

EMPREENDEDORISMO NO

BRASIL

2021



EMPREENDEDORISMO NO

BRASIL

2021



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo

no Brasil 2021 / Danton Távora Pescadinha
Filho... [et al.] ; coordenação Larissa de
Pinho Teixeira Moutinho. -- 22. ed. --
Curitiba, PR : Ed. dos Autores, 2022.

Outros autores : João Roberto Marone, Larissa de
Pinho Teixeira Moutinho, Marina de Almeida Pastore.

Bibliografia.

ISBN 978-65-00-50724-9

1. Economia 2. Empreendedorismo 3. Gestão de
negócios 4. Planejamento estratégico I. Pescadinha
Filho, Danton Távora. II. Marone, João Roberto.
III. Moutinho, Larissa de Pinho Teixeira.
IV. Pastore, Marina de Almeida.

22-123491

CDD-658.421

Índices para catálogo sistemático:

1. Empreendedorismo : Administração de empresas - 658.421
Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

FICHA TÉCNICA

Coordenação do GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research Association (GERA), London Business School
Babson College, Estados Unidos

No Brasil

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Sandro Nelson Vieira – Presidente do Conselho
Alisson Santana – 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 Melles – Diretor-Presidente
Bruno Quick – Diretor-Técnico
Eduardo Diogo – Diretor de Administração e Finanças
Adriane Ricieri Brito – Gerente da Unidade de Gestão Estratégica
Fausto Ricardo Keske Cassemiro – Gerente Adjunto da Unidade de Gestão Estratégica
Marco Aurélio Bedê – Gestor do Projeto pelo Sebrae

Equipe técnica

Coordenação Geral

Larissa de Pinho Teixeira Moutinho

Análise, Redação e Revisão de Conteúdo

Danton Távora Pescadinha Filho
João Roberto Marone
Larissa de Pinho Teixeira Moutinho
Marina de Almeida Pastore

Arte e Diagramação

Daniel de Mattos Keller

Revisão de Texto

Joice Lemes

ENTREVISTADOS NA PESQUISA

Com especialistas



Adélio Barofaldi
Grupo Rovema

Allan Costa
AAA Inovação

Ana Madalena Sandes Silva
Sebrae – AL

Ana Paula Lemos Centeno
Universidade Federal de Pelotas – RS

Antonio Carvalho Silva Neto
Prefeitura Municipal de Maceió

Antônio Jorge Cunha Campos
**Universidade Federal do Amazonas -
Faculdade de Estudos Sociais – UFAM**

Antonio Valdir Oliveira Filho
Sebrae – DF

Bibiana Volkmer Martins
**EcoHubI - Grupo de Pesquisa em
Ecossistemas de Inovação - UNISINOS/
CNPq**

Daniel Santoro
Casco Blindagens Especiais Ltda.

Daniela Cambuzano
Prefeitura Municipal de Jacareí

Daniele Carlini
Simples - Business & Design

Dario Paixão
**Instituto Municipal de Administração
Pública de Curitiba – IMAP**

Deranor Gomes Oliveira
**Universidade Federal do Vale do São
Francisco – UNIVASF**

Diego Alex Gazaro Santos
**Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia
do Rio Grande do Sul**

Edivan do Socorro Fonseca Miranda
Ministério da Economia

Eduardo Pinto Vilas Boas
**Escola Superior de Empreendedorismo –
ESSE**

Edward Humberto Guimarães Júnior
Universidade Federal de Goiás - UFG

Elaine Cristine de Souza Luiz
Centro Paula Souza

Erika Lisboa
Centro Universitário de Brasília – UniCEUB

Florian Paysan
Artemísia - Negócios de Impacto Social

Francisca Conrado Fernandes
Sebrae – RR

Gabriela Anastacia
Papo de Empreendedora

Hélio Büllau
Ampla Consultoria Empresarial Ltda.

Herbert Schinke Martfeld
**Centro de Apoio aos Pequenos
Empreendimentos da Bahia**

Iolanda Fierro
**deXpert Assessoria e Consultoria
Tecnocientífica**

Ivan Frederico Lupiano Dias
**Associação dos Administradores,
Tecnólogos e Técnicos do Paraná - ADETEC/
PR**

Janaynna de Moura Ferraz
**Universidade Federal do Rio Grande do
Norte – UFRN**

Jefferson Freitas A. Oliveira
Pavarini Consultores Associados

João Alegria
Fundação Roberto Marinho/Globo

Julia Salgado
Onda Lab/UFRJ

Lina Maria Useche Kempf
Aliança Empreendedora

Lívia Cristiane Costa Pereira Duarte
Home & Company

Manuela Bezerra
Confusões Criativas

Marcelo Minnuti
InLabs

Márcio de Araújo Pereira
**Fundação de Apoio ao Desenvolvimento,
Ensino e Tecnologia de MS – FUNDECT**

Marcus Linhares
**Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Piauí - IFPI**

Matheus Pereira Mattos Felizola
Universidade Federal de Sergipe – UFS

Nathália Rosa Braga
Simples - Business & Design

Olinda Marinho
**Marinho Comercio Exterior; FPFTECH
PEIEX AMRR; RAMI Rede de Inovação;
Innatus Am HUB**

Paulo Vitor Jordão da Gama Silva
**Universidade do Grande Rio –
UNIGRANRIO**

Roberto Pessoa de Queiroz Falcão
Universidade do Grande Rio – Unigranrio

Samuel Silva Almeida
Sebrae - RO

Sandra Méndez
**M2 do Brasil Consultoria Estratégica de
Negócios**

Sara Cristina Oliveira Santos
Integração Inovação

Sara Vieira Martins
Caixa Econômica Federal – CEF

Vinicius Nobre Lages
Sebrae - AL



AGRADECIMENTOS

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), há mais de 20 anos ininterruptos, vem medindo o empreendedorismo no Brasil.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) tem orgulho de ser o responsável, em 22 anos consecutivos, pela pesquisa em nível nacional, garantindo a eficácia e o compromisso nas informações coletadas e publicadas sobre o empreendedorismo nacional.

Com o apoio dos nossos parceiros desse projeto, dedico nossos agradecimentos à Nutritional e ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), pois a realização do GEM Brasil se torna possível somente por intermédio dessas duas parcerias.

Agradecemos a todos os contribuintes que disponibilizaram tempo e responderam nossa pesquisa e, assim, subsidiaram-nos de informações para agregar no projeto GEM.

Para concluir, agradeço a toda a equipe nacional do projeto, à coordenação, aos estatísticos, aos analistas, aos professores, aos redatores, à revisora, ao diagramador, à equipe administrativa e ao conselho do IBQP, que dedicaram esforços para que o projeto fosse realizado, com comprometimento, profissionalismo e priorizando a excelência e a segurança dos resultados.

Aos nossos parceiros e colaboradores, o meu muito obrigado. O IBQP expressa sua gratidão a todos que, por mais um ano, colaboraram de alguma forma com mais esta edição.

ALISSON DA SILVA SANTANA
DIRETOR-PRESIDENTE DO IBQP

GEM Brasil 2021.....

Pequeno negócio: mantendo-se de pé diante das dificuldades da pandemia

É com muita satisfação que apresentamos os dados mais recentes do relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021, produzido em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). A maior pesquisa de empreendedorismo do mundo indica que, apesar das dificuldades enfrentadas durante o segundo ano da pandemia – que afetou não somente o Brasil, mas todos os países –, há muitos resultados positivos.

E, para os otimistas como eu, é preciso ver a oportunidade na dificuldade, assim como muitos empreendedores fizeram ao atravessarem a tormenta e se manterem de pé. Foi o caso das empresas com mais de 3,5 anos. Registramos um aumento na taxa de empreendedores estabelecidos (EBO), que subiu 1,2 ponto percentual e passou de 8,7% da população adulta, em 2020, para 9,9%, em 2021.

Podemos enxergar esses números como apenas mais indicadores do cenário econômico brasileiro. Ou podemos ir além e interpretá-los levando em conta o reflexo de medidas como o maior acesso a crédito, por meio do Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe), e de programas como Auxílio Emergencial e Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (BEm). Foram iniciativas que deram mais fôlego para os empreendedores e permitiram que eles sobrevivessem aos impactos da pandemia. Tais programas foram essenciais para esse resultado.

Mesmo vivendo um revés de forte queda entre 2019 e 2020, a TEE foi a única que apresentou alta em 2021, o que corrobora a tese de que, além dos programas de auxílio, a experiência dos empreendedores também garante uma melhor gestão da empresa. O relatório da GEM mostra que a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) sofreu uma queda de 2,4 pontos percentuais e atingiu o patamar de 21%.

Para além dessas informações, também destacamos que, em 2021, o Brasil apresentou uma queda na taxa de empreendedorismo por necessidade. Cerca de 48,9% dos empreendedores iniciais abriram um negócio, em 2021, em busca de uma fonte de renda. Em 2020, esse percentual foi de 50,4%. Entendemos que esse índice pode melhorar, nos próximos anos, com o aumento da cobertura vacinal e o arrefecimento das medidas restritivas, permitindo que as empresas voltem a funcionar e a contratar, condição que já observamos atualmente.

Outro ponto que merece uma leitura atenta é o que diz respeito ao índice de escolaridade, isso porque nossa pesquisa assinala que os empreendedores iniciais estão mais escolarizados: 28,5% deles têm curso superior completo. Esse resultado é o maior já detectado desde 2013 e apresenta um aumento em relação a 2020, quando 24,4% dos empreendedores iniciais possuíam essa mesma escolaridade. Já os entrevistados com, no mínimo, Ensino Médio completo responderam a 47,1% do universo pesquisado. Quanto mais escolarizado o empreendedor, mais propenso ele é a empreender por oportunidade e a realizar um planejamento, o que acaba garantindo uma taxa mais alta de sucesso. Esse avanço na escolaridade é fundamental para a melhoria do empreendedorismo brasileiro.

Sabemos que ainda há muito o que fazer para reconstruir o que se perdeu durante a pandemia. Mas o alicerce está lá e o Sebrae tem o compromisso e se empenha diuturnamente para, junto ao empresário, promover um ambiente propício para o desenvolvimento dos pequenos negócios brasileiros. É o que você verá nas próximas páginas, um país que está se recuperando e que deve grande parte da sua retomada aos microempreendedores, donos de micro e pequenas empresas.

**CARLOS MELLES,
PRESIDENTE DO SEBRAE**

Lista de Quadros e Tabelas	12
Lista de Figuras e Gráficos	15
Introdução	16
O GEM no Mundo e no Brasil	17
Economias que Participaram da Pesquisa GEM em 2021	19
Estrutura do Relatório Brasileiro da Pesquisa GEM 2021	20
Capítulo 1: Empreendedorismo no Brasil e no Mundo: Contexto Geral	22
1.1. Empreendedores Segundo o Estágio do Empreendimento	23
1.2. Taxas de Empreendedorismo por Estágio	24
1.3. Taxas de Empreendedorismo no Brasil em Perspectivas	28
1.4. Distribuição Percentual dos Empreendedores Iniciais (TEA) e Estabelecidos (EBO) por Setor da Atividade Econômica	29
1.5. Principais Atividades Econômicas Segundo o Estágio do Empreendimento	33
1.6. Oportunidades Devido à Pandemia de Coronavírus	35
1.7. Potenciais Empreendedores	38
1.8. Descontinuidade dos Empreendimentos	40
Capítulo 2: Motivações para Empreendedor no Brasil e no Mundo	42
2.1. Motivações dos Empreendedores Iniciais no Brasil e no Mundo	43
2.1.1. Para Ganhar a Vida Porque os Empregos são Escassos	44
2.1.2. Para Fazer Diferença no Mundo	47
2.1.3. Para Construir uma Grande Riqueza ou uma Renda Muito Alta	50
2.1.4. Para Continuar uma Tradição Familiar	53
2.2. Empreendedorismo por Oportunidade <i>versus</i> Necessidade	56
Capítulo 3: Empreendedorismo e Características Socioeconômicas da População	61
3.1. Empreendedores Segundo Características Socioeconômicas	62
3.1.1. Sexo	62
3.1.2. Faixa Etária	66
3.1.3. Escolaridade	71
3.1.4. Renda Familiar	75
3.2. Retrato Percentual do Empreendedor Brasileiro	79
3.2.1. Sexo	81
3.2.2. Faixa Etária	81
3.2.3. Escolaridade	82
3.2.4. Renda Familiar	82
3.3. Ocupação Paralela dos Empreendedores Brasileiros por Estágio	83
3.4. Motivações para Começar um Novo Negócio de Acordo com as Características Socioeconômicas	84
3.4.1. Sexo	84
3.4.2. Faixa Etária	85
3.4.3. Escolaridade	85
3.4.4. Renda Familiar	86
3.5. Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil segundo Características Socioeconômicas	87
3.5.1. Sexo	87
3.5.2. Idade	89
3.5.3. Escolaridade	91
3.5.4. Renda	94
Capítulo 4: Características dos Empreendimentos	96
4.1. Formalização	97
4.1.1. Razões para Formalizar	98
4.1.2. Razões para Não Formalizar	98
4.1.3. Percentual de Formalizações por Atividade	100
4.2. Procedência do Cliente	102
4.3. Expectativa de Geração de Postos de Trabalho	106

4.4. Geração de Ocupação	109
4.5. Faturamento Anual dos Empreendimentos	110
4.6. Inovação	112
Capítulo 5: Investidores Informais	116
5.1. Proporção de Investidores Informais no Brasil e no Mundo	119
5.2. Valores Investidos pelos Investidores Informais	120
5.3. Características Sociodemográficas dos Investimentos Informais	123
5.3.1. Nível de Relacionamento com o Empreendedor	125
Capítulo 6: Fundamentos Socioculturais do Empreendedorismo	126
6.1. Percepções e Atitudes dos Empreendedores	127
6.1.1. Conhecer Pessoalmente Outros Empreendedores	127
6.1.2. Percepção de Facilidade ao Abrir um Negócio	128
6.1.3. Percepção de Boas Oportunidades	130
6.1.4. Medo do Fracasso	131
6.1.5. Conhecimentos, Habilidades e Experiências para Iniciar um Negócio	132
6.2. Sonhos dos Brasileiros	135
6.2.1. Ter o Próprio Negócio <i>versus</i> Fazer Carreira em uma Empresa	137
Capítulo 7: Condições para Empreender no Brasil e no Mundo	140
7.1. Pesquisa com Especialistas Nacionais (NES)	141
7.1.1. Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI)	143
7.1.2. Condições que Afetam o Empreendedorismo: Fatores Favoráveis e Limitantes	146
7.1.2.1. Apoio Financeiro	146
7.1.2.2. Políticas Governamentais	149
7.1.2.3. Programas Governamentais	151
7.1.2.4. Educação e Capacitação: Ensino Fundamental e Médio e Ensino Superior	153
7.1.2.5. Pesquisa e Desenvolvimento	155
7.1.2.6. Infraestrutura Comercial e Profissional	156
7.1.2.7. Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada	158
7.1.2.8. Acesso à Infraestrutura Física	160
7.1.2.9. Normas Culturais e Sociais	161
7.1.2.10. Crise Internacional e Condições Relacionadas com a Pandemia de Covid-19 que Afetam o Empreendedorismo	163
7.1.2.11. Apoio ao Empreendedorismo Feminino	164
7.1.2.12. Capacidade Empreendedora	165
7.1.2.13. Clima Econômico, Contexto Político, Institucional e Social	166
7.1.2.14. Características da Força de Trabalho	166
7.1.2.15. Composição da População Percebida	167
7.1.2.16. Contexto Político, Institucional e Social	168
7.1.2.17. Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	169
7.1.2.18. Diferenças Devido ao Porte da Empresa	169
7.1.2.19. Internacionalização	170
7.1.2.20. Informações	170
7.2. Avaliação pela População Brasileira das Políticas e Iniciativas Governamentais nos Municípios	171
7.3. Recomendações para Melhoria da Atividade Empreendedora no Brasil	172
7.3.1. Recomendações da População Brasileira para as Políticas Públicas	172
Considerações Finais	175
8.1. Achados Deste Relatório	182
8.2. Matriz SWOT	182
8.2.1. Forças (<i>Strengths</i>)	183
8.2.2. Fraquezas (<i>Weaknesses</i>)	184
8.2.3. Oportunidades (<i>Opportunities</i>)	185
8.2.4. Ameaças (<i>Threats</i>)	185
8.3. Recomendações para Políticas Públicas e Ações da Sociedade Civil	185
Apêndice	186



Quadro I.1.: Equivalência das classificações quanto à renda das economias participantes	19
Quadro I.2.: Classificação das economias participantes do GEM segundo as regiões geográficas e níveis de renda - 2021	20
Quadro 1.1.: Estágios do empreendedorismo segundo o modelo GEM	23
Quadro 7.1.: Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM	142
Quadro A.1.1.: Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo GEM	191
Quadro A.1.2.: Profissionais Entrevistados na Pesquisa com Especialistas Nacionais - NES - Brasil - 2021	192
Tabela 1.1.: Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	27
Tabela 1.2.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Economias participantes - 2021	30
Tabela 1.3.: Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo o setor da atividade econômica - Economias participantes - 2021	32
Tabela 1.4.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Brasil - 2021	34
Tabela 1.5.: Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (EBO) que afirmam que tiveram novas oportunidades devido à pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021	36
Tabela 1.6.: Taxa (%) de potenciais empreendedores e de descontinuidade - Economias participantes - 2021	39
Tabela 1.7.: Distribuição percentual dos principais motivos que levaram à descontinuidade de um negócio - Brasil - 2021	41
Tabela 2.1.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) segundo as motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2021	44
Tabela 2.2.: 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 - 2021	44
Tabela 2.3.: 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 - Economias agrupadas segundo a renda - 2021	46
Tabela 2.4.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que “fazer a diferença no mundo” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2021	47
Tabela 2.5.: 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 - 2021	49
Tabela 2.6.: 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 - 2021	50
Tabela 2.7.: 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 - Economias participantes agrupadas segundo a renda - 2021	52
Tabela 2.8.: 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 - 2021	53
Tabela 2.9.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que “continuar uma tradição familiar” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2021	55
Tabela 2.10.: Motivação dos empreendedores nascentes (NEA) e novos (NBO): taxas (em %) para oportunidade e necessidade, proporção (em %) entre oportunidade e necessidade - Brasil - 2021	56
Tabela 2.11.: Percentual de empreendedores nascentes (NEA) e novos (NBO) segundo a condição de ocupação anterior à abertura do negócio - Brasil - 2021	57
Tabela 2.12.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores em estágio inicial segundo a motivação oportunidade - Brasil - 2021	59
Tabela 2.13.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores em estágio inicial segundo a motivação necessidade - Brasil - 2021	60
Tabela 3.1.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas – Segundo o sexo - Brasil - 2020:2021	62
Tabela 3.2.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o sexo - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	64
Tabela 3.3.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo o sexo - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	65
Tabela 3.4.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas - Segundo a faixa etária - Brasil - 2020:2021	66
Tabela 3.5.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a faixa etária - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	69
Tabela 3.6.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo a faixa etária - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	70
Tabela 3.7.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas - Segundo a escolaridade - Brasil - 2020:2021	71
Tabela 3.8.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	73
Tabela 3.9.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo o nível de escolaridade - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	74
Tabela 3.10.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas - Segundo a renda familiar - Brasil - 2020:2021	75
Tabela 3.11.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentuais de renda familiar - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	77
Tabela 3.12.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo percentuais de renda familiar - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	78
Tabela 3.13.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, segundo o sexo - Brasil - 2020:2021	81

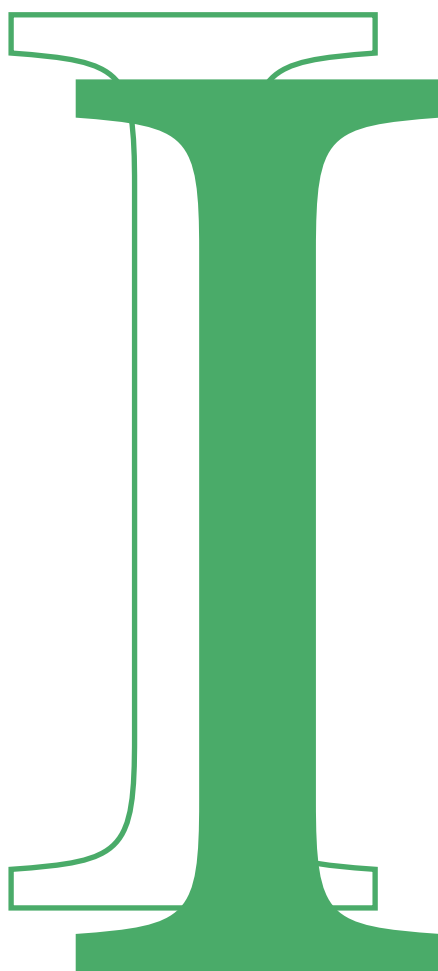
Tabela 3.14.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, segundo a faixa etária - Brasil - 2020:2021	81
Tabela 3.15.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, de acordo com a escolaridade - Brasil - 2020:2021	82
Tabela 3.16.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, de acordo com a renda familiar - Brasil - 2020:2021	82
Tabela 3.17.: Distribuição percentual da ocupação paralela dos empreendedores por estágio - Brasil - 2021	83
Tabela 3.18.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) por ocupação, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil - 2021	84
Tabela 3.19.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) por sexo, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil - 2021	84
Tabela 3.20.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) por faixa etária, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil - 2021	85
Tabela 3.21.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) por escolaridade, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil - 2021	86
Tabela 3.22.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) por renda familiar, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil - 2021	86
Tabela 3.23.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo - Brasil - 2021	88
Tabela 3.24.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a faixa etária - Brasil - 2021	90
Tabela 3.25.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o nível de escolaridade - Brasil - 2021	93
Tabela 3.26.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a renda familiar - Brasil - 2021	95
Tabela 4.1.: Distribuição percentual dos empreendedores (TTE) segundo a formalização - Brasil - 2017:2021	97
Tabela 4.2.: Percentual dos empreendedores com CNPJ por estágio - Brasil - 2021	97
Tabela 4.3.: Principais razões para obtenção do CNPJ por estágio - Brasil - 2021	98
Tabela 4.4.: Principais razões para não obtenção do CNPJ por estágio - Brasil - 2021	99
Tabela 4.5.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores (TTE) segundo a formalização - Brasil - 2021	101
Tabela 4.6.: Percentual dos empreendedores nascentes (NEA) segundo a procedência do cliente - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	103
Tabela 4.7.: Percentual dos empreendedores novos (NBO) segundo a procedência do cliente - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	104
Tabela 4.8.: Percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo a procedência do cliente - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	105
Tabela 4.9.: Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a expectativa elevada quanto à geração de postos de trabalho - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	107
Tabela 4.10.: Percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo a expectativa elevada quanto à geração de postos de trabalho - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	108
Tabela 4.11.: Distribuição percentual dos empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO) segundo a formalização e a geração de ocupação - Brasil - 2021	109
Tabela 4.12.: Distribuição percentual dos empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO) segundo a formalização e o faturamento anual de seus empreendimentos - Brasil - 2021	111
Tabela 4.13.: Distribuição percentual dos empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos - Brasil - 2021	112
Tabela 4.14.: Taxa (%) dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o impacto do empreendimento (âmbito nacional e internacional) - Economias participantes - 2021	114
Tabela 4.15.: Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos com impacto de âmbito nacional (empreendedores em estágio inicial - TEA) segundo a formalização dos empreendimentos - Brasil - 2021	115
Tabela 5.1.: Taxa1 (%) e estimativa ² (número de pessoas) de investidores informais - Brasil - 2021	117
Tabela 5.2.: Estatísticas dos valores (em R\$) investidos pelos investidores informais - Brasil - 2019:2021	119
Tabela 5.3.: Taxas (em %) de investidores informais e valor médio investido (em dólares) - Economias participantes - 2021	122
Tabela 5.4.: Taxas específicas (em %) dos investidores informais segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2021	124
Tabela 5.5.: Distribuição percentual dos investidores informais segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2021	124
Tabela 6.1.: Percentual da população segundo a mentalidade - Economias participantes - 2021	125
Tabela 6.2.: Percentual da população segundo os “sonhos”: comparação entre indivíduos não empreendedores e empreendedores por estágio - Brasil - 2021	134
Tabela 6.3.: Percentual da população para os sonhos de “ter o próprio negócio” e “fazer carreira numa empresa” segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2021	137
Tabela 6.4.: Evolução do percentual da população que indica possuir o sonho de “ter o próprio negócio” - Brasil - 2012:2021	139
Tabela 7.1.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	144
Tabela 7.2.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo sobre o fator EFC1 - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	147
Tabela 7.3.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas sobre o fator Apoio Financeiro - Brasil - 2021	147
Tabela 7.4.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Apoio Financeiro - Brasil - 2021	148
Tabela 7.5.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo sobre o fator EFC2 - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	149
Tabela 7.6.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	149
Tabela 7.7.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Políticas Governamentais - Brasil - 2021	150
Tabela 7.8.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo sobre o fator EFC3 - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	151
Tabela 7.9.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	151

Tabela 7.10.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Programas Governamentais - Brasil - 2021	152
Tabela 7.11.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	153
Tabela 7.12.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	153
Tabela 7.13.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Educação e Capacitação - Brasil - 2021	154
Tabela 7.14.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	155
Tabela 7.15.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Pesquisa e Desenvolvimento - Brasil - 2021	156
Tabela 7.16.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	156
Tabela 7.17.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	157
Tabela 7.18.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Infraestrutura Comercial e Profissional - Brasil - 2021	157
Tabela 7.19.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	158
Tabela 7.20.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	158
Tabela 7.21.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada - Brasil - 2021	159
Tabela 7.22.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	160
Tabela 7.23.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	160
Tabela 7.24.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Acesso à Infraestrutura Física - Brasil - 2021	161
Tabela 7.25.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	161
Tabela 7.26.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	162
Tabela 7.27.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Normas Culturais e Sociais - Brasil - 2021	162
Tabela 7.28.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	163
Tabela 7.29.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Crise internacional e Condições Relacionadas com a Pandemia de Covid-19 que Afetam o Empreendedorismo - Brasil - 2021	164
Tabela 7.30.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	164
Tabela 7.31.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator Apoio ao Empreendedorismo Feminino - Brasil - 2021	165
Tabela 7.32.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	166
Tabela 7.33.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	166
Tabela 7.34.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	167
Tabela 7.35.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	167
Tabela 7.36.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	168
Tabela 7.37.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	168
Tabela 7.38.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	169
Tabela 7.39.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	169
Tabela 7.40.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	170
Tabela 7.41.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021	170
Tabela 7.42.: Distribuição percentual da população sobre as políticas públicas segundo a percepção quanto à existência de estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras - Brasil - 2021	171
Tabela 7.43.: Distribuição percentual da população sobre as políticas públicas segundo a percepção quanto à existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino - Brasil - 2021	172
Tabela 7.44.: Percentual da população sobre a percepção de algum tipo de discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio - Brasil - 2021	173
Tabela 7.45.: Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2021	173
Tabela 7.46.: Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as mulheres a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2021	174
Tabela 7.47.: Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas com mais de 55 anos a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2021	177
Tabela 8.1.: Taxas (%) e estimativas (número de pessoas) de empreendedorismo segundo o estágio e potenciais empreendedores - Brasil - 2020:2021	177
Tabela A.1.1.: Plano Amostral GEM Brasil - 2021	188
Tabela A.1.2.: Resumo sobre número de municípios pesquisados por porte dos municípios	188
Tabela A.1.3.: Taxas e contagens de empreendedorismo segundo o estágio - Brasil - 2020:2021	189
Tabela A.1.4.: Classificação dos especialistas segundo principal área de conhecimento ou experiência (EFCs) - GEM Brasil 2021	190



