adotam disciplinas para o ensino do empreendedorismo	42,3

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos que, nas afirmações "a até g", responderam que "concordam total ou parcialmente".

Em relação à presença do tema no setor educacional, 42,3% dos entrevistados concordam que nas instituições de ensino nos municípios em que vivem o empreendedorismo seja foco de atenção por meio de disciplinas específicas para tanto.

De maneira geral, pode-se concluir que a sociedade brasileira dá grande valor aos empreendedores, mas considera que ainda há muito espaço para iniciativas que favoreçam o florescimento e a sobrevivência de empreendimentos de sucesso.

3.3 Percepções dos Especialistas sobre o Ambiente para Empreender

Profissionais selecionados para compor um grupo de “especialistas” são solicitados para indicar, de forma espontânea, os fatores que consideram mais favoráveis ao empreendedorismo no Brasil e também os fatores que consideram os mais limitantes. As manifestações desses especialistas são classificadas e agrupadas em 20 fatores definidos pela metodologia GEM. Nos parágrafos a seguir, são apresentados os fatores que se destacaram nas avaliações. Ressalte-se que, neste relatório, são apresentadas e descritas, puramente, as percepções expressas pelos entrevistados, sem detalhamentos ou contextualizações. Esse nível de análise mais detalhada estará desenvolvido na publicação completa do GEM Brasil.

A **tabela 3.3** apresenta os fatores mais citados como favoráveis ao empreendedorismo no Brasil. Para 47% dos especialistas, a “capacidade empreendedora” é um desses fatores, sobretudo no que se refere aos traços da personalidade do brasileiro, como a sua criatividade e a capacidade de se adaptar a situações adversas.

Ainda como elementos favoráveis merecem destaque os fatores “abertura de mercado e internacionalização” com 33,3% de menções e “Características da Força de Trabalho e Composição da População Percebida” com 31,8%. Em relação ao primeiro, o destaque foi a existência de vastas possibilidades de novos negócios propiciada, inclusive, por um aspecto não tão positivo: o espaço ainda a ser percorrido pelo mercado brasileiro no sentido do amadurecimento. 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 do mercado consumidor, o que pode ser fonte de estímulo para a criação de novos empreendimentos. Sobre a composição da população, foram mencionados o tamanho e a diversidade da população brasileira, com etnias diferentes que convivem de forma pacífica, características essas consideradas favoráveis para a inovação e o empreendedorismo.

TABELA 3.3 Principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados¹ - Brasil - 2019

Fatores	% dos especialistas
Capacidade Empreendedora	47,0
Abertura de Mercado e Internacionalização	33,3
Características da Força de Trabalho e Composição da População Percebida	31,8

Fonte: GEM Brasil 2019

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

A **tabela 3.4**, por sua vez, traz os fatores que limitam o desenvolvimento do empreendedorismo no país mais citados pelos especialistas. Para 47,8% dos especialistas o fator “políticas governamentais” requer iniciativas de aprimoramento no sentido de favorecer o ambiente empreendedor. A maior parte das menções apresentadas estavam relacionadas à burocracia e à carga tributária. Apesar do reconhecimento de que diversas leis e iniciativas já vem sendo operacionalizadas, esses especialistas ainda alertam para a complexidade no processo de pagamento dos impostos e obrigações acessórias, além da necessidade de acelerar a implementação dos benefícios de forma equivalente entre todos os entes da federação.

Também foi citado por uma quantidade expressiva (43,3%) de especialistas, como aspecto limitante, o fator “clima econômico, contexto político, institucional e social e corrupção”. Para eles 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 (previdência e 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.

Como terceiro fator mais citado como limitante (34,3%) aparece o “apoio financeiro”. Entre os que mencionaram aspectos ligados a esse fator, 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 restringem o empreendedor na obtenção 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.

TABELA 3.4 Principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios segundo os especialistas entrevistados¹ - Brasil - 2019

Fatores	% dos especialistas
Políticas Governamentais	47,8
Clima Econômico/ Contexto Político, Institucional e Social/ e Corrupção	43,3
Apoio Financeiro	34,3

Fonte: GEM Brasil 2019

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

4

Recomendações

A pesquisa GEM também aproveita o esforço na coleta de dados e informações para buscar, junto aos especialistas e à população adulta, re-

comendações para melhorar o ambiente para empreender no país.

4.1 Dos Especialistas

Ao apresentarem suas recomendações, quase 60% dos especialistas desenvolveram argumentos que se relacionam com os fatores “políticas governamentais” e “educação e capacitação”.

Em Relação às 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.

Em Relação à educação:

- 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, evitando ser um recurso destinado apenas às classes sociais mais abastadas.
- Criar programas de competição relacionados a novos negócios inovadores, semelhantes aos já existentes como a Olimpíada de Matemática e as competições de robótica.

Ainda, em uma proporção menor, um quarto dos especialistas mencionaram como recomendações tópicos que se relacionam com o fator “**pesquisa e desenvolvimento**”. As recomendações mais significativas foram:

- 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.

TABELA 4.1 Recomendações dos especialistas: áreas de intervenção para melhoria das condições para empreender no país¹ - Brasil - 2019

Fatores em que se enquadram as recomendações	% dos especialistas
Políticas Governamentais	59,7
Educação e Capacitação	59,7
Pesquisa e Desenvolvimento	25,4

Fonte: GEM Brasil 2019

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

4.2 Da População

Considerando as recomendações da população (**tabela 4.2**), 45,7% apontaram a “maior facilidade de acesso ao crédito”, como a iniciativa mais importante para estímulo à atividade empreen-

dedora. Em seguida, vem a sugestão que indica a necessidade de maior difusão de cursos de empreendedorismo, com 19% dos respondentes.

TABELA 4.2 Sugestões da população sobre ações para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras - 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

Fonte: GEM Brasil 2019

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 4.3 e 4.4**, o oferecimento de cursos específicos foi a sugestão mais frequente, com mais da metade das

respostas. Em ambos os casos também, cerca de um quarto dos respondentes indicaram o auxílio na organização de grupos de apoio mútuo, específicos para a faixa etária dos mais seniores e de mulheres, como uma alternativa para incentivar um maior e melhor engajamento desses segmentos em iniciativas empreendedoras.

TABELA 4.3 Sugestões da população sobre ações para estimular pessoas com mais de 55 anos a se tornarem empreendedoras - 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

Fonte: GEM Brasil 2019

TABELA 4.4 Sugestões da população sobre ações para estimular o empreendedorismo feminino - 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

Fonte: GEM Brasil 2019

COORDENAÇÃO DO GEM

NACIONAL



INTERNACIONAL



PARCEIRO MASTER NO BRASIL