Figura 1.1.: Modelo Conceitual do GEM	18
Figura 1.2.: O Processo Empreendedor	19
Figura 3.1.: Perfil e estimativas do contingente de empreendedores nascentes - Brasil - 2021	79
Figura 3.2.: Perfil e estimativas do contingente de empreendedores novos - Brasil - 2021	80
Figura 3.3.: Perfil e estimativas do contingente de empreendedores estabelecidos - Brasil - 2021	80
Gráfico 1.1.: Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio inicial (TEA) e total (TTE) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	24
Gráfico 1.1.1.: Taxas (%) de empreendedorismo em estágio nascente (NEA) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	25
Gráfico 1.1.2.: Taxas (%) de empreendedorismo em estágio novo (NBO) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	25
Gráfico 1.1.3.: Taxas (%) de empreendedorismo em estágio estabelecido (EBO) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	26
Gráfico 1.1.4.: Evolução das taxas (%) de empreendedorismo por estágio - Brasil - 2002:2021 (TTE e TEA)	28
Gráfico 1.1.5.: Evolução das taxas (%) de empreendedorismo por estágio - Brasil - 2002:2021 (NEA, NBO e EBO)	28
Gráfico 1.2.: Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmam que tiveram novas oportunidades devido à pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021	35
Gráfico 1.3.: Percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) que afirmam que tiveram novas oportunidades devido à pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021	37
Gráfico 1.4.: Taxa (%) de potenciais empreendedores - Economias participantes - 2021	38
Gráfico 1.5.: Taxa (%) de potenciais empreendedores - Brasil - 2017:2021	38
Gráfico 1.6.: Taxa (%) de empreendedores que descontinuaram um negócio sendo o motivo principal a pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021	40
Gráfico 1.7.: Taxa (%) de descontinuidade - Economias participantes - 2021	41
Gráfico 1.8.: Taxa (%) de potenciais empreendedores - Brasil - 2017:2021	41
Gráfico 2.1.: 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 - Economias agrupadas segundo as regiões - 2021	45
Gráfico 2.2.: Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que “fazer a diferença no mundo” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2021	48
Gráfico 2.3.: 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 - Economias participantes agrupadas segundo as regiões - 2021	51
Gráfico 2.4.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) que afirmaram que “continuar uma tradição familiar” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo as regiões - 2021	54
Gráfico 2.5.: Empreendedorismo por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial (nascente e novo) - Brasil - 2002:2018 e 2020:2021	56
Gráfico 5.1.: Evolução das taxas (em %) de investidores informais - Brasil - 2009:2021	118
Gráfico 5.2.: Taxas (em %) de investidores informais - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	120
Gráfico 5.3.: Valor médio investido (em dólares) pelos investidores informais - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	121
Gráfico 6.1.: Percentual da população que conhece pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	128
Gráfico 6.2.: Percentual da população que afirma ser fácil começar um negócio - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	130
Gráfico 6.3.: Percentual da população que percebe boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	131
Gráfico 6.4.: Percentual da população que percebe boas oportunidades, mas não começaria um negócio por medo de fracassar - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	132
Gráfico 6.5.: Percentual da população que afirma ter os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para iniciar um novo negócio (auto percepção) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021	133
Gráfico 6.6.: Evolução do percentual da população que indica possuir o sonho de “ter o próprio negócio” - Brasil - 2012:2021	139
Gráfico 7.1.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021	143
Gráfico 7.2.: Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) - Economias participantes da pesquisa com especialistas - 2021	145

INTRODUÇÃO





O GEM no Mundo e no Brasil

Afinal, o que move o impulso empreendedor e de que forma essa atividade contribui para a economia de um país e para a sociedade? Com esse objetivo, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) foi desenvolvido em 1999, pelas instituições Babson College e London Business School, e se tornou a maior pesquisa anual sobre empreendedorismo no mundo.

O Brasil passou a fazer parte já no ano seguinte à criação do estudo e, desde então, mantém-se ininterrupto por 22 anos. No país, a pesquisa é conduzida desde a primeira edição pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Nesta edição, a obra conta ainda com o patrocínio da indústria de alimentos Nutrimental.

No mundo, o GEM compreende ao mesmo tempo um consórcio e uma rede de equipes de pesquisadores na área de empreendedorismo em cada nacionalidade, advindos de relevantes instituições acadêmicas e de pesquisa em mais de 120 economias. Além do relatório principal, as pesquisas conduzidas pelo GEM são fonte também de publicações especiais sobre tópicos ligados ao empreendedorismo. Foi o caso, por exemplo, do estudo mais aprofundado relacionado aos impactos da covid-19 promovido em 2020 e que, em 2021, ainda contribuiu para trazer algumas perguntas-norte a este presente relatório.

Compreender o que move o impulso empreendedor é o principal objetivo deste estudo. Afinal, o impulso empreendedor é fundamental para estimular a economia de um país, trazendo novas opções de produtos e serviços, promovendo soluções inovadoras para os diversos setores e gerando novas opções de emprego e renda. Criatividade, flexibilidade e

pensamento estratégico são algumas das habilidades exercidas pelos empreendedores e que acabam por provocar mudanças no mercado e na sociedade.

Nesse sentido, o GEM Brasil visa auxiliar com *insights*, tanto do ponto de vista de desempenho da economia brasileira em comparação com as demais participantes do estudo global quanto das tendências que movem os empreendedores, suas características socioeconômicas e as motivações e fundamentos sociais e culturais que culminam na abertura de novos negócios. As características dos empreendimentos iniciais em comparação com os estabelecidos e o contexto econômico, social, cultural e político para empreender no país também estão contidos neste relatório.

Igualmente importante se faz entender os investimentos informais que impulsionam o empreendedorismo, e que configuram relevante fonte de fomento no Brasil. O acesso à educação dos empreendedores, o estímulo à formalização e as iniciativas que promovem maior diversidade também são alvo deste volume e contribuem para acompanhar se o país está conseguindo evoluir para diminuir as desigualdades sociais e qual a contribuição da atividade empreendedora nesse contexto.

O GEM entende, por fim, que cada governo tem a capacidade de criar e manter um ambiente de apoio para o empreendedorismo, assim como ações equivocadas podem prejudicar a prosperidade atual e futura da população. Estudar as condições para empreender nos países que participam da pesquisa, ao longo do tempo, gera aprendizados que contribuem para entender e aperfeiçoar o ambiente econômico, político e social.

ESTRUTURA CONCEITUAL DO GEM

A metodologia padronizada do GEM, aperfeiçoada ao longo de mais de duas décadas, configura atualmente a principal referência mundial na área de empreendedorismo. No total são realizadas duas pesquisas: a National Expert Survey (NES), feita com profissionais de diversas áreas associadas ao empreendedorismo e cujo foco principal é compreender o ambiente para se empreender no país. Em 2021, este levantamento contou com 46 respondentes de todas as regiões do Brasil. Já a Pesquisa com a População Adulta (APS) foi realizada com 2 mil pessoas no país, com idades entre 18 e 64 anos, entrevistadas em domicílio, no período de 21 de maio de 2021 a 15 de julho de 2021.

Nesta edição foi ampliado para 14 estados mais o Distrito Federal o número de unidades federativas contatadas, com o objetivo de melhorar a representatividade em relação à população brasileira. As entrevistas pessoais foram realizadas por telefone, na modalidade de abordagem aleatória, pelo método *Phone Cluster Sampling*, cuja principal característica é a combinação do método RDD (discagem aleatória de dígitos) com a definição de uma amostra estratificada por *clusters*. Para tal, foram abordados todas as unidades federativas cuja população representa ao menos 2% ou mais do total do Brasil, com base nas estimativas do IBGE para 2021. Da mesma forma, o número de entrevistas respeitou a proporção da população em relação às unidades

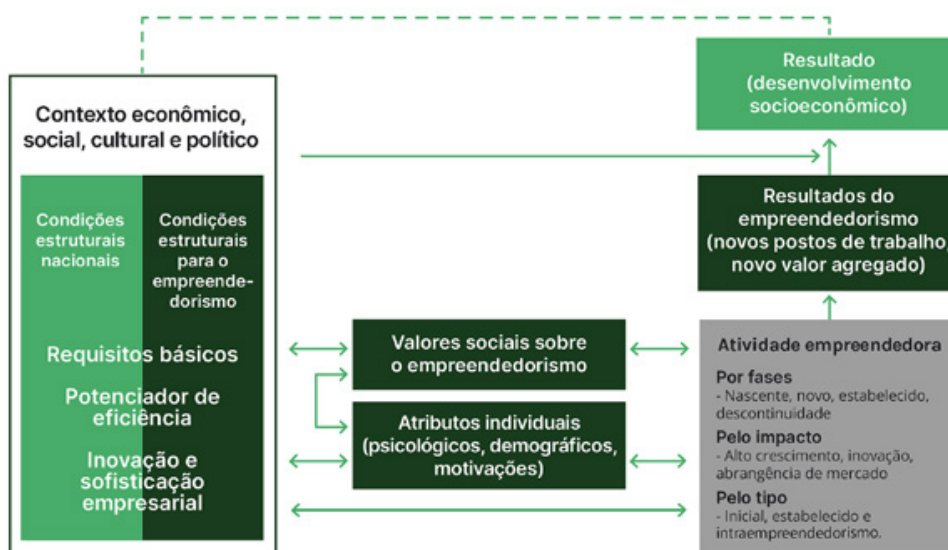
federativas selecionadas em cada uma das cinco regiões do país. A margem de erro é de 2,2% e 95% de confiança.

O resultado permite, entre outros achados, entender a importância do empreendedorismo em comparação com o número total da população e acompanhar a evolução desses dados ao longo dos anos. Os dados obtidos são úteis aos mais diversos atores envolvidos com o tema empreendedorismo, em especial acadêmicos e pesquisadores, agentes de políticas públicas, empreendedores, aspirantes e investidores, patrocinadores e organizações internacionais.

O GEM EM NÚMEROS

- 22 anos de coleta de dados ininterruptos no Brasil, o que permite acompanhar as mudanças no empreendedorismo nacional e compará-las com as demais economias participantes.
- Mais de 200 mil entrevistas por ano, em dois formatos: com adultos das populações de todas as economias participantes da pesquisa na edição e com especialistas em empreendedorismo.
- Mais de 3 milhões de empreendedores e especialistas entrevistados desde 1999.
- Mais de 120 economias já participaram da pesquisa em ao menos uma edição.
- Mais de 500 especialistas em empreendedorismo consultados por ano.
- Mais de 300 instituições acadêmicas e de pesquisa.

Figura I.1.: Modelo conceitual do GEM



Fonte: GEM Brasil 2021.

- Mais de 200 instituições patrocinadoras.

O processo empreendedor é entendido por meio de estágios, que compreendem desde a concepção do novo negócio, passando pela implementação, pelo início da remuneração do empreendedor até a fase de negócio estabelecido, com pelo menos 42 meses de atividade.

O perfil dos empreendedores em cada uma dessas etapas também é alvo do estudo, tanto do ponto de vista de suas características socio-econômicas quanto do setor em que pretendem atuar ou atuam o impacto gerado pelos negócios. A **figura I.2** a seguir esquematiza cada uma dessas etapas:

Figura I.2.: O processo empreendedor



Fonte: GEM Brasil 2021.

Economias que participaram da Pesquisa em 2021

As 47 economias participantes do GEM em 2021 foram agrupadas em três níveis de renda: baixa, média e alta, bem como em quatro regiões geográficas: América do Sul e Caribe; Europa e América do Norte; Oriente Médio e África; e Ásia.

No quadro a seguir, é possível entender como se deu a classificação por níveis de renda *per capita*.

Quadro I.1.: Equivalência das classificações quanto à renda das economias participantes

Classificação de renda Banco Mundial	PIB per capita 2020/2021 (US\$)	Classificação de renda pesquisa GEM
Baixa	< 1.045	Baixa
Média-baixa	1.046 - 4.095	--
Média-alta	4.096 - 12.695	Média
Alta	> 12.695	Alta

Fonte: <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2021-2022>.

Quadro I.2.: Classificação das economias participantes do GEM segundo as regiões geográficas e níveis de renda – 2021

Regiões	Baixa renda	Média renda	Alta renda
América Latina e Caribe		Brasil Colômbia Guatemala Panamá República Dominicana	Chile Uruguai
Ásia	Índia	Cazaquistão Turquia	Coreia do Sul Japão
Europa e América do Norte		Bielorrússia Romênia Rússia	Alemanha Canadá Chipre Croácia Eslováquia Eslovênia Espanha Estados Unidos Finlândia França Grécia Hungria Irlanda Itália Letônia Luxemburgo Noruega Países Baixos Polônia Reino Unido Suécia Suíça
Oriente Médio e África	Egito Irã Marrocos Sudão	África do Sul	Arábia Saudita Catar Emirados Árabes Unidos Israel Omã

Fonte: GEM 2021.

Estrutura do Relatório Brasileiro da Pesquisa GEM 2021

O Relatório Empreendedorismo no Brasil GEM 2021 foi desenvolvido com base nas análises, estimativas numéricas e conclusões dos dados coletados em 2021. A estrutura da publicação está dividida em sete capítulos e uma oitava parte destinada às considerações finais.

No **capítulo 1** é abordado o **contexto geral do empreendedorismo no Brasil e no mundo**, contemplando as principais taxas por estágio de empreendedorismo – inicial, nascente, novo ou estabelecido – e as principais atividades eco-

nômicas. As oportunidades devido à pandemia de coronavírus também são alvo desse capítulo, que finaliza com os números de potenciais empreendedores e da descontinuidade de empreendimentos no país e nas demais economias que participaram do GEM em 2021.

O **capítulo 2** compreende as **motivações para empreendedor no Brasil e no mundo** com base em quatro razões para empreender: “fazer diferença no mundo”; “construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta”, “continuar

uma tradição familiar” e “ganhar a vida porque os empregos são escassos”. Outro tópico desse capítulo são as motivações por oportunidade *versus* necessidade de empreender e as atividades econômicas apontadas pelos novos empreendedores considerando esses dois quesitos.

Já no **capítulo 3** são aprofundadas as **características socioeconômicas da população**, sob o ponto de vista de sexo, faixa etária, escolaridade e renda familiar. A ocupação paralela dos empreendedores brasileiros por estágio de empreendimento, bem como as motivações e as atividades exercidas de acordo com tais características socioeconômicas também compõem essa parte do estudo, em um comparativo com as demais 46 economias que participaram da pesquisa GEM no ano.

Em sequência, o **capítulo 4** aborda as **Características dos empreendimentos** e aprofunda as razões para formalizar ou não formalizar um negócio. Os percentuais de formalização por atividade, a procedência dos clientes e as expectativas de geração de postos de trabalho e de ocupação também compõem essa parte. Por fim, o faturamento anual dos empreendimentos e as inovações nos âmbitos nacional e internacional, seja nos produtos/serviços realizados ou nos processos e tecnologias adotados, fecham o capítulo.

Os **investidores informais** são o tema do **capítulo 5**, que esmiúça tanto em porcentagem quanto em valores (US\$) os investimentos realizados por outros investidores não profissionais, como familiares, amigos e vizinhos. O objetivo é entender a importância desse tipo de capital para o Brasil e nas diferentes regiões do mundo. Essa parte do relatório também aborda as características sociodemográficas desses investimentos e o nível de relacionamento com os empreendedores. 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.

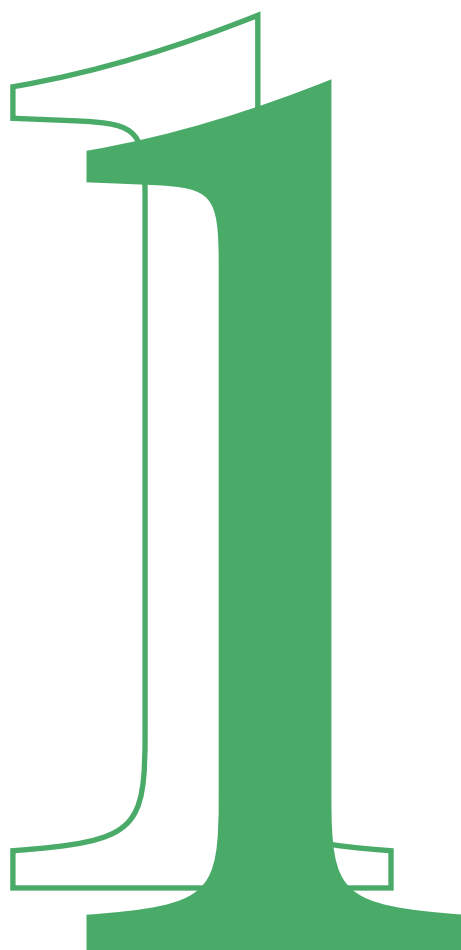
No **capítulo 6**, o foco está nos **fundamentos socioculturais do empreendedorismo no Brasil** e nas demais 46 economias estudadas

em 2021. Nessa parte do estudo são consideradas tanto as atitudes e autopercepções dos empreendedores – entre eles o medo do fracasso e os níveis de conhecimentos, habilidades e experiências para empreender – quanto os fatores externos que influenciam a decisão de empreender, como conhecer alguém que já tenha um negócio e as percepções de facilidade e de oportunidades de mercado. Por fim, o estudo elenca os principais sonhos dos brasileiros e traça comparações entre as respostas obtidas sobre “ter o próprio negócio” e “fazer carreira em uma empresa”, nos diversos estágios de empreendimentos (nascentes, novos, estabelecidos, população não empreendedora e geral). O tópico contempla ainda a evolução do percentual da população que indica possuir o sonho de “ter o próprio negócio”, desde 2012 a 2021.

No **capítulo 7** é o momento de compreender as **condições para empreender no Brasil** em comparação com as demais 46 economias do estudo GEM 2021. Para tal, é feita a análise da pesquisa com especialistas nacionais (National Expert Survey – NES), que aborda os fatores favoráveis e limitantes para a atividade empreendedora em nove categorias, como apoio financeiro; políticas e programas governamentais; educação; pesquisa e desenvolvimento; infraestrutura física, comercial e profissional; acesso ao mercado e barreira de entrada; e normas culturais e sociais. Na sequência, os dados da pesquisa com adultos (APS) também são alvo desse estudo, bem como as ações de estímulo ao empreendedorismo, com uma parte dedicada ao empreendedorismo feminino e à terceira idade. O capítulo traz também o Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) e o compara com o obtido nas demais economias, e finaliza com recomendações dos especialistas e da população em geral.

E, por fim, este documento conta com as considerações finais e dois apêndices nos quais é detalhado o funcionamento das duas pesquisas que dão vida aos dados do GEM Brasil 2021: a Adult Population Survey (APS) e a National Expert Survey (NES).

CAPÍTULO 1



Empreendedorismo no Brasil e no Mundo: Contexto Geral



Empreendedorismo no Brasil e no Mundo: Contexto Geral

Neste capítulo, são apresentadas as principais taxas de empreendedorismo obtidas da pesquisa com a população adulta (*Adult Population Survey - APS*), que considera indivíduos de 18 a 64 anos, dos 47 países que participaram do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* no ano de 2021, com destaque para os resultados coletados no Brasil.

O objetivo é analisar o contexto geral da atividade empreendedora conforme o estágio do empreendimento; a distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (EBO) segundo o setor da atividade econômica; as oportunidades devido à pandemia decorrida do vírus da covid-19; os potenciais empreendedores; e a descontinuidade dos empreendimentos frente aos demais 46 países do estudo em 2021.

1.1. Empreendedores Segundo o Estágio do Empreendimento

O modelo conceitual do GEM classifica as atividades empreendedoras por meio da análise do estágio de vida dos empreendedores entrevistados junto aos seus empreendimentos. Para esse

fim, o GEM considera os empreendedores como **iniciais ou estabelecidos**. O quadro abaixo traz as descrições dessas categorias:

Quadro 1.1.: Estágios do empreendedorismo segundo o modelo GEM

- **Empreendedores iniciais** são indivíduos que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência (3,5 anos). Dessa categoria é criada a taxa de empreendedorismo inicial (**TEA – Total Early-stage Entrepreneurial Activity**). Ela é dividida 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. Dessa categoria é criada a taxa de empreendedorismo nascente (**NEA – Nascent Entrepreneurial Activity**).
 - > 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. Dessa categoria é criada a taxa de empreendedorismo novo (**NBO – New Business Owners**).
- **Empreendedores estabelecidos** são indivíduos que administram e são proprietários de um negócio consolidado, pelo fato de esse 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. Dessa categoria é criada a taxa de empreendedorismo estabelecido (**EBO – Established Business Ownership**).
- **Empreendedores totais** são os indivíduos envolvidos na estruturação ou que são proprietários de um empreendimento. Dessa categoria é criada a taxa de empreendedorismo total (**TTE – Taxa Total de Empreendedorismo**), que é a soma da TEA mais a EBO, descontadas as duplas contagens (respondentes que tinham mais de um tipo de negócio concomitante). Ela 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).

1.2. Taxas de Empreendedorismo por Estágio

Para entender a importância do empreendedorismo para o Brasil, observa-se neste estudo, com relação à taxa de empreendedorismo total (TTE), que o país figura na quinta posição entre as 47 economias pesquisadas e em quarto lugar entre os países da América Latina e do Caribe. Faz parte dessa lista dos cinco países que demonstraram maior nível de empreendedorismo total: Brasil (30,4%), Chile (35,9%), Guatemala (39,8%), Sudão (41,5%) e República Dominicana (45,2%). Vale também destacar que o Brasil foi o terceiro colocado entre as economias de renda média, atrás apenas da Guatemala e da República Dominicana.

No extremo oposto, entre os países com menor nível da taxa de empreendedorismo total em 2021, estiveram: Noruega (6,6%), Itália (9,2%), Luxemburgo (10,7%), Japão (10,9%) e Marrocos (10,9%). Destas, as quatro primeiras citadas possuem alta renda e apenas o Marrocos figura entre os países de baixa renda.

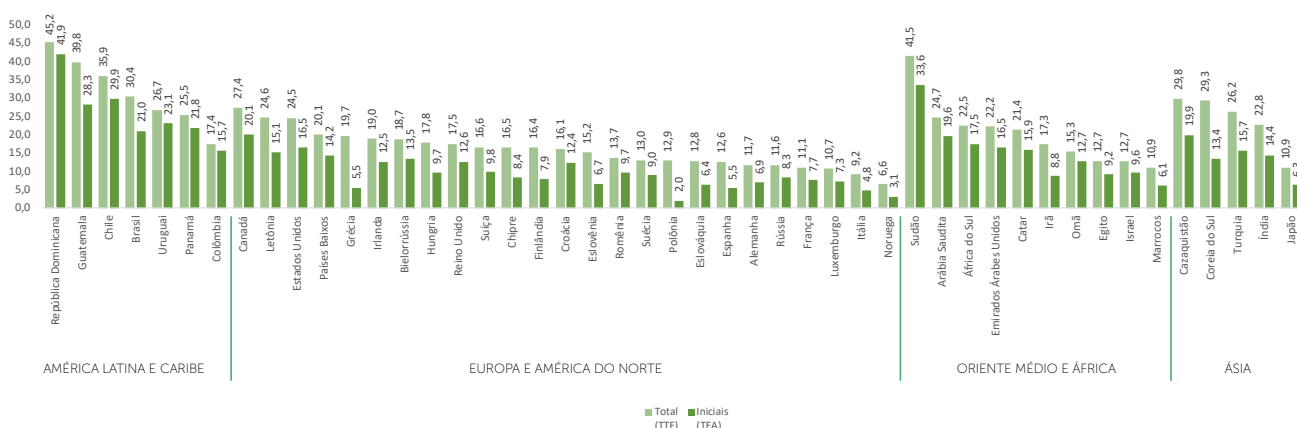
Com relação aos novos negócios, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA), formada pela soma de empreendedores nascentes (NEA) e empreendedores novos (NBO), observou-se

que, dos sete países pesquisados pertencentes à América Latina e Caribe, apenas a Colômbia não figura entre os dez primeiros colocados. A pesquisa demonstrou que o empreendedorismo tende a permanecer sendo muito relevante para as economias dessa região, uma vez que 6 das 10 maiores economias de empreendedorismo inicial (TEA), entre as 47 pesquisadas, fazem parte da América Latina e Caribe. O Brasil, nesse quesito, figurou na sétima posição, com 21%. À frente dele, ficaram: Panamá (25,5%), Uruguai (26,7%), Guatemala (39,8%), Chile (35,9%), Sudão (41,5%), República Dominicana (45,2%). O único país dessa lista que não pertence à região é o Sudão.

Em contrapartida, entre os países com menor nível de empreendedores iniciais, em 2021, todas as economias são pertencentes à Europa e todos são países de alta renda: Polônia (2%), Noruega (3,1%), Itália (4,8%), Espanha (5,5%) e Grécia (5,5%).

Abaixo, é possível visualizar no gráfico a relação entre TTE e TEA nas 47 economias e a tendência separada por região. É também possível ver que o empreendedorismo inicial compõe mais da metade da taxa de empreendedorismo total.

Gráfico 1.1.: Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio inicial (TEA) e total (TTE) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021



Fonte: GEM 2021.

Entre as 31 economias de alta renda, aliás, apenas 8 figuram com índice de empreendedorismo inicial (TEA) acima de 15%. São elas: Letônia (15,1%), Catar (15,9%), Emirados

Árabes (16,5%), Estados Unidos (16,5%), Arábia Saudita (19,6%), Canadá (20,1%), Uruguai (23,1%) e Chile (35,9%). Destas, as duas com maior apetite para novos empreendimentos fazem parte da América Latina e Caribe.

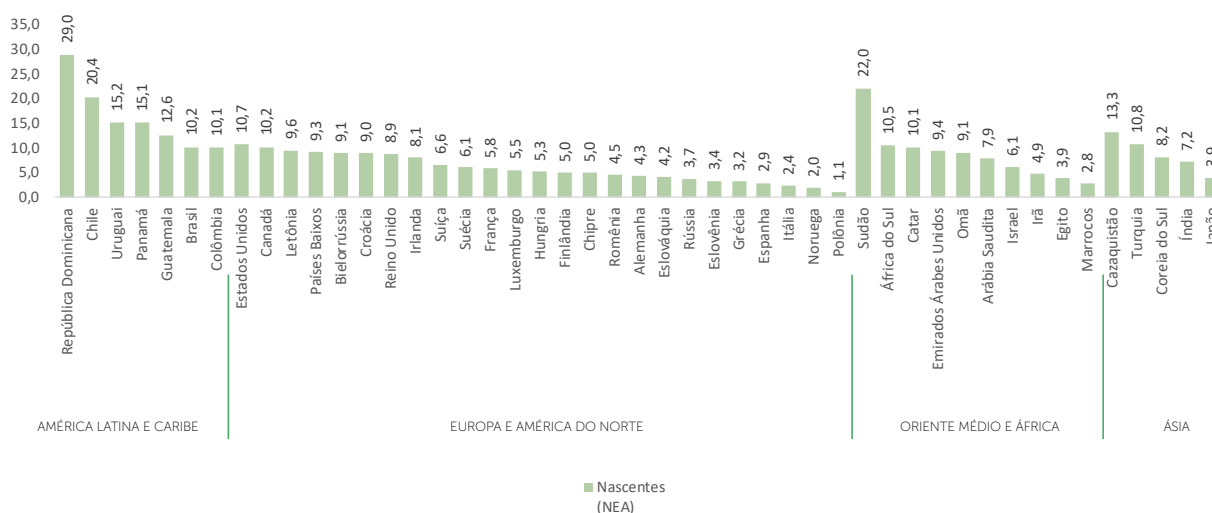
Já entre as 11 economias de renda média, o Brasil (21%) figura na quarta posição, atrás de Panamá (21,8%), Guatemala (28,3%) e República Dominicana (41,9%). Já os três países com menor apetite para novos empreendimentos da lista são todos da Europa: Rússia (8,3%), Romênia (9,7%) e Bielorrússia (13,5%). Na sequência ficou a Colômbia, única integrante da América Latina, com 15,7%.

E entre as cinco economias consideradas de baixa renda, quatro são pertencentes à região do Oriente Médio e África e apenas uma é da Ásia.

Quando considerada a taxa de empreendedores iniciais (TEA), encontraram-se dois extremos: o Sudão, que figura entre um dos países com maior apetite a novos empreendimentos (com 33,6%) e o Marrocos, que obteve um dos menores índices (com apenas 6,1%). Completaram a lista Irã (8,8%), Egito (9,2%) e Índia (14,4%).

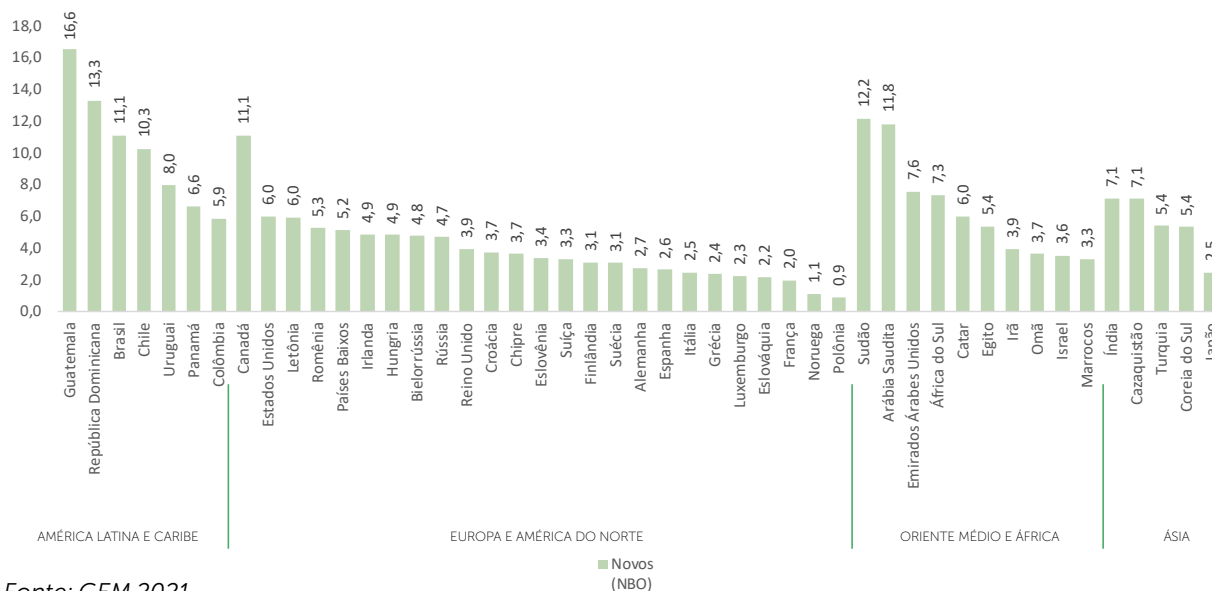
Para melhor compreender a relação do estágio dos empreendimentos em cada país, abaixo encontram-se três gráficos, responsáveis respectivamente por demonstrar as taxas de empreendedorismo nascente (NEA), novo (NBO) e estabelecido (EBO).

Gráfico 1.1.1.: Taxas (%) de empreendedorismo em estágio nascente (NEA) – Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021



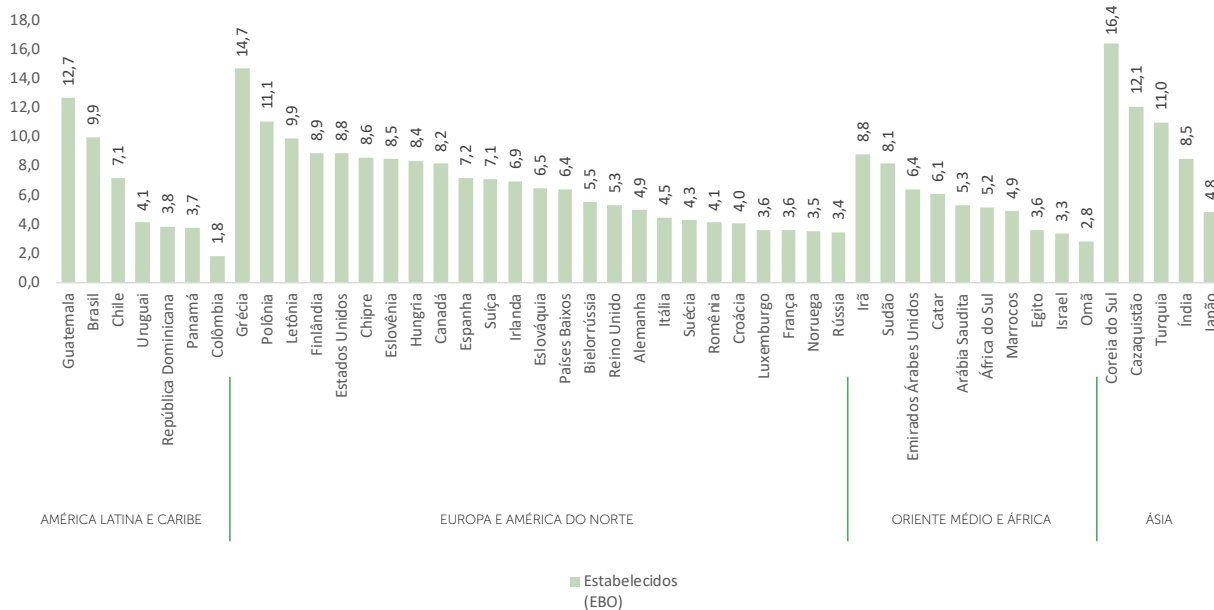
Fonte: GEM 2021.

Gráfico 1.1.2.: Taxas (%) de empreendedorismo em estágio novo (NBO) – Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021



Fonte: GEM 2021.

Gráfico 1.1.3: Taxas (%) de empreendedorismo em estágio estabelecido (EBO) – Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021



Fonte: GEM 2021.

Os gráficos permitem visualizar as tendências de empreendedorismo por região, traçar um comparativo entre os pares e acompanhar as diferenças encontradas entre negócios nascentes, novos e estabelecidos.

Na América Latina e Brasil, por exemplo, observa-se que a República Dominicana tomou a dianteira dos negócios nascentes, seguida pelo Chile e pelo Uruguai e revertendo um pouco os movimentos da Guatemala e do Brasil, que figuraram nas três primeiras posições entre os novos empreendimentos. Já quando olhado

para os estabelecidos, Guatemala, Brasil e Chile seguiram nas três primeiras posições. Outro apontamento importante dos gráficos é observar que, nos negócios estabelecidos, a região da Europa e América do Norte volta a demonstrar uma maior relevância percentual, em relação aos gráficos dos negócios mais novos, que demonstraram maior volume na América Latina e Caribe. É interessante acompanhar os movimentos dos próximos anos, para entender o impacto desses números à medida que os negócios forem se estabelecendo.

Tabela 1.1.: Taxas (em %) de empreendedorismo por estágio - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021

Regiões	Economias	Renda	Total (TTE)	Iniciais (TEA)	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Estabelecidos (EBO)
América Latina e Caribe	Brasil	M	30,4	21,0	10,2	11,1	9,9
	Chile	A	35,9	29,9	20,4	10,3	7,1
	Colômbia	M	17,4	15,7	10,1	5,9	1,8
	Guatemala	M	39,8	28,3	12,6	16,6	12,7
	Panamá	M	25,5	21,8	15,1	6,6	3,7
	Rep. Dominicana	M	45,2	41,9	29,0	13,3	3,8
	Uruguai	A	26,7	23,1	15,2	8,0	4,1
Europa e América do Norte	Alemanha	A	11,7	6,9	4,3	2,7	4,9
	Bielorrússia	M	18,7	13,5	9,1	4,8	5,5
	Canadá	A	27,4	20,1	10,2	11,1	8,2
	Chipre	A	16,5	8,4	5,0	3,7	8,6
	Croácia	A	16,1	12,4	9,0	3,7	4,0
	Eslováquia	A	12,8	6,4	4,2	2,2	6,5
	Eslovênia	A	15,2	6,7	3,4	3,4	8,5
	Espanha	A	12,6	5,5	2,9	2,6	7,2
	Estados Unidos	A	24,5	16,5	10,7	6,0	8,8
	Finlândia	A	16,4	7,9	5,0	3,1	8,9
	França	A	11,1	7,7	5,8	2,0	3,6
	Grécia	A	19,7	5,5	3,2	2,4	14,7
	Hungria	A	17,8	9,7	5,3	4,9	8,4
	Irlanda	A	19,0	12,5	8,1	4,9	6,9
	Itália	A	9,2	4,8	2,4	2,5	4,5
	Letônia	A	24,6	15,1	9,6	6,0	9,9
	Luxemburgo	A	10,7	7,3	5,5	2,3	3,6
	Noruega	A	6,6	3,1	2,0	1,1	3,5
	Países Baixos	A	20,1	14,2	9,3	5,2	6,4
	Polônia	A	12,9	2,0	1,1	0,9	11,1
	Reino Unido	A	17,5	12,6	8,9	3,9	5,3
	Romênia	M	13,7	9,7	4,5	5,3	4,1
Rússia	M	11,6	8,3	3,7	4,7	3,4	
Suécia	A	13,0	9,0	6,1	3,1	4,3	
Suíça	A	16,6	9,8	6,6	3,3	7,1	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	22,5	17,5	10,5	7,3	5,2
	Arábia Saudita	A	24,7	19,6	7,9	11,8	5,3
	Catar	A	21,4	15,9	10,1	6,0	6,1
	Egito	B	12,7	9,2	3,9	5,4	3,6
	Emirados Árabes Unidos	A	22,2	16,5	9,4	7,6	6,4
	Irã	B	17,3	8,8	4,9	3,9	8,8
	Israel	A	12,7	9,6	6,1	3,6	3,3
	Marrocos	B	10,9	6,1	2,8	3,3	4,9
	Omã	A	15,3	12,7	9,1	3,7	2,8
Sudão	B	41,5	33,6	22,0	12,2	8,1	
Ásia	Cazaquistão	M	29,8	19,9	13,3	7,1	12,1
	Coreia do Sul	A	29,3	13,4	8,2	5,4	16,4
	Índia	B	22,8	14,4	7,2	7,1	8,5
	Japão	A	10,9	6,3	3,9	2,5	4,8
	Turquia	M	26,2	15,7	10,8	5,4	11,0

Fonte: GEM 2021.

1.3. Taxas de Empreendedorismo no Brasil em Perspectivas

Percebe-se que o país decaiu um pouco sua porcentagem da taxa de empreendedorismo total em relação a 2010, quando pela primeira vez na série histórica atingiu um valor superior a 30%, marcando naquela oportunidade 32,3%. Em 2021, o valor de TTE foi de 30,4%, o décimo maior resultado atingido na série histórica, e o terceiro menor resultado desde 2010. Em

contrapartida, o ano em que o país mais empreendeu de acordo com a metodologia GEM foi em 2015, quando atingiu 39,3%. O comparativo considera o intervalo de 2022 até 2021.

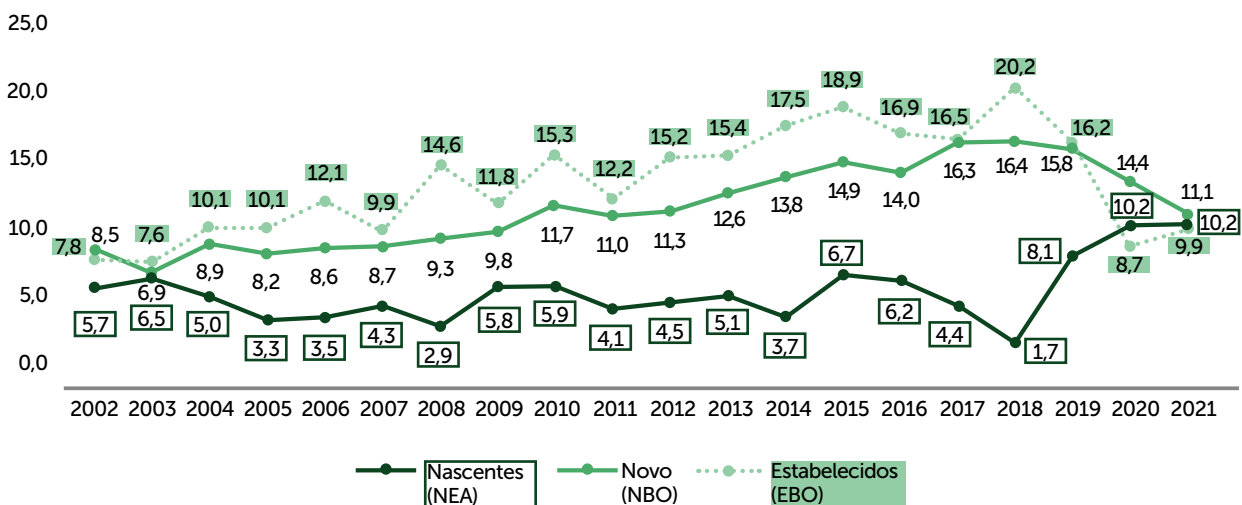
Ainda assim, quando comparado com os níveis dos demais países do GEM, há de se ressaltar que as taxas seguem altas no Brasil.

Gráfico 1.1.4.: Evolução das taxas¹ (%) de empreendedorismo por estágio - Brasil - 2002:2021 (TTE e TEA)



Fonte: GEM Brasil 2021.

Gráfico 1.1.5.: Evolução das taxas¹ (%) de empreendedorismo por estágio - Brasil - 2002:2021 (NEA, NBO e EBO)



Fonte: GEM Brasil 2021.

1.4. Distribuição Percentual dos Empreendedores Iniciais (TEA) e Estabelecidos (EBO) por Setor da Atividade Econômica

Um outro recorte adotado pela metodologia GEM foi a análise das atividades econômicas segmentadas em quatro áreas: **Setor Extrativo, Setor de Transformação, Serviços Orientados para Negócios e Serviços Orientados para o Consumidor**. Ao analisar os movimentos feitos nos negócios estabelecidos das 47 economias participantes, quando comparados aos movimentos dos novos negócios, foi possível verificar tendências, diferenças dos estágios de empreendedorismo e oportunidades.

No Brasil, o levantamento permitiu observar a diminuição da porcentagem de novos negócios ligados ao Setor Extrativo e ao de Transformação, e o franco aumento da importância do setor de Serviços Orientados para o Consumidor.

O Brasil em 2021 manteve a seguinte ordem de importância entre os segmentos, em relação aos novos negócios: Serviços Orientados para o Consumidor (61,4%), Setor de Transformação (24%), Serviços Orientados para Negócios (12,1%) e Setor Extrativo (2,5%). Quando comparado com as demais economias, o país figura na 19ª Posição em Transformação, na 37ª em Serviços para Negócios e na 7ª posição em Serviços Orientados para o Consumidor.

Quando observados a **taxa total de empreendedores iniciais (TEA)**, destacam-se respectivamente em cada setor:

O **Setor Extrativo** foi liderado pelo Sudão com 20,7%, seguido pela Romênia (12,8%), Grécia (12,4%), Finlândia (12,1%), Turquia (12%),

Hungria (11,5%) e Croácia (11,2%). A área conta com integrantes de todos os níveis de renda entre esta lista dos sete mais representativos no Setor Extrativo das 47 economias participantes do estudo em 2021.

O **Setor de Transformação** também contou com integrantes de todos os níveis de renda entre as sete primeiras posições. Foram eles: Egito (39,2%), Rússia (37%), Irã (34,2%), Catar (33,7%), Bielorrússia (33%), Turquia (32,2%) e Letônia (30,4%).

Na área de **Serviços Orientados para Negócios**, figuraram nas primeiras sete posições apenas integrantes de alta renda. Foram eles: Luxemburgo (43,8%), Suíça (42,2%), Israel (40,4%), Itália (36,9%), França (35,9%), Reino Unido (34,5%) e Espanha (34,1%).

E, por fim, na área de **Serviços Orientados para o Consumidor** a primeira colocada foi a Arábia Saudita, com 86,9% e única pertencente à alta renda. As demais integram o grupo de média renda, com exceção da Índia, única representante de baixa renda entre os de maior posição. Seguiram então: República Dominicana (75,2%), Guatemala (72,9%), Índia (71,3%), África do Sul (68,6%), Panamá (61,9%) e Brasil (61,4%). Nesse item, chamou atenção a quantidade de países integrantes da América Latina e Caribe, sendo que a região não figurou entre as maiores posições nos demais itens apresentados.

Tabela 1.2.: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Economias participantes - 2021

Regiões	Economias	Renda	% das atividades dos empreendedores iniciais				Total
			Setor extrativo	Setor de transformação	Serviços orientados para negócios	Serviços orientados para o consumidor	
América Latina e Caribe	Brasil	M	2,5	24,0	12,1	61,4	100,0
	Chile	A	4,0	22,8	16,3	56,9	100,0
	Colômbia	M	0,7	23,3	17,0	58,9	100,0
	Guatemala	M	5,5	16,4	5,2	72,9	100,0
	Panamá	M	4,6	17,8	15,7	61,9	100,0
	Rep. Dominicana	M	0,8	12,5	11,5	75,2	100,0
	Uruguai	A	5,7	24,3	15,1	54,9	100,0
Europa e América do Norte	Alemanha	A	2,6	18,1	29,0	50,4	100,0
	Bielorrússia	M	7,8	33,0	20,3	39,0	100,0
	Canadá	A	3,4	19,2	25,5	51,8	100,0
	Chipre	A	3,2	21,5	16,7	58,6	100,0
	Croácia	A	11,2	26,6	25,6	36,6	100,0
	Eslováquia	A	2,4	28,5	17,0	52,1	100,0
	Eslovênia	A	2,6	25,7	30,0	41,7	100,0
	Espanha	A	3,4	18,1	34,1	44,4	100,0
	Estados Unidos	A	3,9	18,9	32,6	44,6	100,0
	Finlândia	A	12,1	20,3	31,6	36,0	100,0
	França	A	4,0	18,9	35,9	41,2	100,0
	Grécia	A	12,4	27,6	17,3	42,7	100,0
	Hungria	A	11,5	28,7	16,9	42,9	100,0
	Irlanda	A	5,1	18,6	21,8	54,4	100,0
	Itália	A	5,4	16,7	36,9	41,0	100,0
	Letônia	A	8,4	30,4	24,7	36,5	100,0
	Luxemburgo	A	2,7	17,8	43,8	35,7	100,0
	Noruega	A	7,4	16,0	32,6	44,1	100,0
	Países Baixos	A	0,5	15,6	26,8	57,1	100,0
	Polônia	A	8,2	23,4	21,5	46,8	100,0
Reino Unido	A	1,9	11,5	34,5	52,1	100,0	
Romênia	M	12,8	28,4	14,6	44,1	100,0	
Rússia	M	4,9	37,0	15,4	42,6	100,0	
Suécia	A	8,3	18,3	34,1	39,3	100,0	
Suíça	A	2,7	18,5	42,2	36,6	100,0	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	4,6	18,1	8,8	68,6	100,0
	Arábia Saudita	A	0,4	8,9	3,8	86,9	100,0
	Catar	A	2,3	33,7	17,8	46,2	100,0
	Egito	B	9,5	39,2	6,7	44,5	100,0
	Emirados Árabes Unidos	A	1,3	30,0	23,2	45,6	100,0
	Irã	B	4,8	34,2	16,6	44,4	100,0
	Israel	A	0,6	10,9	40,4	48,1	100,0
	Marrocos	B	5,5	30,4	8,5	55,6	100,0
	Omã	A	8,3	19,4	14,5	57,8	100,0
	Sudão	B	20,7	23,9	4,3	51,0	100,0
Ásia	Cazaquistão	M	6,0	25,5	12,1	56,4	100,0
	Coreia do Sul	A	3,0	24,4	16,6	56,0	100,0
	Índia	B	8,2	18,8	1,7	71,3	100,0
	Japão	A	2,8	15,6	25,2	56,3	100,0
	Turquia	M	12,0	32,2	11,4	44,4	100,0

Fonte: GEM 2021.

Quando observados os **negócios estabelecidos**, o Brasil figurou em 2021 na 25ª posição no Setor Extrativo, na 10ª posição em Transformação, na 33ª em Serviços Orientados para Negócios e na 19ª em Serviços Orientados para o Consumidor.

Sobre a **taxa de empreendedores estabelecidos (EBO)**, destacam-se respectivamente em cada setor:

No **Setor Extrativo**, os primeiros cinco colocados foram todos integrantes da alta renda, seguidos por dois de baixa renda. A ordem, do primeiro ao sétimo colocado, foi: Finlândia (28,5%), Letônia (22,2%), Uruguai (21,6%), Hungria (16,6%), Irlanda (16,4%), Egito (16%) e Sudão (15,2%).

Já no **Setor de Transformação**, entre os sete primeiros colocados, não figurou nenhum país de baixa renda. A primeira colocada foi a Bielorrússia, com expressivos 50% dedicados

ao setor, seguida por Croácia (44,2%), Catar (43,8%), Eslováquia (42,4%), Turquia (39,3%), Japão (38,5%) e Rússia (38,4%).

Em relação a **Serviços Orientados para Negócios**, assim como em novos negócios, novamente foi possível observar que as sete primeiras posições dos negócios estabelecidos foram formadas exclusivamente por economias de alta renda. A liderança foi de Israel, com (46,1%), seguido por Reino Unido (44,3%), Alemanha (43%), Itália (42,3%), Suíça (40,1%), Suécia (36,7%) e Irlanda (36,1%).

E, por fim, a área de **Serviços Orientados para o Consumidor** em 2021 foi liderada por Arábia Saudita, com expressivos 89,7%, seguida por Índia (82,8%), República Dominicana (80,7%), África do Sul (65,4%), Guatemala (64%), Caçaquistão (58%) e Sudão (57,1%).

Tabela 1.3.: Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo o setor da atividade econômica - Economias participantes - 2021

Regiões	Economias	Renda	% das atividades dos empreendedores estabelecidos				Total
			Setor extrativo	Setor de transformação	Serviços orientados para negócios	Serviços orientados para o consumidor	
América Latina e Caribe	Brasil	M	6,2	37,6	14,2	42,0	100,0
	Chile	A	6,0	26,3	23,3	44,3	100,0
	Colômbia	M	3,9	28,9	11,0	56,2	100,0
	Guatemala	M	3,9	26,7	5,5	64,0	100,0
	Panamá	M	6,8	21,6	21,6	50,0	100,0
	Rep.Dominicana	M	2,2	1,7	15,4	80,7	100,0
	Uruguai	A	21,6	24,7	20,7	33,0	100,0
Europa e América do Norte	Alemanha	A	3,7	19,3	43,0	34,0	100,0
	Bielorrússia	M	6,4	50,0	8,5	35,0	100,0
	Canadá	A	9,9	30,7	30,3	29,2	100,0
	Chipre	A	0,6	23,5	21,4	54,5	100,0
	Croácia	A	5,1	44,2	23,3	27,4	100,0
	Eslováquia	A	3,8	42,4	13,0	40,8	100,0
	Eslovênia	A	8,3	35,1	24,0	32,7	100,0
	Espanha	A	8,0	21,4	32,2	38,4	100,0
	Estados Unidos	A	8,2	23,1	35,7	33,1	100,0
	Finlândia	A	28,5	23,3	24,5	23,8	100,0
	França	A	12,7	28,7	21,7	36,9	100,0
	Grécia	A	8,7	26,0	15,8	49,5	100,0
	Hungria	A	16,6	25,6	20,7	37,1	100,0
	Irlanda	A	16,4	20,5	36,1	27,0	100,0
	Itália	A	3,2	21,8	42,3	32,7	100,0
	Letônia	A	22,2	32,6	22,1	23,1	100,0
	Luxemburgo	A	0,3	36,2	30,8	32,8	100,0
	Noruega	A	8,7	24,8	33,2	33,2	100,0
	Países Baixos	A	8,5	19,3	32,3	39,9	100,0
	Polônia	A	10,0	30,3	24,2	35,4	100,0
Reino Unido	A	3,5	10,5	44,3	41,7	100,0	
Romênia	M	11,9	34,0	14,6	39,6	100,0	
Rússia	M	7,4	38,4	3,7	50,5	100,0	
Suécia	A	10,8	21,2	36,7	31,3	100,0	
Suíça	A	1,6	18,7	40,1	39,6	100,0	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	5,6	23,0	6,0	65,4	100,0
	Arábia Saudita	A	0,9	7,0	2,3	89,7	100,0
	Catar	A	2,8	43,8	18,0	35,5	100,0
	Egito	B	16,0	37,6	4,7	41,7	100,0
	Emirados Árabes Unidos	A	0,0	33,5	31,2	35,3	100,0
	Irã	B	9,9	28,5	16,2	45,4	100,0
	Israel	A	0,0	10,7	46,1	43,2	100,0
	Marrocos	B	5,0	37,6	5,3	52,1	100,0
	Omã	A	2,2	37,8	11,3	48,7	100,0
	Sudão	B	15,2	23,4	4,2	57,1	100,0
Ásia	Cazaquistão	M	4,3	27,2	10,5	58,0	100,0
	Coreia do Sul	A	3,6	36,8	15,4	44,2	100,0
	Índia	B	0,3	14,3	2,7	82,8	100,0
	Japão	A	7,9	38,5	19,8	33,9	100,0
	Turquia	M	10,0	39,3	13,9	36,7	100,0

Fonte: GEM 2021.

1.5. Principais Atividades Econômicas Segundo o Estágio do Empreendimento

Após entender como o empreendedorismo no Brasil ocorreu dividido por setores, o próximo item tem como objetivo esmiuçar as principais atividades econômicas dos empreendedores no país. Um comparativo entre os novos negócios e os negócios estabelecidos também permite observar as tendências e mudanças de atividades nas quais mais se empreende no país.

Quando observados os negócios nascentes, os cinco tipos de negócios mais abertos no Brasil em 2021 foram: Restaurantes e Outros Estabelecimentos de Serviços de Alimentação e Bebidas (12%); Comércio Varejista de Artigos do Vestuário e Acessórios (10%); Cabeleireiros e Outras Atividades de Tratamento de Beleza (8,2%); Serviços de Catering, Bufê e Outros Serviços de Comida Preparada (7,6%); e Comércio Varejista de Outros Produtos Novos Não Especificados Anteriormente (4,7%).

Já quando observados os novos negócios – ou seja, empreendimentos que remuneraram de alguma forma os seus proprietários por um período superior a 3 meses e inferior a 42 meses – observa-se que duas novas atividades apareceram entre as cinco primeiras posições quando comparada com a lista dos nascentes:

Comércio Varejista de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal (5,5%); e Instalações Elétricas (4%). As três primeiras colocadas entre as atividades mais desempenhadas em novos negócios foram: Comércio Varejista de Artigos do Vestuário e Acessórios, que foi o líder com 6,1%. O segundo colocado foi Serviços de Catering, Bufê e Outros Serviços de Comida Preparada, com 6%. E o terceiro colocado foi, Cabeleireiros e Outras Atividades de Tratamento de Beleza, com 5,5%.

E, por fim, na lista das cinco principais atividades dos empreendedores estabelecidos, apenas Restaurantes e Outros Estabelecimentos de Serviços de Alimentação e Bebidas permaneceu entre as cinco primeiras posições, figurando em 2021 na terceira posição, com 4%. Outras atividades foram: Serviços Especializados Para Construção Não Especificados Anteriormente (6,7%), Manutenção e Reparação de Veículos Automotores (4,3%), Confecção de Peças de Vestuário, Exceto Roupas Íntimas (3,8%) e Serviços Domésticos (3,6%).

Em todos os estágios é possível observar o quanto Serviços Orientados ao Consumidor tem de fato se destacado no empreendedorismo no Brasil.

Tabela 1.4.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Brasil - 2021

Atividades dos empreendedores					
Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)	
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	12,0	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	6,1	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	6,7
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,0	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,0	Manutenção e reparação de veículos automotores	4,3
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	8,2	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	5,5	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,0
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	7,6	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,5	Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	3,8
Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	4,7	Instalações elétricas	4,0	Serviços domésticos	3,6
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,8	Obras de acabamento	4,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,6
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,7	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,6	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	3,5
Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	3,0	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	2,6	Construção de edifícios	3,2
Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,2	Manutenção e reparação de veículos automotores	2,6	Transporte rodoviário de carga	3,1
		Serviços domésticos	2,6	Atividades jurídicas, exceto cartórios	3,1
		Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	2,3	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,0
		Atividades de consultoria em gestão empresarial	2,2	Transporte rodoviário de táxi	2,8
		Transporte rodoviário de carga	2,2	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,4
		Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,2	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,2
		Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	2,2	Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	2,1
				Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,1
				Instalações elétricas	2,1
				Obras de acabamento	2,0
Outras atividades 44,9		Outras atividades 47,2		Outras atividades 42,3	

Fonte: GEM Brasil 2021.

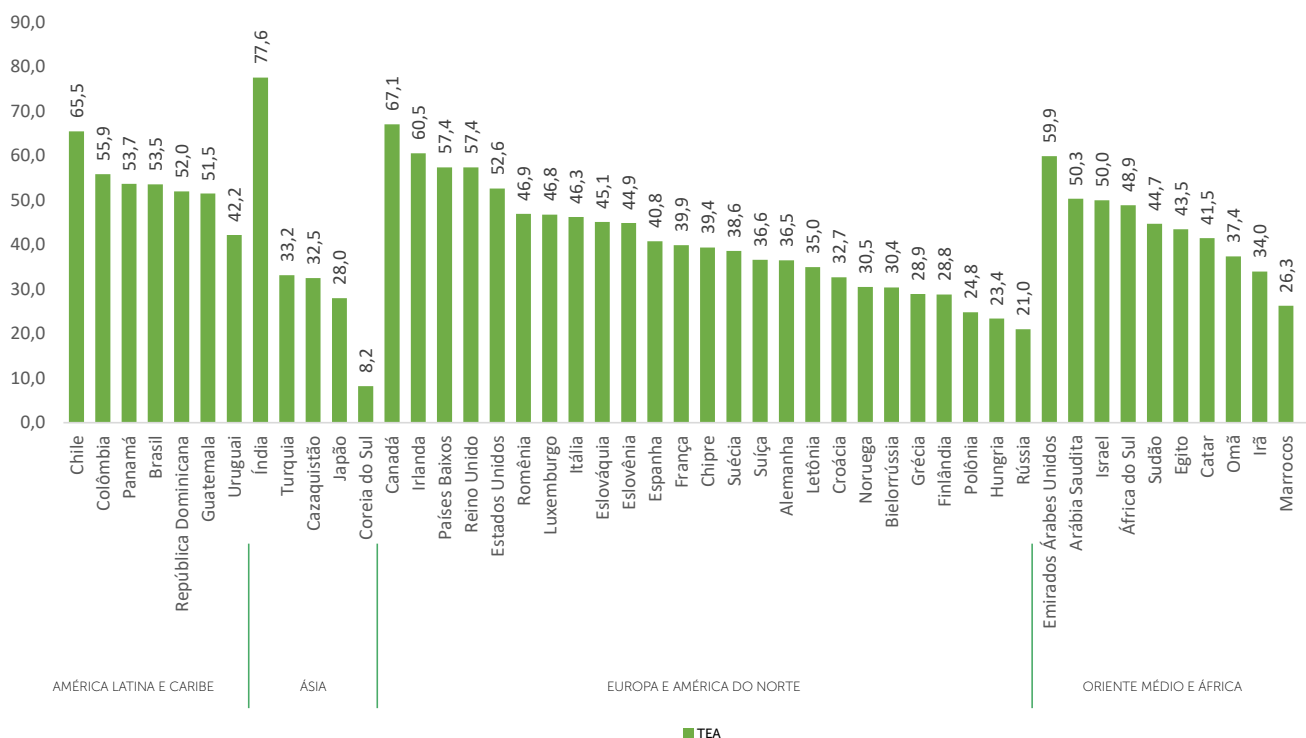
1.6. Oportunidades Devido à Pandemia de Coronavírus

A pandemia influenciou o mundo não apenas no quesito saúde, mas também nos aspectos econômicos, social e político. O estudo em 2021, entretanto, procurou entender as oportunidades geradas pela pandemia e o resultado foi de um alto índice tanto de empreendedores iniciais (TEA) quanto estabelecidos (EBO), afirmando que tiveram novas oportunidades devido à pandemia do novo coronavírus. A média nos 47 países pesquisados foi de 42,6% de respostas afirmativas dos empreendedores novos e 31,7% dos estabelecidos.

Entre os novos negócios, o país que mais relatou novas oportunidades devido à pandemia de

coronavírus foi também o único de baixa renda entre os primeiros colocados: a Índia, com expressivos 77,6%. Na sequência apareceram seis economias de alta renda: Canadá (67,1%), Chile (65,5%), Irlanda (60,5%), Emirados Árabes Unidos (59,9%), Países Baixos (57,4%) e Reino Unido (57,4%). E, por fim, três países de média renda: Colômbia (55,9%), Panamá (53,7%) e Brasil (53,5%). Destaca-se ainda que, dos dez primeiros colocados, quatro economias fazem parte da região da América Latina e Caribe, quatro são da Europa e América do Norte, uma é do Oriente Médio e África e uma é da Ásia.

Gráfico 1.2.: Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) que afirmam que tiveram novas oportunidades devido à pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021



Fonte: GEM 2021.

Tabela 1.5.: Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (EBO) que afirmam que tiveram novas oportunidades devido à pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	% da TEA	% da EBO
América Latina e Caribe	Brasil	M	53,5	49,7
	Chile	A	65,5	45,0
	Colômbia	M	55,9	44,3
	Guatemala	M	51,5	38,7
	Panamá	M	53,7	44,0
	República Dominicana	M	52,0	52,7
	Uruguai	A	42,2	27,1
Europa e América do Norte	Alemanha	A	36,5	30,9
	Bielorrússia	M	30,4	19,6
	Canadá	A	67,1	41,9
	Chipre	A	39,4	19,1
	Croácia	A	32,7	25,7
	Eslováquia	A	45,1	13,4
	Eslovênia	A	44,9	31,5
	Espanha	A	40,8	24,5
	Estados Unidos	A	52,6	40,1
	Finlândia	A	28,8	22,4
	França	A	39,9	30,9
	Grécia	A	28,9	14,9
	Hungria	A	23,4	11,9
	Irlanda	A	60,5	52,6
	Itália	A	46,3	23,4
	Letônia	A	35,0	17,2
	Luxemburgo	A	46,8	30,7
	Noruega	A	30,5	41,7
	Países Baixos	A	57,4	41,7
	Polônia	A	24,8	21,6
	Reino Unido	A	57,4	38,0
Romênia	M	46,9	42,0	
Rússia	M	21,0	11,4	
Suécia	A	38,6	26,1	
Suíça	A	36,6	40,3	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	48,9	54,2
	Arábia Saudita	A	50,3	30,1
	Catar	A	41,5	31,6
	Egito	B	43,5	34,3
	Emirados Árabes Unidos	A	59,9	63,6
	Irã	B	34,0	8,0
	Israel	A	50,0	25,9
	Marrocos	B	26,3	16,8
	Omã	A	37,4	22,8
	Sudão	B	44,7	46,0
Ásia	Cazaquistão	M	32,5	19,2
	Coreia do Sul	A	8,2	1,2
	Índia	B	77,6	68,2
	Japão	A	28,0	17,4
	Turquia	M	33,2	38,1

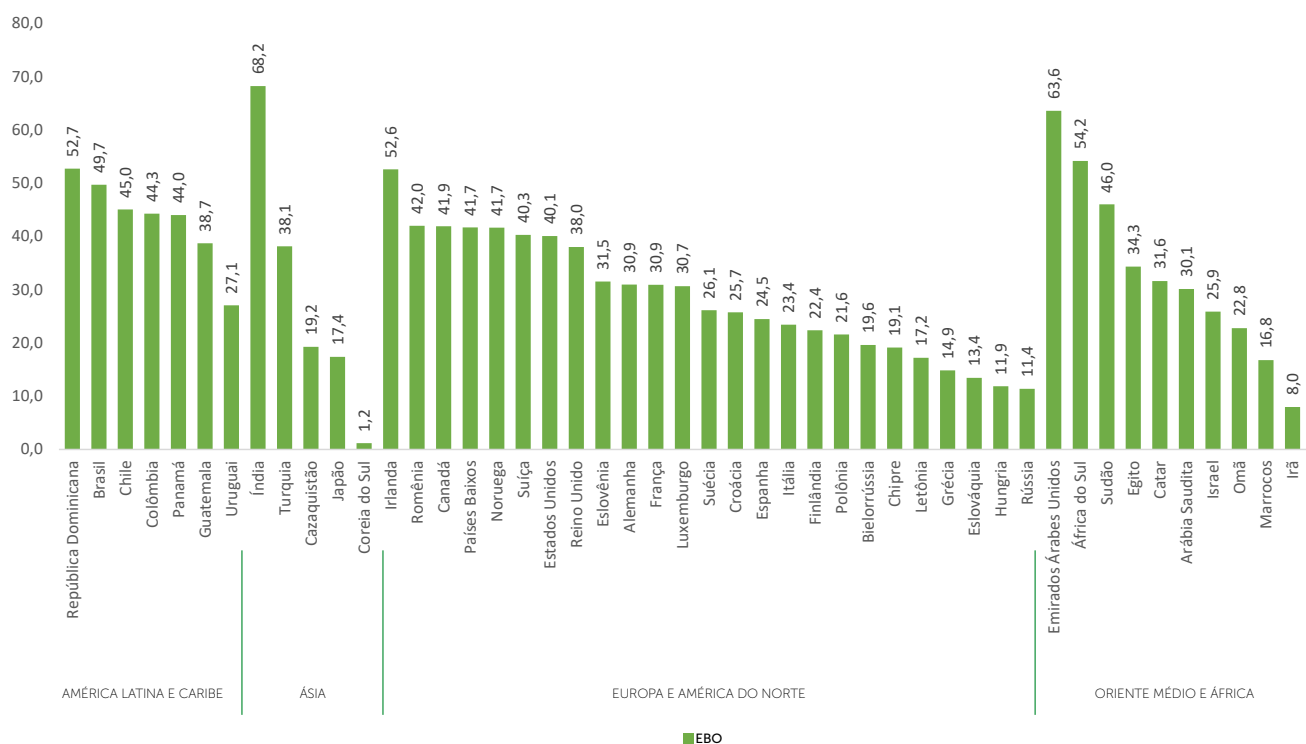
Fonte: GEM 2021.

Já entre os empreendedores estabelecidos, a distribuição por renda entre os que relataram oportunidades devido à pandemia ficou mais heterogênea, tendo dois países de baixa renda, três de alta renda e cinco de média renda. A primeira colocada entre os estabelecidos também foi a Índia, com 68,2%. Confira a seguir a lista em ordem do maior índice para o menor, entre os dez países que mais relataram oportunidades: Índia (68,2%), Emirados Árabes Unidos (63,6%), África do Sul (54,2%), República Dominicana (52,7%), Irlanda (52,6%), Brasil

(49,7%), Sudão (46%), Chile (45%), Colômbia (44,3%) e Panamá (44%).

Os mesmos quatro países da região da América Latina e Caribe que relataram oportunidades para novos empreendimentos devido à pandemia também apareceram entre os empreendedores estabelecidos. Na categoria de empreendedores estabelecidos um quinto país da região também se fez presente: a República Dominicana. Vale destacar que o Brasil figurou na sexta posição e em segundo lugar quando considerada a região da América Latina e Caribe.

Gráfico 1.3.: Percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) que afirmam que tiveram novas oportunidades devido à pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021



Fonte: GEM 2021.

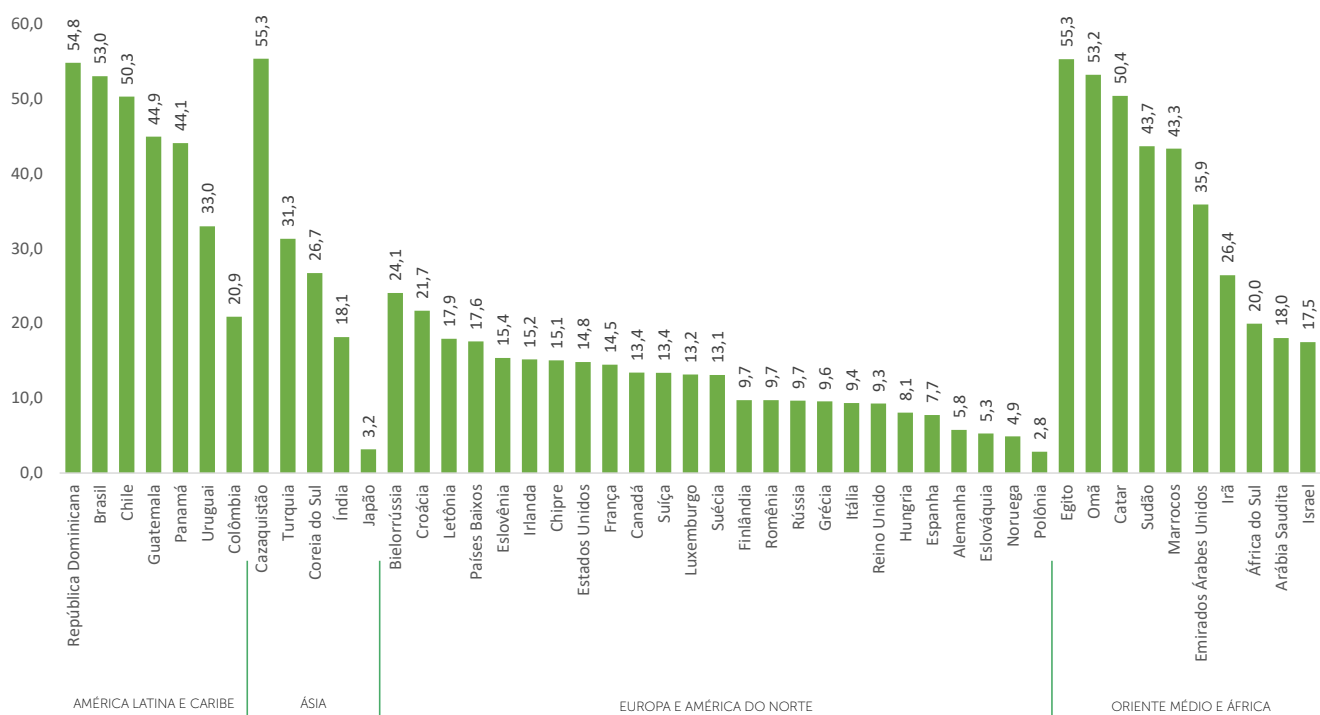
1.7. Potenciais Empreendedores

Em relação a potenciais empreendedores (população de 18 a 64 anos não empreendedora), o Brasil figura entre as cinco economias com maior apetite para empreender e como a segunda quando considerada apenas a região da América Latina e Caribe. É a quinta colocada, com 53%, atrás apenas de Cazaquistão (55,3%), Egito (55,3%), República Dominicana (54,8%) e Omã (53,2%). Dessas, três economias fazem

parte das consideradas de média renda, o Egito integra baixa renda e Omã alta renda.

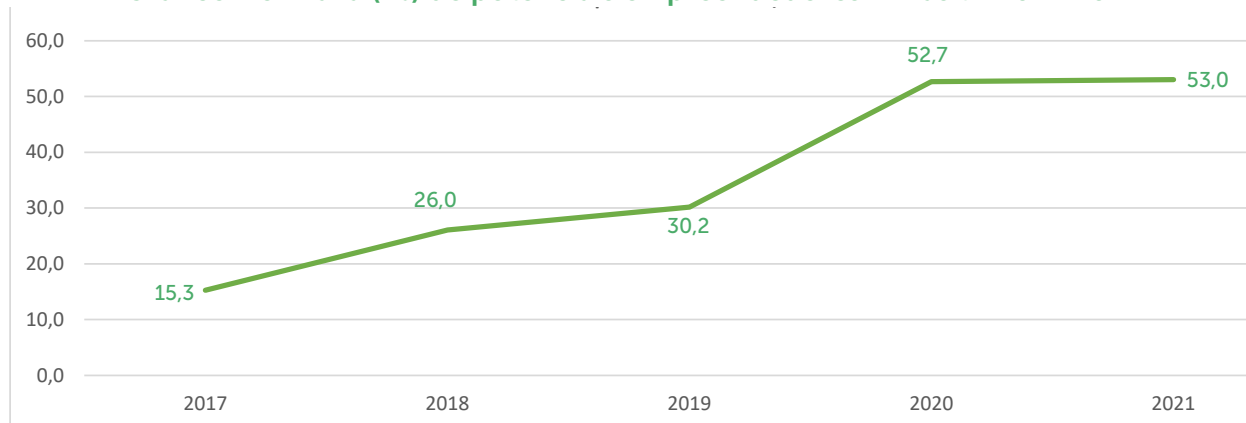
A lista dos cinco países com maior potencial empreendedor é bastante heterogênea quando observados os níveis de renda, uma vez que economias integrantes das três categorias (baixa, média e alta) estão entre as primeiras colocadas.

Gráfico 1.4.: Taxa (%) de potenciais empreendedores - Economias participantes - 2021



Fonte: GEM 2021.

Gráfico 1.5.: Taxa (%) de potenciais empreendedores - Brasil - 2017:2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

Tabela 1.6.: Taxa (%) de potenciais empreendedores e de descontinuidade - Economias participantes - 2021

Regiões	Economias	Níveis de Renda	Taxa (%) potenciais empreendedores (população de 18 a 64 anos não empreendedora)	Taxa (%) descontinuidade	% dos que descontinuaram um negócio tendo o motivo principal a pandemia de coronavírus
América Latina e Caribe	Brasil	M	53,0	9,1	46,2
	Chile	A	50,3	6,9	34,6
	Colômbia	M	20,9	5,4	49,6
	Guatemala	M	44,9	7,3	37,4
	Panamá	M	44,1	9,0	51,3
	República Dominicana	M	54,8	10,1	34,4
	Uruguai	A	33,0	7,7	20,1
Europa e América do Norte	Alemanha	A	5,8	2,1	11,9
	Bielorrússia	M	24,1	5,7	10,3
	Canadá	A	13,4	5,6	16,5
	Chipre	A	15,1	3,4	20,8
	Croácia	A	21,7	2,3	23,2
	Eslováquia	A	5,3	2,8	47,0
	Eslovênia	A	15,4	2,2	31,6
	Espanha	A	7,7	1,5	21,9
	Estados Unidos	A	14,8	4,3	27,3
	Finlândia	A	9,7	1,4	22,6
	França	A	14,5	1,6	19,3
	Grécia	A	9,6	1,6	6,1
	Hungria	A	8,1	1,7	21,9
	Irlanda	A	15,2	4,3	25,4
	Itália	A	9,4	1,0	9,4
	Letônia	A	17,9	2,4	18,8
	Luxemburgo	A	13,2	2,3	10,8
	Noruega	A	4,9	0,5	34,2
	Países Baixos	A	17,6	3,5	11,8
	Polônia	A	2,8	2,8	51,1
Reino Unido	A	9,3	2,1	16,2	
Romênia	M	9,7	1,8	46,9	
Rússia	M	9,7	2,9	17,6	
Suécia	A	13,1	2,6	2,8	
Suíça	A	13,4	1,9	22,0	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	20,0	10,5	27,4
	Arábia Saudita	A	18,0	5,7	26,5
	Catar	A	50,4	8,8	57,0
	Egito	B	55,3	8,7	38,7
	Emirados Árabes Unidos	A	35,9	6,7	35,3
	Irã	B	26,4	4,6	15,7
	Israel	A	17,5	3,3	27,4
	Marrocos	B	43,3	4,2	11,3
	Omã	A	53,2	10,1	45,7
Ásia	Sudão	B	43,7	5,4	3,1
	Cazaquistão	M	55,3	16,6	29,2
	Coreia do Sul	A	26,7	2,6	5,4
	Índia	B	18,1	3,7	34,0
	Japão	A	3,2	1,0	24,4
Turquia	M	31,3	6,3	27,3	

Fonte: GEM 2021.

1.8. Descontinuidade dos Empreendimentos

Em contrapartida, no quesito descontinuidade de negócios, o Brasil também ficou entre os primeiros colocados. O país foi o quinto com maior percentual de descontinuidade de negócios, e novamente o segundo quando considerada apenas a região da América Latina e Caribe. O Brasil ficou atrás apenas de Cazaquistão, com expressivos 16,6%, África do Sul (10,5%), Omã (10,1%) e República Dominicana (10,1%).

No item descontinuidade, chamou ainda a atenção a presença de economias de média renda. Das dez primeiras economias com maior taxa de descontinuidade, seis são de média renda, três são de alta e apenas uma é de baixa renda: o Egito, que ficou em oitavo lugar, com 8,7% de descontinuidade de negócios.

O fator pandemia também aparece quando observada a taxa de empreendedores que descontinuaram negócios, considerando o histórico de 2017 até 2021. O ano de 2021 ficou em 9,1 e já mostra uma melhora em relação a 2020, quando obteve o recorde de 9,4. Os valores, entretanto, ainda são muito superiores aos dos anos anteriores, quando o país registrou 3,5 em 2017, 3,2 em 2018 e 4,8 em 2019.

No Brasil, 46,2% dos entrevistados que descontinuaram um empreendimento alegaram que a pandemia de coronavírus foi o motivo principal para esse fim. Nesse quesito, o país ficou em sétimo lugar, atrás do Panamá (51,3%) e da Colômbia (49,6%), quando considerados os países da região da América Latina e Caribe; e também de Catar (57%), Polônia (51,1%), Eslováquia (47%) e Romênia (46,9%), quando considerados todos os 47 países participantes do GEM.

Vale destacar ainda que, nessa lista dos sete países que mais tiveram descontinuidades motivadas pela pandemia, estiveram apenas países de média e alta renda. O primeiro país entre os de baixa renda que mais teve empreendedores alegando a pandemia como motivo principal para a descontinuidade de um negócio foi o Egito, que ficou em nono lugar, com 38,7% dos respondentes tendo apontado esse motivo. O gráfico abaixo traz os valores de todas as 47 economias participantes, agrupadas por região.

Gráfico 1.6.: Taxa (%) de empreendedores que descontinuaram um negócio sendo o motivo principal a pandemia de coronavírus - Economias participantes - 2021

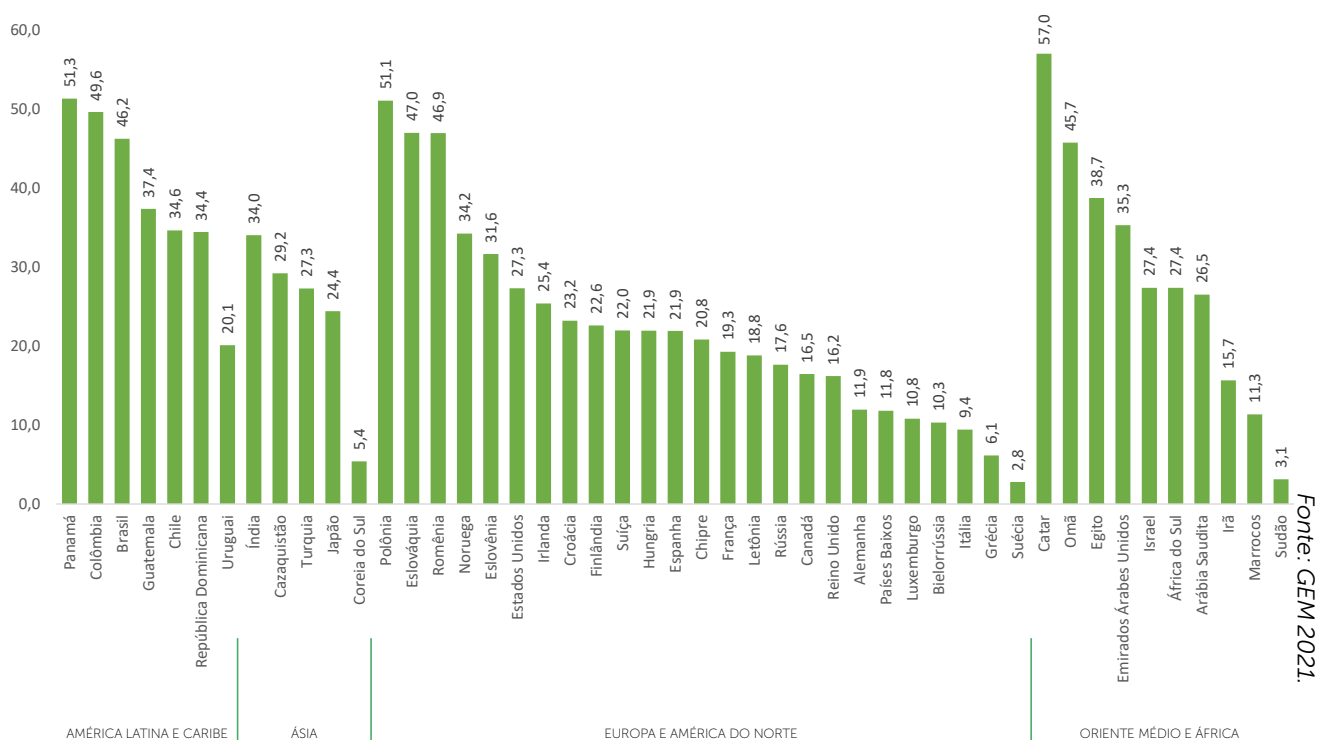
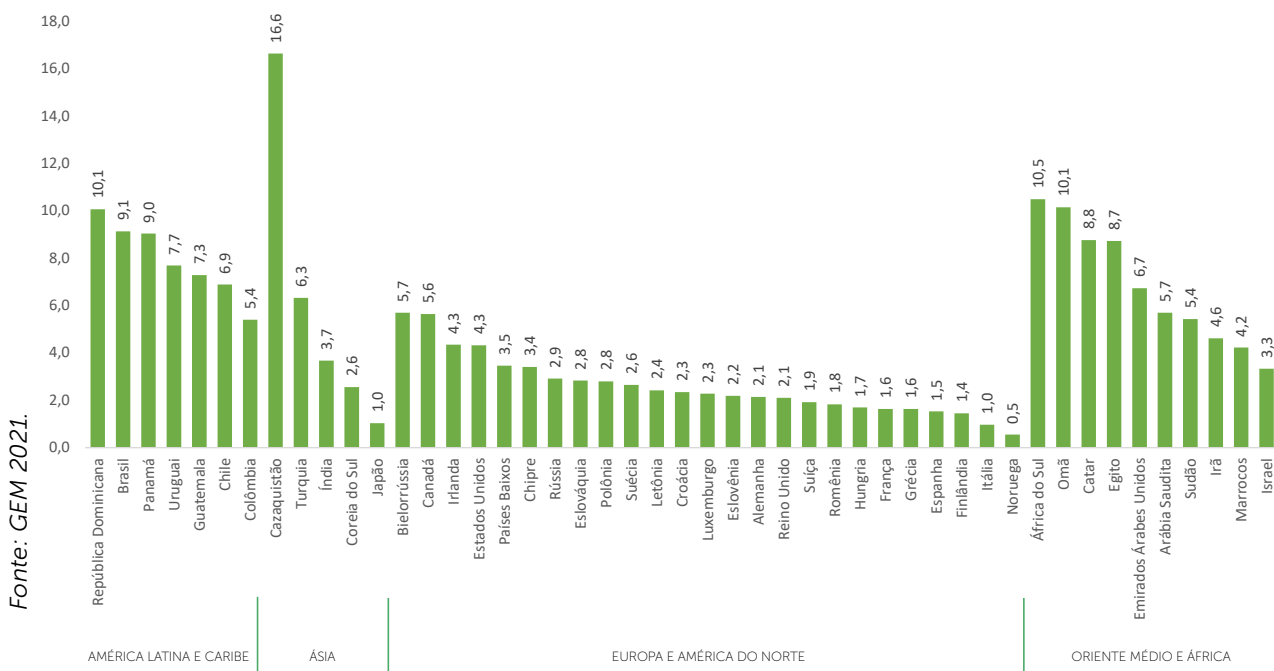
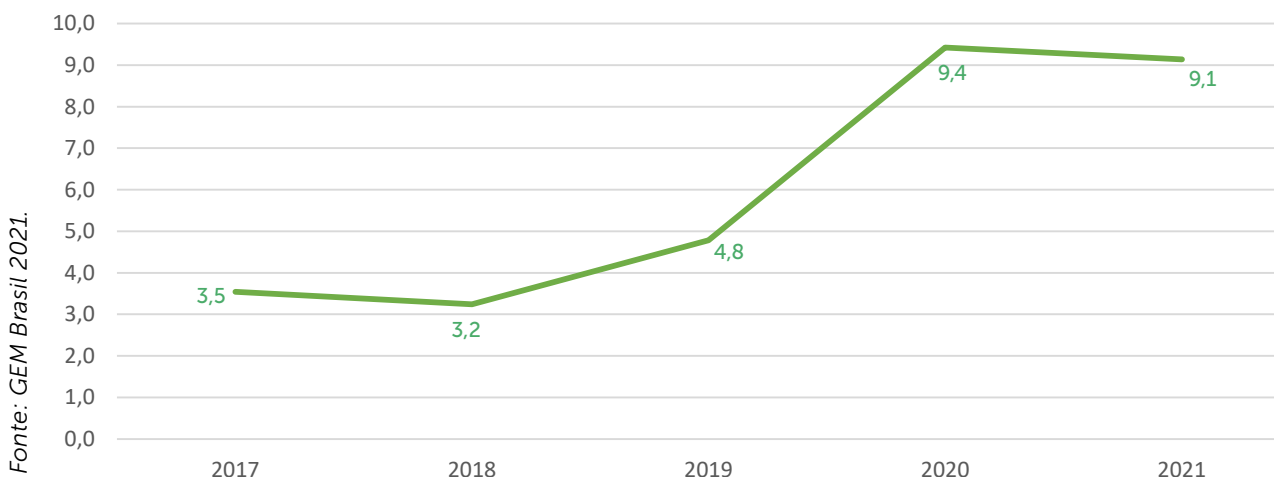


Gráfico 1.7.: Taxa (%) de descontinuidade - Economias participantes – 2021



Fonte: GEM 2021.

Gráfico 1.8.: Taxa (%) de descontinuidade¹ - Brasil - 2017:2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Proporção de empreendedores que encerraram suas atividades, incluindo novos nascentes e estabelecidos, com ou sem CNPJ. Para calcular essa taxa foram considerados os respondentes que afirmaram que nos últimos 12 meses venderam, encerraram, deixaram ou descontinuaram algum negócio do qual eram proprietários (e administradores) ou qualquer atividade como autônomo ou por conta própria, e esse negócio não continuou as atividades após sua saída.

Tabela 1.7.: Distribuição percentual dos principais motivos que levaram à descontinuidade de um negócio - Brasil - 2021

Principais motivos	% de descontinuidade
A pandemia de coronavírus	46,2
O negócio não era lucrativo	17,6
Razões pessoais ou familiares	12,9
Outro trabalho ou oportunidade de negócio	6,3
Dificuldades na obtenção de recursos financeiros	6,2
Outro incidente, sem ser a pandemia de coronavírus	4,0
Governo/tributação/burocracia	2,7
Uma oportunidade para vender o negócio	2,4
Aposentadoria	1,2
A saída foi planejada com antecedência	0,4
TOTAL	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

CAPÍTULO 2



Motivações para Empreender no Brasil e no Mundo



Motivações para Empreender no Brasil e no Mundo

Este capítulo tem como objetivo apresentar as motivações que impulsionaram os empreendedores a iniciarem negócios. A partir do GEM 2019, a pesquisa com a população adulta (APS) passou a considerar quatro alternativas para escolhas, de modo a expressar as razões para empreender: “Para continuar uma tradição familiar”; “Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta”, “Para fazer diferença no mundo”; e “Para ganhar a vida porque os empregos são escassos”.

Vale destacar que, assim como nos anos anteriores, foram apresentadas aos entrevistados as quatro afirmações sobre as razões para iniciar um negócio e, 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 e discorda totalmente*. Assim, o empreendedor pôde concordar com mais de uma motivação, pois as afirmativas não eram excludentes.

2.1. Motivações dos Empreendedores Iniciais no Brasil e no Mundo

Assim como nos anos anteriores, quando comparados todos os resultados respondidos pelos empreendedores iniciais (TEA) brasileiros (**tabela 2.1.**) – o que inclui os empreendedores nascentes (NEA) e os novos (NBO) – observa-se que vários foram os fatores que impulsionaram os indivíduos para o empreendedorismo. A motivação que obteve menor percentual de escolha foi a de *continuar uma tradição familiar*, indicada por 32% dos empreendedores iniciais. Na sequência, *construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta* foi a motivação que ficou em terceiro lugar, com 56,5% dos respondentes. *Fazer diferença no mundo* foi a segunda motivação mais sinalizada pelos entrevistados, com 75,7% dos respondentes

tendo optado por essa alternativa. E a grande motivação de 2021 para os empreendedores iniciais brasileiros foi *ganhar a vida porque os empregos são escassos*, sinalizada por 76,8% dos participantes. Nas seções seguintes os resultados brasileiros são comparados com os dos demais países participantes do GEM 2021.

Nota-se, entretanto, o crescimento da categoria *fazer a diferença no mundo*, que, embora já tenha figurado como a segunda colocada nos dois anos anteriores deste estudo, obteve um crescimento expressivo de dez pontos percentuais em relação ao GEM 2020, e ficou apenas 1,1 ponto da primeira colocação em 2021.

Tabela 2.1.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) segundo as motivações para começar o novo negócio - Brasil – 2021

Motivação	% dos empreendedores		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	79,2	75,4	76,8
Para fazer diferença no mundo	80,3	71,2	75,7
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	55,9	56,3	56,5
Para continuar uma tradição familiar	33,2	30,4	32,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ A soma pode superar 100%, pois o indivíduo pode ter respondido mais de uma opção.

2.1.1. Para Ganhar a Vida Porque os Empregos São Escassos

A motivação relacionada à escassez de empregos entre os empreendedores foi mais uma vez alta em várias partes do mundo, demonstrando a importância do potencial e da contribuição atual do empreendedorismo para extinção da pobreza – em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, principalmente o ODS 1: acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares. Ela também demonstra a necessidade de garantir um sustento devido à falta de empregos e demais impactos causados pela pandemia do coronavírus.

Essa motivação apresenta forte relação com empreendedorismo por necessidade, tema que será visto em sequência a este tópico, e que tem por definição “a decisão de iniciar um negócio próprio pela falta de outras opções para obtenção de trabalho e renda”. O percentual elevado de empreendedores que justificaram

iniciar um negócio para ganhar a vida porque os empregos são escassos apareceu com valores superiores a 70% em 20 dos 47 países onde foi realizado o estudo em 2021, independentemente de suas classificações por renda.

No Brasil, em 2021, aproximadamente 76,8% 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 2.2.**), sendo esta mais uma vez a alternativa mais mencionada entre as quatro apresentadas. No entanto, apesar de condizente com a situação econômica no Brasil e com a crise provocada pela pandemia de covid-19, que ocasionou a diminuição de empregos, observa-se que o índice de empreendedores que escolheram essa motivação reduziu em relação aos dois anos anteriores, quando os índices foram de 82% (2020) e 88% (2019).

Tabela 2.2.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos)¹ que afirmaram que “ganhar a vida porque os empregos são escassos” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2021

Motivação	% dos empreendedores		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
Ganhar a vida porque os empregos são escassos	79,2	75,4	76,8

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

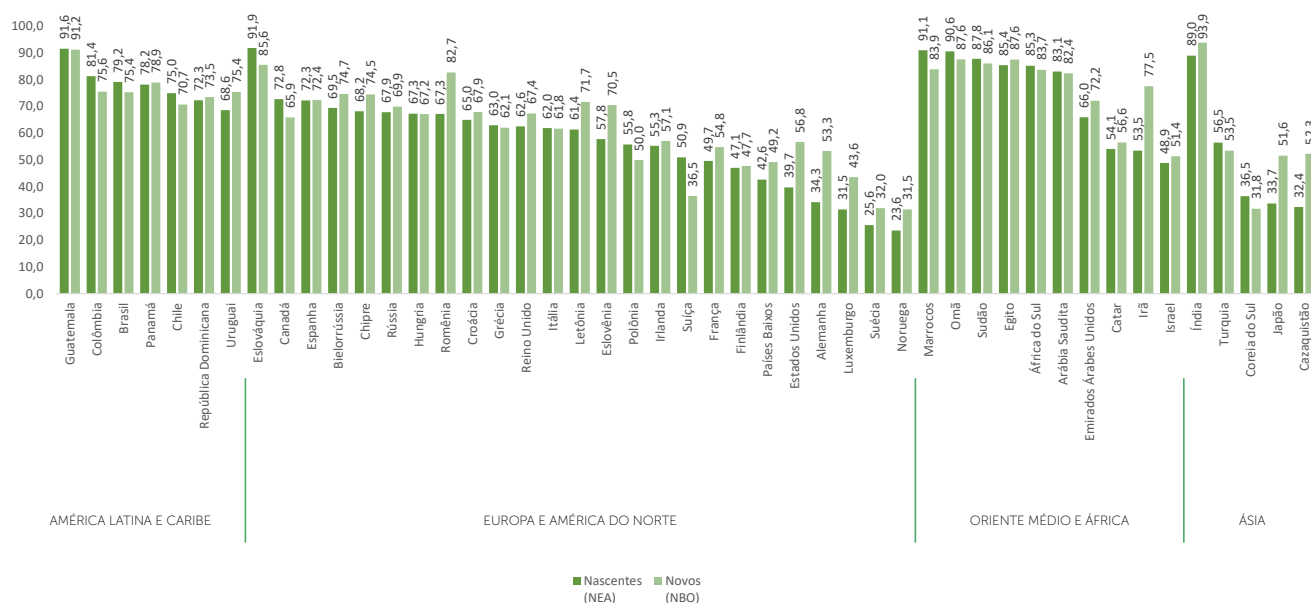
Na América Latina e Caribe essa motivação permanece intensa (**gráfico 2.1.**), sendo que os sete países participantes na APS em 2021 pontuaram essa motivação acima de 70%: Guatemala (91,7%), Colômbia (78,8%), Panamá (78,4%), Brasil (76,8%), Chile (73,9%), República Dominicana (72,9%) e Uruguai (71,3%). O Brasil nesse cenário figurou como o 12º país entre todos os 47 participantes do GEM 2021 em que a motivação para ganhar a vida porque os empregos são escassos foi a mais citada.

A Guatemala, aliás, foi a nação mais motivada por esse indicador, seguida pela Índia (91,5%) e pela Eslováquia (89,8%). Os próximos seis

países mais motivados para empreender devido aos empregos escassos foram todos da região do Oriente Médio e África: Omã (89,7%), Sudão (87,7%), Marrocos (87,1%), Egito (86,9%), África do Sul (84,7%) e Arábia Saudita (82,8%). Fechou a lista dos dez países dessa categoria a Colômbia, com 78,8%.

Em contrapartida a escassez de empregos mostrou-se menos intensa como motivação para empreender nos seguintes seis países, com três representantes da Ásia: Japão (40,1%), Cazaquistão (39,8%) e Coreia do Sul (34,2%); e com três representantes da Europa: Luxemburgo (32,9%), Suécia (28%) e Noruega (26,5%).

Gráfico 2.1.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos)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 as regiões - 2021



Fonte: GEM 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

Quando considerado o nível de renda *per capita*, três países da alta renda figuraram entre os dez que mais elencaram a motivação *ganhar a vida porque os empregos são escassos*: Eslováquia (89,8%), Omã (89,7%) e Arábia Saudita

(82,8%). Completam o estudo três países com média renda, Guatemala (91,7%), África do Sul (84,7%) e Colômbia (78,8%). E países de baixa renda: Índia (91,5%), Sudão (87,7%), Marrocos (87,1%) e Egito (86,9%).

Tabela 2.3.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos)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 - 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
América Latina e Caribe	Brasil	M	79,2	75,4	76,8
	Chile	A	75,0	70,7	73,9
	Colômbia	M	81,4	75,6	78,8
	Guatemala	M	91,6	91,2	91,7
	Panamá	M	78,2	78,9	78,4
	República Dominicana	M	72,3	73,5	72,9
	Uruguai	A	68,6	75,4	71,3
Europa e América do Norte	Alemanha	A	34,3	53,3	40,9
	Bielorrússia	M	69,5	74,7	71,5
	Canadá	A	72,8	65,9	70,7
	Chipre	A	68,2	74,5	72,8
	Croácia	A	65,0	67,9	65,7
	Eslováquia	A	91,9	85,6	89,8
	Eslovênia	A	57,8	70,5	63,8
	Espanha	A	72,3	72,4	72,3
	Estados Unidos	A	39,7	56,8	45,8
	Finlândia	A	47,1	47,7	47,9
	França	A	49,7	54,8	51,2
	Grécia	A	63,0	62,1	63,2
	Hungria	A	67,3	67,2	66,8
	Irlanda	A	55,3	57,1	56,0
	Itália	A	62,0	61,8	61,3
	Letônia	A	61,4	71,7	65,3
	Luxemburgo	A	31,5	43,6	32,9
	Noruega	A	23,6	31,5	26,5
	Países Baixos	A	42,6	49,2	44,1
	Polônia	A	55,8	50,0	53,4
	Reino Unido	A	62,6	67,4	63,8
	Romênia	M	67,3	82,7	75,0
	Rússia	M	67,9	69,9	68,9
	Suécia	A	25,6	32,0	28,0
Suíça	A	50,9	36,5	46,8	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	85,3	83,7	84,7
	Arábia Saudita	A	83,1	82,4	82,8
	Catar	A	54,1	56,6	54,8
	Egito	B	85,4	87,6	86,9
	Emirados Árabes Unidos	A	66,0	72,2	68,8
	Irã	B	53,5	77,5	64,1
	Israel	A	48,9	51,4	49,8
	Marrocos	B	91,1	83,9	87,1
	Omã	A	90,6	87,6	89,7
	Sudão	B	87,8	86,1	87,7
Ásia	Cazaquistão	M	32,4	52,3	39,8
	Coreia do Sul	A	36,5	31,8	34,2
	Índia	B	89,0	93,9	91,5
	Japão	A	33,7	51,6	40,1
	Turquia	M	56,5	53,5	55,0

Fonte: GEM 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

2.1.2. Para Fazer Diferença no Mundo

Desde 2019 quando o GEM passou a adotar as novas classificações para a motivação, observa-se a crescente preocupação mundial por gerar melhorias para o ambiente em que os empreendedores vivem, independentemente da natureza do empreendimento, oferecendo soluções para os problemas e melhorando o contexto social, ambiental, cultural e econômico.

No Brasil, o resultado cresceu em 2021, sendo maior dentre os nascentes, 80,3%, e 71,2% para os novos (**gráfico 2.2.**). O resultado coloca o Brasil como quarto lugar em que essa motivação foi a mais frequentemente indicada pelos empreendedores iniciais, com 75,7%. Na América Latina

e Caribe o Brasil permanece sendo o segundo país em que mais se observa essa motivação, atrás apenas da Guatemala (80,6%). Em contrapartida, as economias da região que menos pontuaram na categoria *fazer a diferença no mundo* foram Uruguai, com 38,7%; e Chile, com 56,6%.

No contexto mundial, dentre as 47 economias participantes deste estudo, apenas Índia, África do Sul e Guatemala pontuaram essa motivação acima do Brasil. Entre as dez economias em que a motivação é mais presente apareceram ainda República Dominicana (72,1%), Estados Unidos (71,2%), Canadá (70,4%), Emirados Árabes Unidos (66,1%), Romênia (65,9%) e Panamá (65,4%).

Tabela 2.4.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos)¹ que afirmaram que “fazer a diferença no mundo” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes - 2021

Motivação	% dos empreendedores		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
Para fazer a diferença no mundo	80,3	71,2	75,7

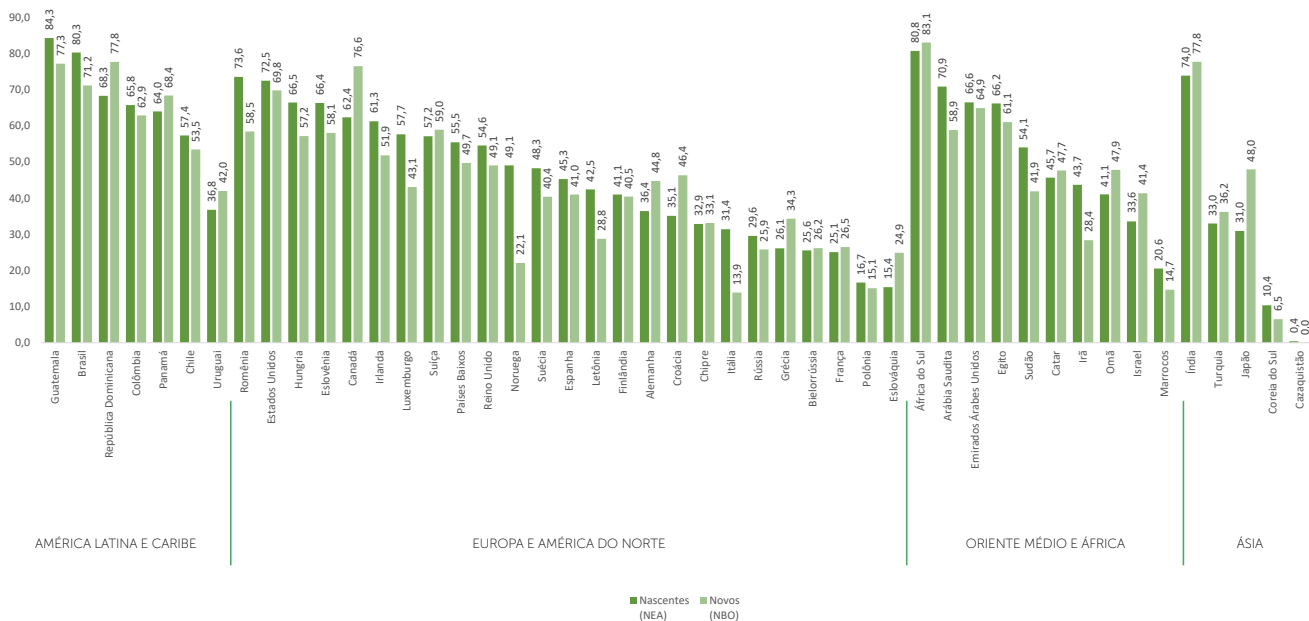
Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

Considerando o agrupamento dos países por região (**gráfico 2.2.**), o destaque para essa motivação foi a América – em oito dos nove países dessa região participantes do estudo, incluindo o Brasil, mais de 50% dos empreendedores manifestaram estar empreendendo para fazer a

diferença no mundo. Em contrapartida, na Ásia, apenas a Índia, dos cinco países participantes do estudo, pontuou acima de 50% nessa motivação. Na Europa foram 8 dos 22 países e no Oriente Médio e África, 4 dos 10 países que citaram fazer a diferença no mundo como motivação acima de 50% para empreender.

Gráfico 2.2.: Percentual dos empreendedores iniciais que afirmaram que “fazer a diferença no mundo” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias participantes agrupadas segundo as regiões – 2021



Fonte: GEM 2021.

Quatro das cinco maiores proporções estavam em países identificados como de média renda. São eles: África do Sul, Guatemala, Brasil e República Dominicana. Apenas a Índia, pertencente

aos identificados como de baixa renda, pontuou entre as cinco maiores economias motivadas por fazer a diferença no mundo.

Tabela 2.5.: Percentual dos empreendedores iniciais¹ que afirmaram que “fazer diferença no mundo” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
América Latina e Caribe	Brasil	M	80,3	71,2	75,7
	Chile	A	57,4	53,5	56,6
	Colômbia	M	65,8	62,9	64,5
	Guatemala	M	84,3	77,3	80,6
	Panamá	M	64,0	68,4	65,4
	República Dominicana	M	68,3	77,8	72,1
	Uruguai	A	36,8	42,0	38,7
Europa e América do Norte	Alemanha	A	36,4	44,8	39,4
	Bielorrússia	M	25,6	26,2	25,5
	Canadá	A	62,4	76,6	70,4
	Chipre	A	32,9	33,1	32,2
	Croácia	A	35,1	46,4	38,7
	Eslováquia	A	15,4	24,9	18,7
	Eslovênia	A	66,4	58,1	61,8
	Espanha	A	45,3	41,0	43,2
	Estados Unidos	A	72,5	69,8	71,2
	Finlândia	A	41,1	40,5	40,1
	França	A	25,1	26,5	25,8
	Grécia	A	26,1	34,3	29,9
	Hungria	A	66,5	57,2	61,7
	Irlanda	A	61,3	51,9	57,7
	Itália	A	31,4	13,9	21,5
	Letônia	A	42,5	28,8	36,9
	Luxemburgo	A	57,7	43,1	56,9
	Noruega	A	49,1	22,1	39,2
	Países Baixos	A	55,5	49,7	52,7
	Polônia	A	16,7	15,1	16,0
	Reino Unido	A	54,6	49,1	53,0
	Romênia	M	73,6	58,5	65,9
Rússia	M	29,6	25,9	27,6	
Suécia	A	48,3	40,4	45,3	
Suíça	A	57,2	59,0	57,9	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	80,8	83,1	81,4
	Arábia Saudita	A	70,9	58,9	63,7
	Catar	A	45,7	47,7	46,5
	Egito	B	66,2	61,1	63,4
	Emirados Árabes Unidos	A	66,6	64,9	66,1
	Irã	B	43,7	28,4	36,7
	Israel	A	33,6	41,4	36,9
	Marrocos	B	20,6	14,7	17,6
	Omã	A	41,1	47,9	43,7
	Sudão	B	54,1	41,9	49,3
Ásia	Cazaquistão	M	0,4	0,0	0,3
	Coreia do Sul	A	10,4	6,5	9,0
	Índia	B	74,0	77,8	75,9
	Japão	A	31,0	48,0	37,3
	Turquia	M	33,0	36,2	34,3

Fonte: GEM 2021.

2.1.3. Para Construir uma Grande Riqueza ou uma Renda Muito Alta

A construção de uma grande riqueza ainda é um dos mais importantes motivadores para o empreendedorismo, mas entre os empreendedores brasileiros está na terceira posição entre os impulsionadores mais sinalizados, atrás apenas de *continuar uma tradição familiar*. É importante lembrar, entretanto, que as motivações não são excludentes, uma vez que os empreendedores podiam selecionar mais de uma opção neste estudo.

Na **tabela 2.5.** estão contidos os percentuais desse motivador entre as 47 economias participantes do GEM 2021. O Brasil figura na 24ª posição nessa categoria, sendo essa motivação importante para 56,5% dos empreendedores iniciais (TEA), sendo eles 55,9% nascentes e 56,3% novos. Na América Latina e Caribe, empreendedores da Guatemala (75,8%), da República Dominicana (64,4%) e da Colômbia (64,3%) superaram o Brasil nesse motivador.

Tabela 2.6.: Percentual dos empreendedores iniciais¹ (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 - 2021

Motivação	% dos empreendedores		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
Construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	55,9	56,3	56,5

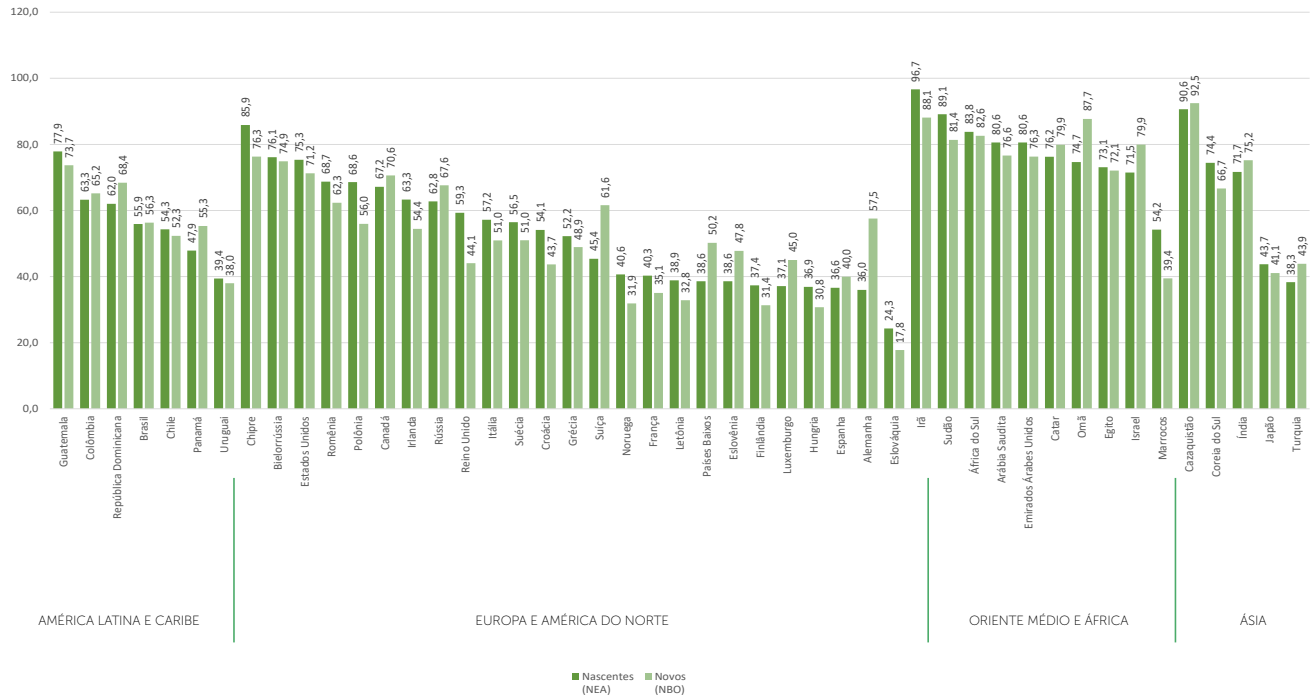
Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

Entre os dez países onde construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta é mais intensamente presente, sete estão localizados na região do Oriente Médio e África: Irã (92,9%), Sudão (86,8%), África do Sul (83,3%), Emirados Árabes Unidos (78,7%), Arábia Saudita (78,6%), Omã (78,2%) e Catar (77,3%). Completam a lista o

Cazaquistão, com 91,3, único representante da Ásia; e Chipre (81,3%) e Bielorrússia (76,2%), representantes da Europa e América do Norte. Na América Latina e Caribe, o país mais motivado por construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta foi a Guatemala, com 75,8%.

Gráfico 2.3.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos)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 – 2021



Fonte: GEM 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

16 países, pertencentes a todos os níveis de renda (baixa, média e alta), marcaram esta motivação acima de 70% das inspirações para iniciar um novo negócio. Dentre eles, 8 países são pertencentes a nações de alta renda: Chipre (81,3%), Emirados Árabes Unidos (78,7%), Arábia Saudita (78,6%), Omã

(78,2%), Catar (77,3%), Israel (74,9%), Estados Unidos (74,1%) e Coreia do Sul (71,1%). 4 nações pertencem à faixa de média renda: Cazaquistão (91,3%), África do Sul (83,3%), Bielorrússia (76,2%) e Guatemala (75,8%). E 4 à baixa renda: Irã (92,9%), Sudão (86,8%), Índia (73,4%) e Egito (72,4%).

Tabela 2.7.: Percentual dos empreendedores iniciais¹ (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 - Economias participantes agrupadas segundo a renda - 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
América Latina e Caribe	Brasil	M	55,9	56,3	56,5
	Chile	A	54,3	52,3	53,5
	Colômbia	M	63,3	65,2	64,3
	Guatemala	M	77,9	73,7	75,8
	Panamá	M	47,9	55,3	50,1
	República Dominicana	M	62,0	68,4	64,4
	Uruguai	A	39,4	38,0	38,8
Europa e América do Norte	Alemanha	A	36,0	57,5	43,6
	Bielorrússia	M	76,1	74,9	76,2
	Canadá	A	67,2	70,6	68,4
	Chipre	A	85,9	76,3	81,3
	Croácia	A	54,1	43,7	51,3
	Eslováquia	A	24,3	17,8	22,1
	Eslovênia	A	38,6	47,8	42,6
	Espanha	A	36,6	40,0	38,0
	Estados Unidos	A	75,3	71,2	74,1
	Finlândia	A	37,4	31,4	33,4
	França	A	40,3	35,1	39,4
	Grécia	A	52,2	48,9	50,4
	Hungria	A	36,9	30,8	32,5
	Irlanda	A	63,3	54,4	59,0
	Itália	A	57,2	51,0	53,4
	Letônia	A	38,9	32,8	37,1
	Luxemburgo	A	37,1	45,0	38,6
	Noruega	A	40,6	31,9	37,4
	Países Baixos	A	38,6	50,2	41,8
	Polônia	A	68,6	56,0	62,5
	Reino Unido	A	59,3	44,1	55,2
	Romênia	M	68,7	62,3	64,9
	Rússia	M	62,8	67,6	65,3
	Suécia	A	56,5	51,0	54,9
Suíça	A	45,4	61,6	51,5	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	83,8	82,6	83,3
	Arábia Saudita	A	80,6	76,6	78,6
	Catar	A	76,2	79,9	77,3
	Egito	B	73,1	72,1	72,4
	Emirados Árabes Unidos	A	80,6	76,3	78,7
	Irã	B	96,7	88,1	92,9
	Israel	A	71,5	79,9	74,9
	Marrocos	B	54,2	39,4	46,5
	Omã	A	74,7	87,7	78,2
	Sudão	B	89,1	81,4	86,8
Ásia	Cazaquistão	M	90,6	92,5	91,3
	Coreia do Sul	A	74,4	66,7	71,1
	Índia	B	71,7	75,2	73,4
	Japão	A	43,7	41,1	42,1
	Turquia	M	38,3	43,9	39,9

Fonte: GEM 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

2.1.4. Para Continuar uma Tradição Familiar

Alguns países mostraram que a motivação para empreender tende a ser mais impulsionada pela tradição de negócios familiares do que outros. Isso está associado à cultura e costumes sociais, mas também à natureza dos negócios.

Embora tenha sido pelo terceiro ano consecutivo a motivação menos indicada pelos empreendedores brasileiros, ela está em crescimento

ao longo dos anos e apareceu citada por 32% dos envolvidos em novos negócios no país. E nota-se que o percentual dos empreendedores nascentes que indicou a tradição familiar como inspiração a um novo negócio foi 2,8 pontos percentuais mais alta do que a de novos. Tal índice coloca o país na 17ª posição dentre as economias mais motivadas por tradições familiares.

Tabela 2.8.: Percentual dos empreendedores iniciais¹ (nascentes e novos) que afirmaram que “continuar uma tradição familiar” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Brasil - 2021

Motivação	% dos empreendedores		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
Continuar uma tradição familiar	33,2	30,4	32,0

Fonte: GEM Brasil 2021

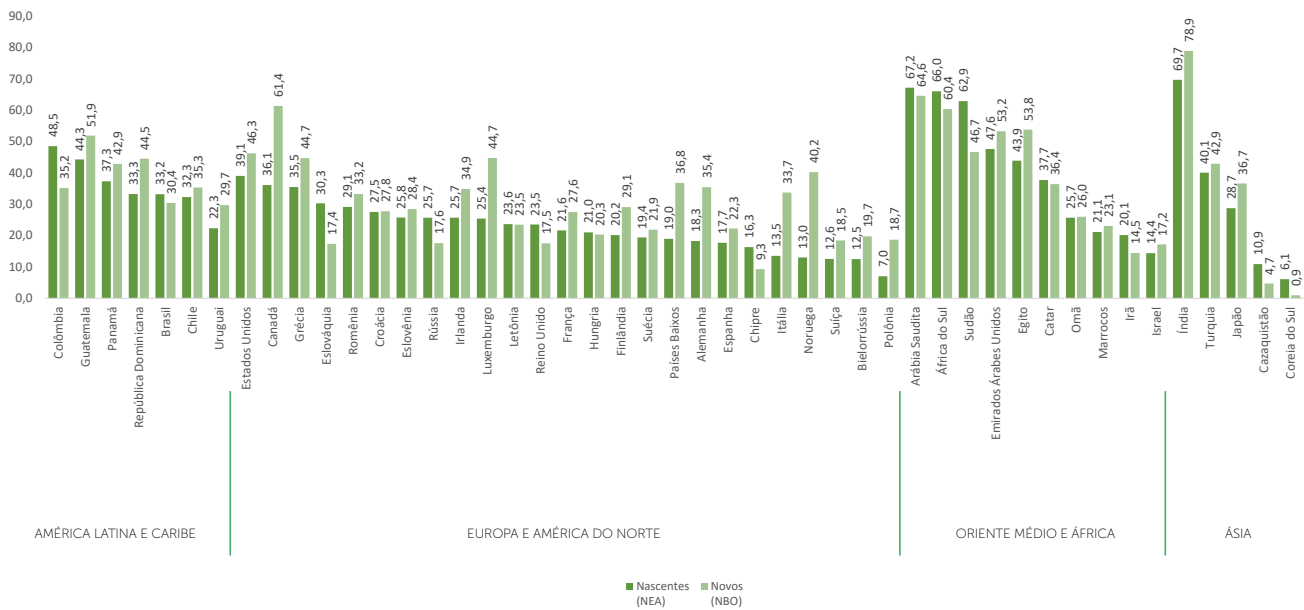
¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

Mais uma vez indianos e sauditas lideram a lista de empreendedores com essa motivação, com 74,3% e 65,5%, respectivamente. A região do Oriente Médio e África é a que a mais abrange empreendedores que buscam continuar uma tradição familiar, com cinco representantes figurando na lista. São eles: Arábia Saudita (65,5%), África do Sul (63,2%), Sudão (56,8%), Emirados Árabes Unidos (49,7%) e Egito (49,5%).

Em contrapartida, a Europa e América do Norte tem apenas o Canadá (50%) entre os dez países

movidos por essa motivação. Completam a lista a Guatemala (49,2%) e a Colômbia (43,6%), como representantes da América Latina e Caribe. E a Turquia (41,7%) une-se à Índia entre os representantes da Ásia a figurarem entre os dez países mais motivados por tradição familiar. A grande surpresa ficou por conta da Alemanha, que figurou como o segundo país com maior índice nesse quesito em 2020 e, em 2021, caiu para a 29ª posição.

Gráfico 2.4.: Percentual dos empreendedores iniciais (nascentes e novos)¹ que afirmaram que “continuar uma tradição familiar” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo as regiões – 2021



Fonte: GEM 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

Entre os países com renda alta em que essa motivação foi destacada entre os empreendedores iniciais destacam-se três nações: Arábia Saudita, com 65,5%; Canadá, com 50%; e Emirados Árabes Unidos, com 49,7%. Já entre os países de média renda estão quatro representantes: África do Sul, com 63,2%; Guatemala, com 49,2%; Colômbia, com 43,6%; e Turquia, com 41,7%.

E três foram os países de baixa renda entre os dez mais motivados por tradições familiares: a Índia (74,3%), o Sudão (56,8%) e o Egito (49,5%). O país menos motivado por essa categoria é a Coreia do Sul, com apenas 4,1% dos entrevistados tendo citado essa opção como inspiração para um novo negócio.

Tabela 2.9.: Percentual dos empreendedores iniciais¹ (nascentes e novos) que afirmaram que “continuar uma tradição familiar” estava entre as suas motivações para começar o novo negócio - Economias agrupadas segundo a renda - 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Iniciais (TEA)
América Latina e Caribe	Brasil	M	33,2	30,4	32,0
	Chile	A	32,3	35,3	33,6
	Colômbia	M	48,5	35,2	43,6
	Guatemala	M	44,3	51,9	49,2
	Panamá	M	37,3	42,9	39,0
	República Dominicana	M	33,3	44,5	37,6
	Uruguai	A	22,3	29,7	25,0
Europa e América do Norte	Alemanha	A	18,3	35,4	24,2
	Bielorrússia	M	12,5	19,7	15,1
	Canadá	A	36,1	61,4	50,0
	Chipre	A	16,3	9,3	13,7
	Croácia	A	27,5	27,8	28,5
	Eslováquia	A	30,3	17,4	25,8
	Eslovênia	A	25,8	28,4	27,4
	Espanha	A	17,7	22,3	19,7
	Estados Unidos	A	39,1	46,3	41,5
	Finlândia	A	20,2	29,1	24,3
	França	A	21,6	27,6	22,9
	Grécia	A	35,5	44,7	39,7
	Hungria	A	21,0	20,3	21,0
	Irlanda	A	25,7	34,9	29,0
	Itália	A	13,5	33,7	22,8
	Letônia	A	23,6	23,5	24,2
	Luxemburgo	A	25,4	44,7	27,7
	Noruega	A	13,0	40,2	23,0
	Países Baixos	A	19,0	36,8	24,5
	Polônia	A	7,0	18,7	12,5
	Reino Unido	A	23,5	17,5	21,6
	Romênia	M	29,1	33,2	31,1
	Rússia	M	25,7	17,6	20,8
	Suécia	A	19,4	21,9	20,6
Suíça	A	12,6	18,5	14,1	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	66,0	60,4	63,2
	Arábia Saudita	A	67,2	64,6	65,5
	Catar	A	37,7	36,4	37,4
	Egito	B	43,9	53,8	49,5
	Emirados Árabes Unidos	A	47,6	53,2	49,7
	Irã	B	20,1	14,5	17,3
	Israel	A	14,4	17,2	15,0
	Marrocos	B	21,1	23,1	22,3
	Omã	A	25,7	26,0	26,0
Ásia	Sudão	B	62,9	46,7	56,8
	Cazaquistão	M	10,9	4,7	8,7
	Coreia do Sul	A	6,1	0,9	4,1
	Índia	B	69,7	78,9	74,3
	Japão	A	28,7	36,7	31,9
Turquia	M	40,1	42,9	41,7	

Fonte: GEM 2021.

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com a motivação apresentada.

2.2. Empreendedorismo por Oportunidade *versus* Necessidade

Na **tabela 2.9**, a seguir apresenta-se a proporção dos empreendedores nascentes (NEA) e dos novos (NBO) sobre empreender por necessidade e por oportunidade. A diferença entre os empreendedores nascentes que empreendiam por oportunidade (48,6) e os que empreendiam por necessidade (49,6) em 2021 caiu em relação ao ano anterior, o que demonstra um crescimento do número de empreendedores por oportuni-

dade no Brasil. Entre os empreendedores novos a diferença foi um pouco maior, visto que as porcentagens sobre a TEA foram de 47,8 para oportunidade e 49,3 para necessidade, também em uma razão de 1, o que quer dizer que, para cada empreendedor iniciando um negócio por oportunidade, tinha um empreendedor começando por necessidade.

Tabela 2.10.: Motivação dos empreendedores nascentes (NEA) e novos (NBO): taxas (em %) para oportunidade e necessidade, proporção (em %) entre oportunidade e necessidade - Brasil - 2021

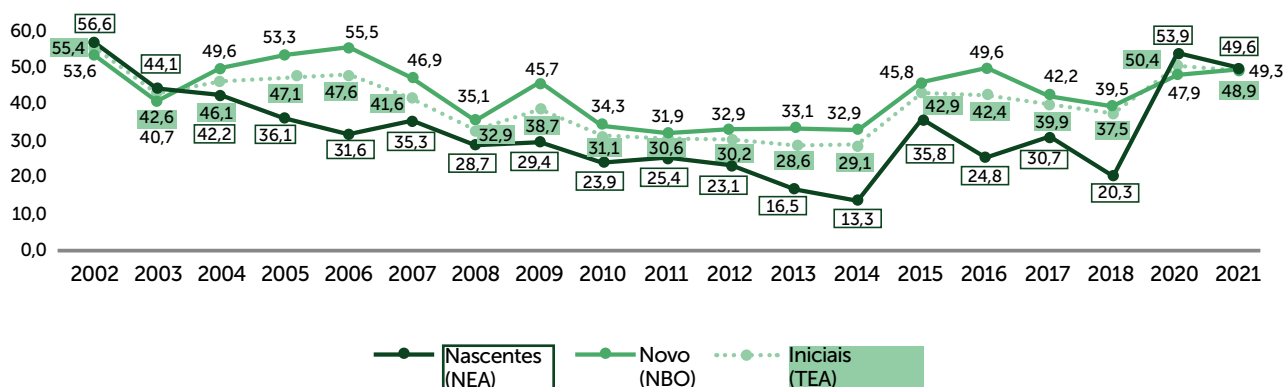
Motivação	Nascentes (NEA)		Novos (NBO)	
	Proporções sobre		Proporções sobre	
	Taxas	NEA	Taxas	NBO
Oportunidade	5,0	48,6	5,2	47,8
Necessidade	5,1	49,6	5,3	49,3

Fonte: GEM Brasil 2021.

No **gráfico 2.5**, o comparativo desde 2002 (com exceção de 2019, pois não foram coletados os dados), evidencia os percentuais totais dos empreendedores iniciais (TEA) e a segmentação

entre nascentes (NEA) e novos (NBO). Observa-se que o empreendedorismo por necessidade vem variando ao longo do tempo em função das fases econômicas vividas pelo Brasil.

Gráfico 2.5.: Empreendedorismo por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial (nascente e novo) - Brasil - 2002:2018 e 2020:2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

Após amplo aumento em 2020, a taxa dos empreendedores nascentes que decidiram empreender por necessidade voltou a cair em 2021, o que demonstra a ampliação do espaço para empreendedorismo por oportunidade no Brasil. Da mesma forma, a curva das proporções das taxas dos empreendedores novos (NBO) também segue próxima entre empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, sendo esta mais estável ao longo dos anos. Os menores valores foram registrados no período entre 2010 e 2014 e mantendo-se próximo do valor obtido em 2020. O valor da taxa de empreendedores iniciais (TEA) caiu um pouco em relação a 2020, marcando 48,9%.

A pesquisa APS de 2021 analisou também a situação empregatícia dos empreendedores nascentes e novos nos três meses anteriores ao início de seus negócios. Os dados estão a seguir na **tabela 2.10.**, em que declararam estar desempregados 52,3% dos empreendedores nascentes e 43% dos iniciais. Questionados sobre a influência da situação de desemprego como impulso para o empreendedorismo, 88,1% dos empreendedores nascentes e 88,6% dos novos a sinalizaram como uma alternativa afirmativa.

Tabela 2.11.: Percentual de empreendedores nascentes (NEA) e novos (NBO) segundo a condição de ocupação anterior à abertura do negócio - Brasil - 2021

	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)
Estava desempregado e não arrumava emprego nos três meses anteriores ao início da atividade empreendedora	52,3	43,0
Estar desempregado contribuiu ou acelerou a abertura da atividade	88,1	88,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

Mesmo que a taxa de desemprego tenha recuado no Brasil em 2021 para 13,2%, frente a 13,9% em 2020, ficando abaixo inclusive das medianas das expectativas das consultorias e instituições financeiras, que era de 13,5%, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o fato é que o mercado de trabalho formal seguiu

fortemente afetado durante o segundo ano da pandemia. A média anual de desempregados ficou em 13,9 milhões, igualando a base de 2020. Essa queda da taxa de desemprego geral foi impactada de forma mais incisiva graças aos postos de trabalho temporário da indústria e do varejo no fim de ano.

Apesar dessa aceleração no fim do ano, o processo de retomada da economia interna e global foi lento. Essa lentidão para a retomada da economia foi ocasionada por diversos fatores internos e externos, como o aumento das taxas de juros, para combater os efeitos da inflação, o que afetou o acesso das pequenas empresas ao crédito, e os problemas de gargalos e custos elevados da cadeia mundial de logística, que geraram o desabastecimento de insumos para a indústria de uma forma geral. Tal ocorrência contribuiu para incentivar parte da população a empreender como forma de gerar renda para o sustento próprio ou familiar.

Em relação às atividades realizadas pelos empreendedores iniciais que empreenderam por necessidade ou por oportunidade, os dados da tabela a seguir revelam que as áreas mais procuradas para empreender convergem. Duas das mais citadas estão na área de serviços de alimentação (serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada; e restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebida). Estiveram entre as mais citadas também comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal. Somando essas cinco atividades, tem-se para os empreendedores por oportunidade 32,2% e para os empreendedores por necessidade 35,3%.

A seguir três atividades econômicas apareceram como as mais citadas tanto por empreendedores iniciais por oportunidade quanto por necessidade. São elas: *fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente* (citada por 3,4 dos empreendedores por necessidade e 2,0 dos empreendedores por oportunidade); *comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente* (citada por 3% dos empreendedores por necessidade e 4,1 dos empreendedores por oportunidade); e *manutenção e reparação de veículos automotores* (2,7% por necessidade e 3,5% por oportunidade).

Como atividades mais escolhidas pelos empreendedores iniciais por oportunidade, foram mais citadas: *comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns* (3%); *instalações elétricas* (2,9%); *agências de publicidade* (2,3%); *fabricação de móveis com predominância de madeira* (2,1%); *atividades de condicionamento físico* (2%); *atividades de malote e de entrega* (2%); e *serviços especializados para construção não especificados anteriormente* (2%).

Já entre as atividades mais escolhidas pelos empreendedores iniciais por necessidade, estiveram também entre as mais citadas: *serviços domésticos* (2,4%); *atividades jurídicas, exceto cartórios* (2,1%); *atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos* (2,1%); *transporte rodoviário de táxi* (2,1%); *serviços de engenharia* (2%); e *transporte rodoviário de carga* (2%).

Tabela 2.12.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores em estágio inicial segundo a motivação oportunidade - Brasil - 2021

Atividade (CNAE)	Oportunidade
RESTAURANTES E OUTROS ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS	8,0
CABELEIREIROS E OUTRAS ATIVIDADES DE TRATAMENTO DE BELEZA	7,7
COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	6,8
COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	4,9
SERVIÇOS DE CATERING, BUFÊ E OUTROS SERVIÇOS DE COMIDA PREPARADA	4,8
COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NOVOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	4,1
MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	3,5
COMÉRCIO VAREJISTA DE MERCADORIAS EM GERAL, COM PREDOMINÂNCIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS - MINIMERCADOS, MERCEARIAS E ARMAZÉNS	3,0
INSTALAÇÕES ELÉTRICAS	2,9
AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE	2,3
FABRICAÇÃO DE MÓVEIS COM PREDOMINÂNCIA DE MADEIRA	2,1
ATIVIDADES DE CONDICIONAMENTO FÍSICO	2,0
ATIVIDADES DE MALOTE E DE ENTREGA	2,0
SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	2,0
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	2,0
COMÉRCIO VAREJISTA DE BEBIDAS	1,9
ATIVIDADES DE CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL	1,9
OUTRAS ATIVIDADES	38,2
TOTAL	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

Tabela 2.13.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores em estágio inicial segundo a motivação necessidade - Brasil - 2021

Atividade (CNAE)	Necessidade
SERVIÇOS DE CATERING, BUFÊ E OUTROS SERVIÇOS DE COMIDA PREPARADA	9,5
COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	9,1
CABELEIREIROS E OUTRAS ATIVIDADES DE TRATAMENTO DE BELEZA	6,2
RESTAURANTES E OUTROS ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS	6,1
COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	4,5
OBRAS DE ACABAMENTO	4,2
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	3,4
COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NOVOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	3,0
MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	2,7
SERVIÇOS DOMÉSTICOS	2,4
ATIVIDADES JURÍDICAS, EXCETO CARTÓRIOS	2,1
ATIVIDADES DE PROFISSIONAIS DA ÁREA DE SAÚDE, EXCETO MÉDICOS E ODONTÓLOGOS	2,1
TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE TÁXI	2,1
SERVIÇOS DE ENGENHARIA	2,0
TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA	2,0
COMÉRCIO VAREJISTA DE MERCADORIAS EM GERAL, COM PREDOMINÂNCIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS - MINIMERCADOS, MERCEARIAS E ARMAZÉNS	1,8
CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS	1,8
REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO DE TÊXTEIS, VESTUÁRIO, CALÇADOS E ARTIGOS DE VIAGEM	1,8
OUTRAS ATIVIDADES	33,4
TOTAL	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

CAPÍTULO 3



Empreendedorismo e Características Socioeconômicas da População



Empreendedorismo e Características Socioeconômicas da População

O próximo objetivo de estudo foram as características socioeconômicas de quem empreende no Brasil. Este capítulo apresenta dados estatísticos por meio de quatro recortes para análise: **sexo**, **faixa etária**, **escolaridade** e **renda familiar mensal** dos brasileiros, em comparativo com os demais 46 países analisados no GEM 2021.

A **ocupação paralela** exercida pelos empreendedores no Brasil enquanto desenvolvem um negócio próprio, **suas motivações e as principais atividades econômicas escolhidas** também foram alvo deste estudo.

3.1. Empreendedores Segundo Características Socioeconômicas

3.1.1 Sexo

O primeiro recorte dos **empreendedores brasileiros** pelo ponto de vista do **sexo**, apresentou queda entre os **empreendedores iniciais** do sexo masculino no ano de 2021, quando comparado ao anterior. A redução também foi notada nas empreendedoras do sexo feminino, que marcaram uma queda superior aos empreendedores do sexo masculino.

Ao analisar de forma mais aprofundada, separando os negócios **nascentes (NEA)** dos **novos (NBO)**, observou-se um crescimento para empreendedores do sexo masculino, mas um decréscimo para empreendedoras do sexo feminino nos **nascentes**, ou seja,

empreendimentos que ainda não pagaram salário, pró-labore ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Já quando analisados os **novos negócios**, foi possível notar um decréscimo entre os empreendedores do sexo masculino. Já na coluna das novas empreendedoras do sexo feminino, a queda foi menor.

Para os **empreendedores estabelecidos**, porém, tanto os do sexo masculino quanto os do sexo feminino tiveram crescimento, conforme é possível verificar nos números da **tabela 3.1.** a seguir.

Tabela 3.1.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas – Segundo o sexo - Brasil – 2020:2021

Sexo	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Masculino	25,6	23,3	9,2	10,7	16,8	12,8	12,0	14,0
Feminino	21,3	18,7	11,2	9,7	10,1	9,4	5,4	6,1

Fonte: GEM Brasil 2021.

Já quando comparados os números do Brasil em perspectivas com as demais 46 economias participantes do GEM em 2021, as **tabelas 3.2.** e **3.3.** mostram que há uma maior atuação no empreendedorismo pelo sexo masculino.

No quesito sexo, em 43 dos 47 países pesquisados, os homens tiveram maior participação no empreendedorismo inicial no ano de 2021. A única exceção na região da América Latina e Caribe ocorreu na República Dominicana, onde o público feminino superou o percentual masculino, com 43,8 contra 40,1 dos homens. Nas outras regiões, apenas Cazaquistão (21,3% *versus* 18,5%), Marrocos (6,3% *versus* 5,9%) e Espanha (5,6% *versus* 5,4%) tiveram maior participação feminina no empreendedorismo em relação à masculina.

Entre os empreendedores estabelecidos, a predominância masculina quando comparada à feminina foi ainda maior, estando presente em 45 dos 47 países de estudo. As únicas exceções foram Romênia (4,2% das mulheres *versus* 4,0% dos homens) e Luxemburgo (4,1% *versus* 3,1%).

E, por fim, quando observado o maior apetite por empreendedorismo entre os iniciais (TEA), os cinco países melhor colocados, observando o empreendedorismo masculino, foram: Sudão (baixa renda, 40,8%), República Dominicana (média renda, 40,1%), Chile (alta renda, 34,7%), Guatemala (média renda, 32,9%) e Uruguai (alta renda, 25,9%). É marcante notar que dos cinco primeiros colocados, quatro se encontram na região da América Latina e Caribe e há participações em todas as faixas de renda: países classificados como baixa, média e alta renda.

América Latina e Caribe apresentam maior porcentagem de empreendedorismo inicial comparada a todas as outras regiões. Oriente Médio e África ficam em segundo lugar, seguidos por Europa e América do Norte e Ásia, respectivamente. As notórias altas taxas de desemprego nessas regiões, onde o empreendedorismo inicial apresenta maior porcentagem, ajudam a contextualizar o cenário que impele uma parcela significativa da população a buscar no empreendedorismo uma alternativa na geração de renda.

Já quando olhado para os números de empreendedorismo feminino, as cinco economias melhor colocadas foram: República Dominicana (média renda, 43,8%), Sudão (baixa renda, 26,4%), Chile (alta renda, 25,3%), Guatemala (média renda, 23,9%) e Cazaquistão (média renda, 21,3%). Dos cinco acima citados, apenas dois contam com mais empreendedoras mulheres do que homens na porcentagem.

Nos negócios estabelecidos, as colocações mudaram bastante e o Brasil figura entre os cinco primeiros colocados dos países com maior percentual de empreendedores do sexo masculino. As duas primeiras economias estão configuradas entre as de alta renda: Coreia do Sul (20,6%) e Grécia (17%); e as três seguintes, entre as de média renda: Turquia (15,9%), Guatemala (15,4%) e Brasil (14%).

Entre as empreendedoras, três países se repetem: Grécia (12,4%) e Coreia do Sul (12%), que inverteram a colocação, e como quinta colocada a Guatemala (10,2%). Completam a lista Cazaquistão (10,8%) e Polônia (10,6%). Nota-se, por fim, que, entre os primeiros lugares das economias no empreendedorismo estabelecido, não figuraram países de baixa renda, nem no masculino nem no feminino.

Tabela 3.2.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o sexo - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Masculino	Feminino
América Latina e Caribe	Brasil	M	23,3	18,7
	Chile	A	34,7	25,3
	Colômbia	M	17,4	14,1
	Guatemala	M	32,9	23,9
	Panamá	M	23,2	20,3
	República Dominicana	M	40,1	43,8
	Uruguai	A	25,9	20,2
Europa e América do Norte	Alemanha	A	8,4	5,3
	Bielorrússia	M	14,2	12,8
	Canadá	A	24,4	15,8
	Chipre	A	10,8	6,1
	Croácia	A	15,5	9,2
	Eslováquia	A	7,8	5,0
	Eslovênia	A	7,2	6,1
	Espanha	A	5,4	5,6
	Estados Unidos	A	17,8	15,2
	Finlândia	A	9,4	6,4
	França	A	8,4	7,1
	Grécia	A	6,5	4,6
	Hungria	A	12,1	7,5
	Irlanda	A	13,7	11,3
	Itália	A	6,2	3,5
	Letônia	A	18,2	12,0
	Luxemburgo	A	9,3	5,1
	Noruega	A	4,4	1,8
	Países Baixos	A	15,5	13,0
	Polônia	A	2,4	1,6
	Reino Unido	A	14,2	10,9
	Romênia	M	9,8	9,6
Rússia	M	10,2	6,6	
Suécia	A	11,8	6,0	
Suíça	A	12,3	7,2	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	18,8	16,2
	Arábia Saudita	A	20,0	19,0
	Catar	A	17,2	10,5
	Egito	B	12,5	5,7
	Emirados Árabes Unidos	A	20,1	8,2
	Irã	B	10,4	7,1
	Israel	A	10,4	8,7
	Marrocos	B	5,9	6,3
	Omã	A	13,5	11,9
	Sudão	B	40,8	26,4
Ásia	Cazaquistão	M	18,5	21,3
	Coreia do Sul	A	15,9	10,7
	Índia	B	16,3	12,3
	Japão	A	8,4	4,0
	Turquia	M	21,0	10,3

Fonte: GEM 2021.

Tabela 3.3.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo o sexo - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Masculino	Feminino
América Latina e Caribe	Brasil	M	14,0	6,1
	Chile	A	9,8	4,5
	Colômbia	M	2,2	1,5
	Guatemala	M	15,4	10,2
	Panamá	M	4,8	2,7
	República Dominicana	M	4,4	3,3
	Uruguai	A	4,7	3,5
Europa e América do Norte	Alemanha	A	6,8	3,0
	Bielorrússia	M	7,5	3,8
	Canadá	A	9,7	6,6
	Chipre	A	10,6	6,7
	Croácia	A	5,2	2,9
	Eslováquia	A	8,4	4,6
	Eslovênia	A	10,5	6,4
	Espanha	A	8,3	6,0
	Estados Unidos	A	10,1	7,6
	Finlândia	A	11,4	6,3
	França	A	4,3	2,9
	Grécia	A	17,0	12,4
	Hungria	A	11,1	5,7
	Irlanda	A	9,1	4,8
	Itália	A	6,1	2,9
	Letônia	A	13,5	6,3
	Luxemburgo	A	3,1	4,1
	Noruega	A	4,9	2,1
	Países Baixos	A	8,8	4,0
	Polônia	A	11,5	10,6
	Reino Unido	A	7,3	3,3
	Romênia	M	4,0	4,2
Rússia	M	3,8	3,1	
Suécia	A	5,1	3,5	
Suíça	A	9,0	5,1	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	6,7	3,7
	Arábia Saudita	A	6,6	3,6
	Catar	A	6,8	3,0
	Egito	B	6,0	1,0
	Emirados Árabes Unidos	A	8,1	2,5
	Irã	B	13,7	3,8
	Israel	A	4,1	2,6
	Marrocos	B	6,0	3,9
	Omã	A	4,6	1,1
	Sudão	B	9,9	6,5
Ásia	Cazaquistão	M	13,5	10,8
	Coreia do Sul	A	20,6	12,0
	Índia	B	9,7	7,3
	Japão	A	7,2	2,3
	Turquia	M	15,9	6,0

Fonte: GEM 2021.

3.1.2. Faixa Etária

Recortando por **faixa etária**, entre os **empreendedores iniciais** de 18 a 24 anos no Brasil, houve queda significativa, assim como nos **empreendedores nascentes**. Já nos **novos empreendedores**, a queda foi bem menor, apontando quase uma estabilidade. Com os **empreendedores estabelecidos**, a tendência de queda brusca se manteve.

Na faixa dos 25 aos 24 anos, observando tanto os cortes de **empreendedores iniciais** quanto os **novos**, o quadro quase se manteve o mesmo: uma queda pequena, o que se pode entender também como uma estabilidade. Entretanto, os **nascentes** e os **estabelecidos** demonstraram um maior apetite para o empreendedorismo, apresentando crescimento nessas duas faixas.

No corte de 35 a 44 anos, houve crescimento tímido em quase todas as etapas, o que indica tendência de movimento estático. A exceção foi a faixa dos **novos empreendedores (NBO)**, que apresentou queda de 14,3% para 12,9%.

Dos 45 aos 54 anos, a leitura é a mesma: uma pequena variação para mais ou para menos, que reflete uma estabilidade na tendência. Dos 55 aos 64 anos, percebe-se uma queda mais relevante em todos os cortes, com exceção dos **empreendedores estabelecidos**, onde houve um crescimento discreto. A **tabela 3.4.** abaixo traz de forma detalhada os números em cada faixa.

Tabela 3.4.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas – Segundo a faixa etária - Brasil – 2020 e 2021

Faixa etária	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
18 a 24 anos	22,9	15,7	11,8	5,3	11,5	10,9	2,4	0,5
25 a 34 anos	28,2	27,9	11,4	14,4	16,8	13,8	4,9	5,8
35 a 44 anos	25,3	25,6	11,3	13,4	14,3	12,9	9,3	12,9
45 a 54 anos	21,2	19,8	7,8	9,7	13,7	10,1	13,3	14,6
55 a 64 anos	16,1	10,0	7,5	4,6	8,6	5,4	15,6	16,7

Fonte: GEM Brasil 2021.

Ao observar os números das 47 economias participantes do GEM em 2021, nota-se que novamente a República Dominicana tem os maiores índices em todas as faixas etárias. Porém, entre todos os países pesquisados, as faixas centrais de 25 a 34 anos e de 35 a 44 anos concentram, na média, a maioria das pessoas que iniciou no empreendedorismo em 2021.

Na leitura de dados do GEM, é necessário destacar esse país, pela sua *performance* que chama a atenção. A República Dominicana apresenta uma discrepante superioridade em todas as faixas de análise, seja por sexo, faixa etária ou educação, bem como nos percentuais (33% menor, 33% central e 33% maior), dentre todos os países. A República Dominicana é a que apresenta números mais altos.

Alguns pontos que ajudam a contextualizar esse desempenho do empreendedorismo no país são: o fato do setor de Serviços e Comércio ser responsável por cerca de 61% do PIB, e este é representado principalmente por pequena e médias empresas, em que o Turismo e as zonas de livre-comércio são segmentos importantes. O Turismo é notoriamente um mercado pulverizado por pequenos empreendimentos, assim como o varejo. Além disso, segundo informações obtidas no próprio *site* da embaixada dominicana, políticas e estratégias de livre mercado - como a eliminação de controles de preços, a liberação do câmbio, a proteção ao investimento local e estrangeiro -, bem como políticas governamentais de caráter social para o apoio às pequenas e médias empresas, criam um ambiente favorável ao empreendedorismo. Some-se a isso a ausência de um parque industrial formado por grandes empresas geradoras de empregos e observa-se uma tendência natural da população em buscar o empreendedorismo como forma de sustento.

Além disso, novamente se destaca a importância do empreendedorismo para a região da América Latina e Caribe, já que em todas as faixas etárias dos empreendedores iniciais (TEA) houve pelo menos dois representantes da região entre os cinco primeiros colocados. A Guatemala figurou na quarta posição entre os empreendedores em quatro faixas etárias: dos 18 até 54 anos. Já o Chile foi o segundo colocado na faixa entre 25 a 34, o terceiro nas faixas entre 35 a 44 anos e entre 45 a 54 anos e o quinto colocado na faixa acima dos 55 anos. O Panamá se destacou em quinto lugar na faixa de 35 a 44 anos e o Uruguai na mesma posição, na faixa entre 45 a 54 anos.

Outro país que chamou a atenção pela posição foi o Sudão, único representante da região da Oriente Médio e África a figurar entre os cinco primeiros colocados em todas as faixas etárias. Foi o segundo colocado nas faixas entre 18 a 24 anos, 35 a 44 anos e 45 a 54 anos; e o terceiro colocado nas faixas entre 25 a 34 anos e 55 a 64 anos.

O Canadá, por sua vez, foi o único integrante da região da Europa e América do Norte, figu-

rando na terceira posição entre os jovens de 18 a 24 anos e na quinta posição entre os jovens de 25 a 34 anos. Aqui cabe uma observação sobre a exitosa atração do país a imigrantes mais jovens, que parece estar conseguindo manter o país aberto ao empreendedorismo, quando comparado a outras nações da mesma região.

E, por fim, o único integrante da região da Ásia a figurar entre os cinco primeiros colocados foi o Cazaquistão, que é o segundo mais empreendedor na faixa entre 55 a 64 anos. É importante destacar que, em todas as faixas etárias, houve economias representantes dos três níveis de renda: baixa, média e alta.

O Brasil figurou na 17ª posição entre os empreendedores mais jovens, com 15,7%. Ficou na sétima posição entre os empreendedores de 25 a 34 anos, com 27,9%; e nessa mesma posição a faixa de 35 a 44 anos, com 25,6%. Na sexta posição entre 45 a 54 anos, com 19,8%. E na 13ª posição na faixa etária mais madura, com 10%.

Já entre os empreendedores estabelecidos (EBO), chamou a atenção o fato de que as faixas de 45 a 54 e 55 a 64 anos foram onde se encontraram as maiores porcentagens. Existem algumas considerações para o maior nível de empreendedorismo estabelecido nessas faixas etárias. A primeira hipótese é que se trata de pessoas com mais experiência de vida e de trabalho, que já empreendem há mais tempo e que, por isso, podem estar conseguindo manter seus negócios funcionando. E a segunda é o desemprego ao redor do mundo entre pessoas nessas faixas etárias, fazendo com que a recolocação no mercado de trabalho se torne mais difícil. Isso alimenta o empreendedorismo não como uma alternativa temporária para gerar renda, mas como um projeto mais duradouro.

Já entre os estabelecidos, a região da Europa e América do Norte figurou em todas as faixas etárias, chamando a atenção por ter três das cinco mais bem posicionadas economias estabelecidas na primeira faixa etária dos 18 a 24 anos, com Grécia (16,2%), Chipre (6%) e Canadá (5,6%). Completaram essa faixa, o líder Cazaquistão, com 18%, e a terceira colocada Turquia, com 8,4%.

Na faixa entre 25 a 34 anos, a situação se inverteu e três economias fazem parte da Ásia. Foram elas: Cazaquistão (15,8%), Turquia (10,1%) e Índia (7,8%). A lista dos cinco mais bem posicionados ficou completa com as duas integrantes da Europa, Grécia (13%) e Letônia (8,9%).

Entre 35 a 44 anos, dois países da América Latina e Caribe se destacaram, entre eles o Brasil na quinta posição, com 12,9%. A Guatemala, em contrapartida, figurou como a líder, com 21%. A lista contou ainda com dois integrantes da Ásia, Coreia do Sul (17,5%) e Turquia (14,4%); e com a única integrante da Europa, Polônia (15,7%).

Entre 45 a 54 anos, houve integrante das quatro regiões. Da primeira à quinta colocação, ficaram:

Coreia do Sul (24,4%), Polônia (22,1%), Guatemala (22%), Irã (17,4%) e Grécia (16,2%).

E entre 55 a 64 anos, a América Latina e Caribe se destacou com três das cinco economias, incluindo o Brasil na quarta posição, com 16,7%. Além do Brasil, figuraram Guatemala (21,6%) e Chile (15,2%). A lista se completou com a líder e única representante da Ásia, Coreia do Sul (22,7%). E com a Grécia, única representante da Europa, com 18,3%.

Em termos de renda, apenas Índia e Irã apareceram como representantes de baixa renda e, ambos, em apenas uma faixa etária: Índia na de 25 a 34 anos; Irã na faixa de 45 a 54 anos. Todas as demais economias que figuraram entre as cinco primeiras posições dos empreendedores estabelecidos são pertencentes à média ou alta renda.

Tabela 3.5.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo a faixa etária - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Renda	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
América Latina e Caribe	Brasil	M	15,7	27,9	25,6	19,8	10,0
	Chile	A	24,7	38,5	33,9	28,5	19,0
	Colômbia	M	15,1	18,0	18,4	14,2	10,2
	Guatemala	M	28,5	33,5	28,8	25,6	13,4
	Panamá	M	21,0	24,7	27,2	18,9	12,4
	República Dominicana	M	37,8	44,6	48,3	44,7	28,8
	Uruguai	A	19,9	31,5	26,4	24,6	9,1
Europa e América do Norte	Alemanha	A	8,3	10,0	9,5	5,2	3,0
	Bielorrússia	M	17,7	17,3	13,8	11,2	9,6
	Canadá	A	30,8	31,6	22,6	11,6	9,0
	Chipre	A	3,7	10,9	11,6	8,5	4,6
	Croácia	A	12,1	22,1	13,4	9,5	5,1
	Eslováquia	A	4,4	10,4	6,0	7,3	2,7
	Eslovênia	A	10,2	13,5	6,2	3,8	2,7
	Espanha	A	2,9	6,8	6,8	6,0	3,8
	Estados Unidos	A	18,9	18,9	20,5	18,3	6,6
	Finlândia	A	6,5	9,6	9,1	8,2	5,6
	França	A	7,5	11,0	10,5	7,0	2,9
	Grécia	A	7,5	6,3	6,0	4,6	3,0
	Hungria	A	9,1	13,3	12,6	9,6	3,9
	Irlanda	A	16,4	16,9	12,4	9,8	7,4
	Itália	A	3,9	11,1	5,3	2,3	2,8
	Letônia	A	25,7	20,3	21,8	9,7	4,0
	Luxemburgo	A	10,5	9,2	8,7	6,6	1,7
	Noruega	A	2,9	1,5	4,9	3,4	2,7
	Países Baixos	A	13,8	16,8	19,6	13,8	7,7
	Polônia	A	0,4	4,3	2,4	1,7	0,2
Reino Unido	A	17,0	15,4	16,0	7,8	8,2	
Romênia	M	7,9	13,2	13,6	7,6	4,1	
Rússia	M	10,3	10,8	10,6	6,8	3,5	
Suécia	A	9,8	8,9	11,2	8,2	7,0	
Suíça	A	8,2	9,2	11,8	11,7	7,2	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	19,3	19,0	14,8	16,7	15,1
	Arábia Saudita	A	15,8	20,7	21,3	18,3	20,2
	Catar	A	12,3	17,2	16,0	15,4	16,2
	Egito	B	10,0	11,4	9,4	6,2	5,1
	Emirados Árabes Unidos	A	17,4	15,7	18,8	14,5	12,2
	Irã	B	9,5	9,0	14,7	2,1	4,3
	Israel	A	4,8	12,7	9,6	10,0	9,5
	Marrocos	B	5,2	7,4	8,2	5,1	3,4
	Omã	A	12,6	17,2	12,6	5,4	5,1
	Sudão	B	31,9	35,2	36,7	35,2	21,3
Ásia	Cazaquistão	M	19,2	22,2	22,0	11,4	23,5
	Coreia do Sul	A	8,3	12,5	14,6	13,9	15,1
	Índia	B	12,8	15,4	14,6	17,9	9,4
	Japão	A	4,4	7,2	7,4	5,6	6,1
	Turquia	M	15,5	17,0	17,3	16,2	10,0

Fonte: GEM 2021.

Tabela 3.6.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo a faixa etária - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Renda	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
América Latina e Caribe	Brasil	M	0,5	5,8	12,9	14,6	16,7
	Chile	A	1,6	3,4	6,8	9,8	15,2
	Colômbia	M	0,6	1,4	2,6	2,7	1,9
	Guatemala	M	3,3	7,6	21,0	22,0	21,6
	Panamá	M	2,4	2,5	3,6	4,5	6,9
	República Dominicana	M	3,2	3,5	5,7	3,7	2,7
	Uruguai	A	--	3,6	3,9	7,3	5,4
Europa e América do Norte	Alemanha	A	1,7	2,9	4,7	6,1	7,3
	Bielorrússia	M	3,2	2,9	7,3	7,7	5,3
	Canadá	A	5,6	6,6	7,8	11,0	8,6
	Chipre	A	6,0	5,1	9,8	11,0	12,1
	Croácia	A	0,7	2,2	4,9	6,4	4,4
	Eslováquia	A	0,5	4,9	10,2	8,6	4,5
	Eslovênia	A	1,9	7,3	10,6	10,4	8,5
	Espanha	A	0,5	2,0	5,0	10,1	14,1
	Estados Unidos	A	3,0	5,4	10,5	10,8	13,3
	Finlândia	A	0,5	3,8	11,1	12,9	13,0
	França	A	--	2,9	4,4	4,5	4,6
	Grécia	A	16,2	13,0	11,3	16,2	18,3
	Hungria	A	--	5,5	9,8	10,6	12,7
	Irlanda	A	3,6	3,5	7,4	8,2	11,6
	Itália	A	0,7	4,6	7,7	3,0	4,8
	Letônia	A	--	8,9	10,9	14,3	9,8
	Luxemburgo	A	0,1	1,9	2,7	8,3	3,5
	Noruega	A	0,6	2,0	4,0	4,8	5,5
	Países Baixos	A	2,4	5,6	5,8	7,5	9,0
	Polônia	A	--	3,2	15,7	22,1	8,8
Reino Unido	A	0,9	1,9	5,6	6,5	10,3	
Romênia	M	0,5	3,7	4,1	6,6	3,5	
Rússia	M	2,4	1,5	5,3	6,1	1,6	
Suécia	A	0,5	1,6	4,1	5,8	8,5	
Suíça	A	1,0	3,1	6,6	10,2	11,7	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	2,7	4,6	6,5	7,4	7,2
	Arábia Saudita	A	2,7	4,9	6,4	6,5	5,5
	Catar	A	2,3	4,8	7,5	9,8	10,6
	Egito	B	2,9	2,4	4,5	5,6	4,0
	Emirados Árabes Unidos	A	2,2	4,3	6,8	15,2	13,3
	Irã	B	2,2	4,7	12,2	17,4	9,6
	Israel	A	0,3	1,9	5,2	5,4	3,7
	Marrocos	B	2,4	3,8	6,7	8,7	6,0
	Omã	A	1,1	3,0	3,4	4,9	4,4
	Sudão	B	3,1	7,4	11,4	12,7	13,1
Ásia	Cazaquistão	M	18,0	15,8	10,3	9,1	6,8
	Coreia do Sul	A	1,2	6,4	17,5	24,4	22,7
	Índia	B	2,1	7,8	12,6	10,1	13,6
	Japão	A	--	1,4	4,4	8,4	6,4
	Turquia	M	8,4	10,1	14,4	13,0	9,2

Fonte: GEM 2021.

3.1.3. Escolaridade

Assim como nos recortes anteriores, em relação à **escolaridade**, houve uma discreta queda entre os empreendedores brasileiros com Fundamental incompleto, exceto entre os **nascentes (NEA)**. A mesma tendência de queda se deu na faixa de empreendedores com Fundamental

completo e Médio completo, exceto na faixa dos **estabelecidos (EBO)**, que passou de 7,7% para 14,3% e 7,8% para 8,3%, respectivamente. Já olhando para os empreendedores com Superior completo, houve crescimento em todas as faixas.

Tabela 3.7.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas – Segundo a escolaridade - Brasil – 2020:2021

Escolaridade	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Fundamental incompleto	18,5	16,1	8,6	10,2	9,9	5,9	13,4	11,3
Fundamental completo	23,2	18,0	12,7	9,0	10,8	9,6	7,7	14,3
Médio completo	25,1	20,6	10,4	9,9	14,7	10,9	7,8	8,3
Superior completo ou maior	22,4	26,5	8,9	11,7	14,0	15,3	8,6	9,8

Fonte: GEM Brasil 2021.

Com relação à escolaridade, entende-se: 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.

As tabelas a seguir mostram a variação para os empreendedores iniciais (TEA) entre os 47 países participantes do estudo GEM 2021, considerando as seguintes divisões: **Alguma educação, Secundário completo e Pós-secundário**. No Brasil, a coluna de educação Pós-secundário apresenta maior incidência do que as anteriores. Essa distribuição, embora não seja uma regra, repete-se entre 27 das 47 economias pesquisadas, incluindo países como Sudão (35%), Guatemala (33,7%), Chile (31,1%), Panamá (23,5%), Canadá (20,7%), Cazaquistão (20,1%), Países Baixos (17,9%), Índia (17,3%) e Catar (16,5%). O Brasil figura em quarto lugar entre as economias que mais empreendem com indivíduos com maior escolaridade, com 25,8%.

Enquanto isso, em países como os Estados Unidos (23,9%), Arábia Saudita (23,3%), Bielorrússia (22%), Colômbia (16,1%), Suécia (15,1%), Coreia do Sul (13,9%) e Japão (10,7%), a maior concentração de empreendedorismo inicial foi encontrada na faixa da população com **alguma educação**, a mais baixa escolaridade incluída no estudo.

E, por fim, nove países apresentaram predominância de empreendedores com **Secundário completo**, incluindo República Dominicana (44,7%), Uruguai (28%), Israel (20,2%), Emirados Árabes Unidos (19,1%) e África do Sul (18,5%) nessa faixa de escolaridade.

Em relação ao empreendedorismo estabelecido (EBO), mais uma vez, a coluna de educação **Pós-secundário** apresenta, em média, números mais altos que as anteriores dos 31 países de renda alta da amostra, 22 apresentaram taxas mais altas de empreendedorismo entre a população com ensino **Pós-secundário**. Em cinco países de renda alta, as maiores taxas são verificadas entre a população classificada como “com alguma educação” (Chile, Estados Unidos, Canadá, Arábia Saudita e Japão).

Estados Unidos (15,6%), Grécia (15,2%) e Guatemala (14,1%) apareceram, respectivamente, em primeiro, segundo e terceiro lugares, comparados com todos os países da pesquisa, com as porcentagens mais altas na faixa de **Alguma educação**. Coreia do Sul (13,9%) e Brasil (12,9%) vêm logo atrás na quarta e quinta posição, respectivamente.

No Brasil, o segmento de empreendedores classificados **Com alguma educação** não só apresentou, uma vez mais, um percentual maior do que nas outras faixas como teve crescimento em relação ao ano anterior (12,9% contra 10,3%

de 2020). O único país de renda média a apresentar concentração de empreendedores na faixa de pessoas com **Pós-secundário** foi o Panamá.

Entre os países de renda baixa da amostra de 2021, predominam os empreendedores com **Secundário completo**, sendo o Irã o país que apresenta a segunda maior taxa no segmento (14,8%), atrás apenas da Coreia do Sul (com 16,2 e considerada um país de alta renda). A Índia foi novamente o único país de baixa renda a apresentar maior concentração de empreendedores estabelecidos na faixa de pessoas com **Pós-secundário**.

Tabela 3.8.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo o nível de escolaridade - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário
América Latina e Caribe	Brasil	M	17,1	20,6	25,8
	Chile	A	23,5	28,6	31,1
	Colômbia	M	16,1	13,3	16,0
	Guatemala	M	23,5	33,3	33,7
	Panamá	M	16,9	20,0	23,5
	República Dominicana	M	35,8	44,7	43,9
	Uruguai	A	19,6	28,0	24,9
Europa e América do Norte	Alemanha	A	5,2	5,6	8,5
	Bielorrússia	M	22,0	9,3	15,7
	Canadá	A	15,2	18,9	20,7
	Chipre	A	2,0	5,8	8,7
	Croácia	A	3,7	10,2	14,4
	Eslováquia	A	4,2	7,3	11,7
	Eslovênia	A	2,6	6,7	7,7
	Espanha	A	3,0	4,2	6,8
	Estados Unidos	A	23,9	18,1	16,9
	Finlândia	A	2,7	8,2	8,4
	França	A	3,7	5,4	9,2
	Grécia	A	6,7	3,2	5,3
	Hungria	A	7,9	10,9	8,5
	Irlanda	A	6,5	9,9	13,7
	Itália	A	1,3	5,2	9,7
	Letônia	A	--	12,5	12,4
	Luxemburgo	A	1,7	2,7	8,3
	Noruega	A	4,7	3,5	3,7
	Países Baixos	A	11,2	13,3	17,9
	Polônia	A	2,5	1,5	1,3
	Reino Unido	A	9,4	13,2	12,3
Romênia	M	9,2	5,7	7,8	
Rússia	M	2,3	8,3	8,7	
Suécia	A	15,1	8,4	9,4	
Suíça	A	6,1	6,5	11,6	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	15,4	18,5	16,7
	Arábia Saudita	A	23,3	21,6	18,5
	Catar	A	12,8	--	16,5
	Egito	B	8,4	7,8	12,3
	Emirados Árabes Unidos	A	9,4	19,1	14,8
	Irã	B	6,0	8,0	9,4
	Israel	A	--	20,2	7,7
	Marrocos	B	6,3	7,5	5,2
	Omã	A	6,9	13,1	14,2
Sudão	B	32,5	22,7	35,0	
Ásia	Cazaquistão	M	--	17,7	20,1
	Coreia do Sul	A	13,9	11,6	13,8
	Índia	B	5,5	10,9	17,3
	Japão	A	10,7	7,4	5,5
	Turquia	M	14,0	13,5	15,0

Fonte: GEM 2021.

Tabela 3.9.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo o nível de escolaridade - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário
América Latina e Caribe	Brasil	M	12,9	8,3	10,3
	Chile	A	8,4	5,1	7,2
	Colômbia	M	2,1	1,0	1,8
	Guatemala	M	14,1	11,0	12,4
	Panamá	M	4,0	3,1	4,3
	República Dominicana	M	5,2	2,5	3,5
	Uruguai	A	3,0	4,7	7,2
Europa e América do Norte	Alemanha	A	2,8	4,4	6,1
	Bielorrússia	M	--	5,9	5,0
	Canadá	A	9,9	7,3	7,5
	Chipre	A	7,7	6,8	9,1
	Croácia	A	--	3,7	4,6
	Eslováquia	A	6,0	6,7	6,3
	Eslovênia	A	6,0	7,8	10,5
	Espanha	A	6,9	6,9	7,7
	Estados Unidos	A	15,6	7,6	7,6
	Finlândia	A	7,5	8,3	9,8
	França	A	3,0	3,2	4,3
	Grécia	A	15,2	10,0	15,7
	Hungria	A	6,2	7,7	11,5
	Irlanda	A	6,5	5,8	7,7
	Itália	A	1,8	6,0	5,5
	Letônia	A	--	7,6	8,9
	Luxemburgo	A	2,3	1,3	5,9
	Noruega	A	1,8	3,2	3,6
	Países Baixos	A	6,4	5,4	6,7
	Polônia	A	8,7	11,3	8,0
	Reino Unido	A	2,8	4,5	5,9
	Romênia	M	2,4	5,0	3,9
	Rússia	M		3,9	3,6
Suécia	A	2,3	3,2	5,1	
Suíça	A	--	3,9	8,8	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	5,5	5,4	4,6
	Arábia Saudita	A	7,7	6,3	5,1
	Catar	A	4,9	--	6,4
	Egito	B	2,9	5,2	3,7
	Emirados Árabes Unidos	A	3,7	5,5	5,9
	Irã	B	9,0	14,8	4,5
	Israel	A	--	--	3,2
	Marrocos	B	7,5	4,3	2,8
	Omã	A	2,2	4,4	2,4
	Sudão	B	7,9	12,4	6,9
Ásia	Cazaquistão	M	--	13,9	10,2
	Coreia do Sul	A	13,9	16,2	16,6
	Índia	B	4,6	7,7	9,4
	Japão	A	8,8	4,8	4,9
	Turquia	M	9,1	10,9	8,7

Fonte: GEM 2021.

3.1.4. Renda familiar

Este foi um tópico que chamou a atenção pelo crescimento no Brasil em quase todas as categorias de empreendedores com renda até um salário-mínimo, exceto para **nascentes (NEA)**. Houve também um aumento surpreendente em famílias com mais de seis salários, onde houve crescimento expressivo entre **iniciais e nascentes**, mas principalmente nessa última.

Na faixa entre dois a três salários-mínimos houve queda, se considerarmos a média geral, a exceção de um tímido crescimento entre os **empreendedores estabelecidos**. E dentre os que possuíram renda entre três a seis salários-mínimos, houve uma queda mais acentuada entre os **iniciais** e os **novos empreendedores**, de 8 pontos em cada faixa. Em contrapartida, houve um tímido crescimento nas demais duas faixas, de menos de 1% tanto para **nascentes**, quanto para **estabelecidos**.

Tabela 3.10.: Taxas específicas (%) dos empreendedores segundo as características sociodemográficas – Segundo a renda familiar – Brasil – 2020 e 2021

Renda familiar	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Até 1 salário-mínimo	18,5	23,1	12,4	11,4	6,1	13,1	4,7	10,8
Mais de 1 até 2 salários-mínimos	20,1	15,6	9,1	7,3	11,0	8,3	7,5	6,9
Mais de 2 até 3 salários-mínimos	29,1	21,5	14,9	12,2	14,3	9,6	6,2	7,1
Mais de 3 até 6 salários-mínimos	30,1	22,1	10,4	11,3	19,9	11,3	9,8	9,6
Mais de 6 salários-mínimos	26,4	30,6	7,1	15,6	20,0	15,5	15,9	15,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

Os dados indicam que um alto índice de empreendedorismo inicial (TEA) pode surgir tanto em países que detêm nível de **Renda Alta**, como Chile, Uruguai, Estados Unidos, Letônia, Arábia Saudita e Emirados Árabes, quanto em países de renda classificada como **Média**, como República Dominicana, Chile, Guatemala, Brasil, Panamá, África de Sul e Turquia. Entretanto, considerando que países classificados como de **Renda Alta** também apresentam baixos índices de empreendedorismo, pode-se entender que a decisão por empreender pressupõe mais do que simplesmente renda. Há questões adicionais que levam os indivíduos a optar por empreender, como a necessidade de gerar renda para a sua subsistência e de suas famílias, bem como a mentalidade e valorização do empreendedorismo dentro da sociedade onde crescem e vivem.

Entre os países com economia classificada como **Baixa**, o Sudão foi o grande destaque, apresentando um alto índice de empreendedorismo em ambos os sexos. Além dele, a Índia também apresentou índices compatíveis com países classificados como **Renda Alta**.

A alta taxa de empreendedorismo no Sudão pode ser explicada pela conjuntura política e econômica do país, que, após sair de uma guerra civil que durou de 1983 até 2005, assistiu em outubro de 2021 um novo golpe militar, que reabriu turbulências no país. Além das tensões políticas, a economia do Sudão – terceiro maior país da África em território – está em crise, com alta inflação e escassez de alimentos, combustíveis e medicamentos há vários anos.

A economia do Sudão tem forte base primária, sendo a agricultura a principal indústria empregadora (algodão), e a população dispõe de baixa qualidade de vida. Segundo o Banco Africano de Desenvolvimento, a pobreza passou de 55,4% em 2020 para 55,9% em 2021 e o desemprego permaneceu elevado em 18%, em parte devido à covid-19. O país enfrenta diversas dificuldades em relação à sua infraestrutura básica, e a economia informal do Sudão é estimada em 35,5% (dados do World Economics). Nesse cenário, o empreendedorismo surge como uma alternativa de subsistência.

Considerando os empreendedores estabelecidos, as faixas de renda não apresentaram uma tendência uniforme. Há discrepâncias entre as três faixas de renda: **Alta, Média e Baixa** em todas as regiões e países participantes, não ficando clara uma tendência em relação a esses recortes. Pois, há países de **Baixa, Média e Alta** renda com números percentuais altos, médios e baixos, sem distinção. Essa falta de uma macrotendência dos recortes reforça a ideia, já mencionada na análise do TEA, de que há questões adicionais que levam os indivíduos a optar por empreender (necessidade de gerar renda de subsistência, a cultura e mentalidade da sociedade favoráveis ao empreendedorismo).

Para comparar entre países o nível de empreendedorismo em função da renda familiar, o GEM internacional usa três percentuais de renda: **33% menor, 33% central e 33% maior**, estabelecidos em função da distribuição de renda de cada país. Olhando para os dados de empreendedorismo inicial (TEA), segundo

os percentuais de renda familiar obtidos em 2021, é possível notar que as maiores taxas de empreendedorismo seguem concentradas nos 33% de maior renda nos países de renda alta (isso ocorre em 38 dos 47 países da amostra). Esse fato mantém a percepção previamente reportada em 2020, de que o acesso a uma maior disponibilidade de capital é um fator estimulador para a criação de novos negócios.

Mas, assim como em 2020, houve exceções a essa premissa tanto entre países de renda alta quanto nos de renda considerada média e baixa. No caso do estudo promovido em 2021, entre países de renda alta: Reino Unido, Polônia, Alemanha, Canadá, Irlanda, Arábia Saudita e Japão, apresentaram os maiores percentuais de TEA na faixa dos 33% de menor renda.

Também entre os países de renda média e baixa, predomina o maior percentual de TEA para os 33% de maior renda, incluindo o Brasil. As exceções são Bielorrússia e África do Sul. O Brasil apresentou a 12ª maior entre os empreendedores com menor renda familiar e a sexta colocação entre os empreendedores com maior renda familiar.

No corte do **empreendedorismo estabelecido**, o quadro comparado ao quadro anterior (TEA), há uma notável queda em todos os recortes: Nível de renda, Sexo, Idade, Escolaridade e Percentuais (33% menor, 33% central e 33% maior). Isso pode sinalizar que muitos que empreenderam durante 2020, primeiro ano da pandemia, podem ter retornado ao mercado formal de emprego, à medida que a economia voltou a crescer, repondo postos de trabalho que foram cortados no ano anterior.

Tabela 3.11.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial (TEA) segundo percentuais de renda familiar - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	33% menor	33% central	33% maior
América Latina e Caribe	Brasil	M	15,4	20,5	27,8
	Chile	A	26,5	30,9	32,9
	Colômbia	M	10,6	15,4	17,9
	Guatemala	M	23,3	30,9	34,3
	Panamá	M	22,7	18,5	24,0
	República Dominicana	M	35,7	45,3	44,1
	Uruguai	A	20,5	24,2	30,5
Europa e América do Norte	Alemanha	A	8,2	6,2	7,9
	Bielorrússia	M	14,1	10,3	13,9
	Canadá	A	22,2	23,2	19,3
	Chipre	A	5,2	13,8	9,4
	Croácia	A	9,0	10,8	16,3
	Eslováquia	A	2,9	4,3	7,2
	Eslovênia	A	5,0	7,4	6,6
	Espanha	A	5,7	5,3	7,9
	Estados Unidos	A	16,2	18,2	17,6
	Finlândia	A	7,0	7,0	9,4
	França	A	6,5	7,3	10,4
	Grécia	A	5,0	6,3	6,1
	Hungria	A	5,5	9,6	10,5
	Irlanda	A	12,6	13,8	11,7
	Itália	A	3,8	4,7	7,9
	Letônia	A	3,9	14,5	19,7
	Luxemburgo	A	6,0	8,6	7,8
	Noruega	A	3,7	2,0	5,7
	Países Baixos	A	11,7	13,4	20,3
	Polônia	A	2,4	1,3	1,6
	Reino Unido	A	12,7	14,2	11,3
	Romênia	M	3,9	9,3	15,6
Rússia	M	4,4	6,1	13,0	
Suécia	A	7,7	7,2	11,2	
Suíça	A	8,7	9,4	10,9	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	18,9	19,2	15,7
	Arábia Saudita	A	21,7	16,2	21,0
	Catar	A	10,5	16,8	18,8
	Egito	B	7,6	9,1	14,7
	Emirados Árabes Unidos	A	12,1	18,6	19,9
	Irã	B	8,8	17,6	--
	Israel	A	10,4	8,1	10,8
	Marrocos	B	4,2	5,6	7,9
	Omã	A	13,8	13,3	16,2
	Sudão	B	28,6	43,2	38,4
Ásia	Cazaquistão	M	17,3	19,2	20,8
	Coreia do Sul	A	10,8	12,4	17,0
	Índia	B	10,1	10,6	21,9
	Japão	A	7,9	6,3	6,5
	Turquia	M	10,8	13,1	17,3

Fonte: GEM 2021.

Tabela 3.12.: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo estabelecido (EBO) segundo percentuais de renda familiar - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	33% menor	33% central	33% maior
América Latina e Caribe	Brasil	M	6,5	8,3	12,4
	Chile	A	2,3	6,8	10,9
	Colômbia	M	1,3	0,9	3,1
	Guatemala	M	8,6	14,7	15,4
	Panamá	M	2,8	2,6	5,6
	República Dominicana	M	2,2	3,6	4,8
	Uruguai	A	2,4	7,5	6,7
Europa e América do Norte	Alemanha	A	3,3	4,9	6,4
	Bielorrússia	M	4,0	3,9	7,9
	Canadá	A	5,8	9,0	10,1
	Chipre	A	10,3	11,5	9,9
	Croácia	A	2,2	2,6	5,4
	Eslováquia	A	1,0	5,1	12,7
	Eslovênia	A	5,2	7,6	9,9
	Espanha	A	5,6	6,9	9,6
	Estados Unidos	A	4,3	9,4	12,0
	Finlândia	A	5,8	9,7	12,4
	França	A	2,4	4,0	4,3
	Grécia	A	12,1	15,5	18,8
	Hungria	A	1,6	4,7	10,6
	Irlanda	A	4,1	8,6	9,7
	Itália	A	2,0	3,6	9,5
	Letônia	A	5,7	8,9	13,0
	Luxemburgo	A	2,1	5,2	3,9
	Noruega	A	1,5	2,5	11,1
	Países Baixos	A	4,4	6,9	11,1
	Polônia	A	9,7	10,6	11,2
	Reino Unido	A	4,4	4,3	7,3
Romênia	M	2,6	4,1	4,7	
Rússia	M	1,5	2,8	6,0	
Suécia	A	3,1	3,8	5,4	
Suíça	A	4,0	6,1	9,4	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	4,7	4,3	5,9
	Arábia Saudita	A	3,8	4,6	7,2
	Catar	A	4,2	3,8	7,9
	Egito	B	1,6	4,4	6,7
	Emirados Árabes Unidos	A	4,8	6,5	8,6
	Irã	B	8,2	8,9	--
	Israel	A	2,4	2,9	5,1
	Marrocos	B	4,5	5,0	5,9
	Omã	A	0,4	3,1	3,4
	Sudão	B	9,8	5,4	7,5
Ásia	Cazaquistão	M	12,3	10,0	12,3
	Coreia do Sul	A	15,0	15,0	19,2
	Índia	B	2,1	8,4	13,3
	Japão	A	4,1	4,6	8,0
	Turquia	M	4,7	8,3	15,5

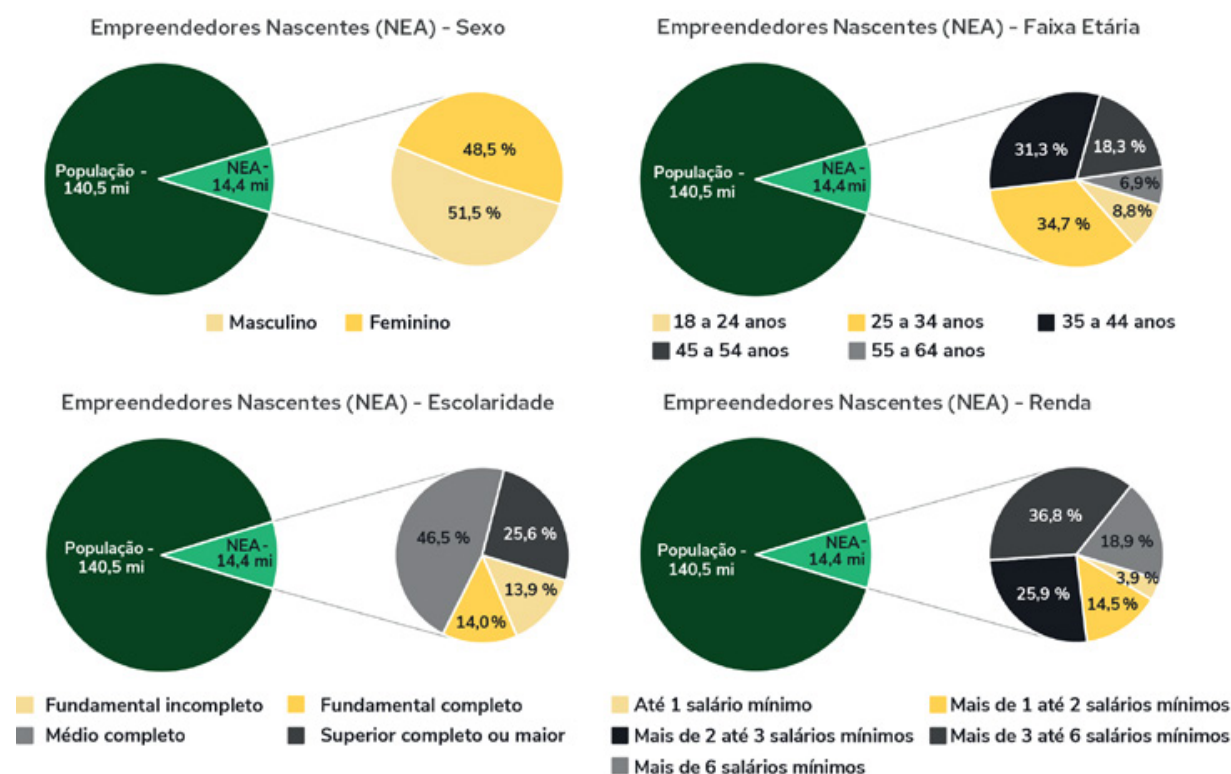
Fonte: GEM 2021.

3.2. Retrato Percentual do Empreendedor Brasileiro

Após observar os números compreendidos em cada um dos quatro recortes anteriores, a etapa a seguir tem como objetivo apresentar os retratos dos empreendedores em porcentagem. De 2020 para 2021, não houve intercambialidade entre os percentuais do empreendedorismo brasileiro, nem entre as faixas de classificação – iniciais, nascentes, novos e estabelecidos – nem entre as características sociodemográficas.

Os **empreendedores nascentes (NEA)** dividiram-se praticamente em partes iguais entre homens e mulheres, nas faixas etárias compreendidas entre 25 e 44 anos; com Ensino Médio completo e grande parcela com Ensino Superior; e pertencentes a famílias com renda entre dois e seis salários-mínimos (**figura 3.1.**).

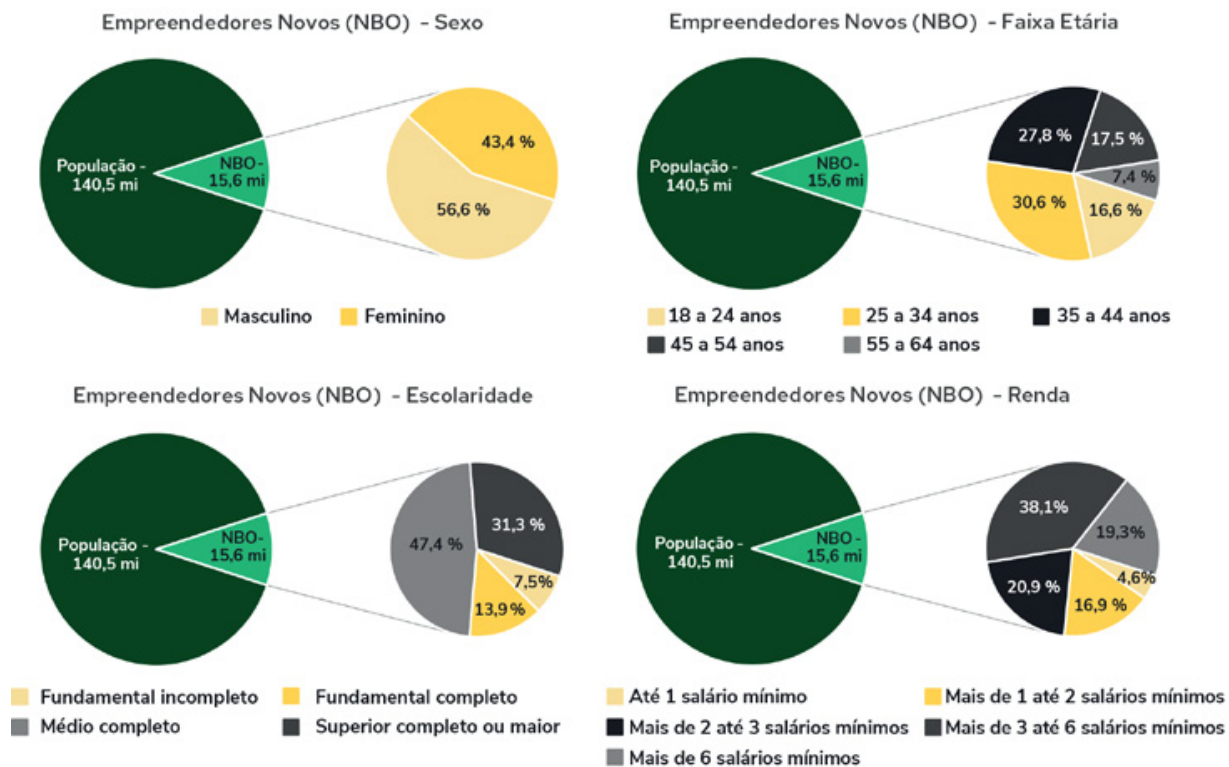
Figura 3.1.: Perfil e estimativas do contingente de empreendedores nascentes - Brasil - 2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

Os **empreendedores novos (NBO)** foram principalmente homens, nas faixas etárias compreendidas entre 25 e 44 anos, com Ensino Médio completo e pertencentes a famílias com renda entre dois e seis salários-mínimos (**figura 3.2.**).

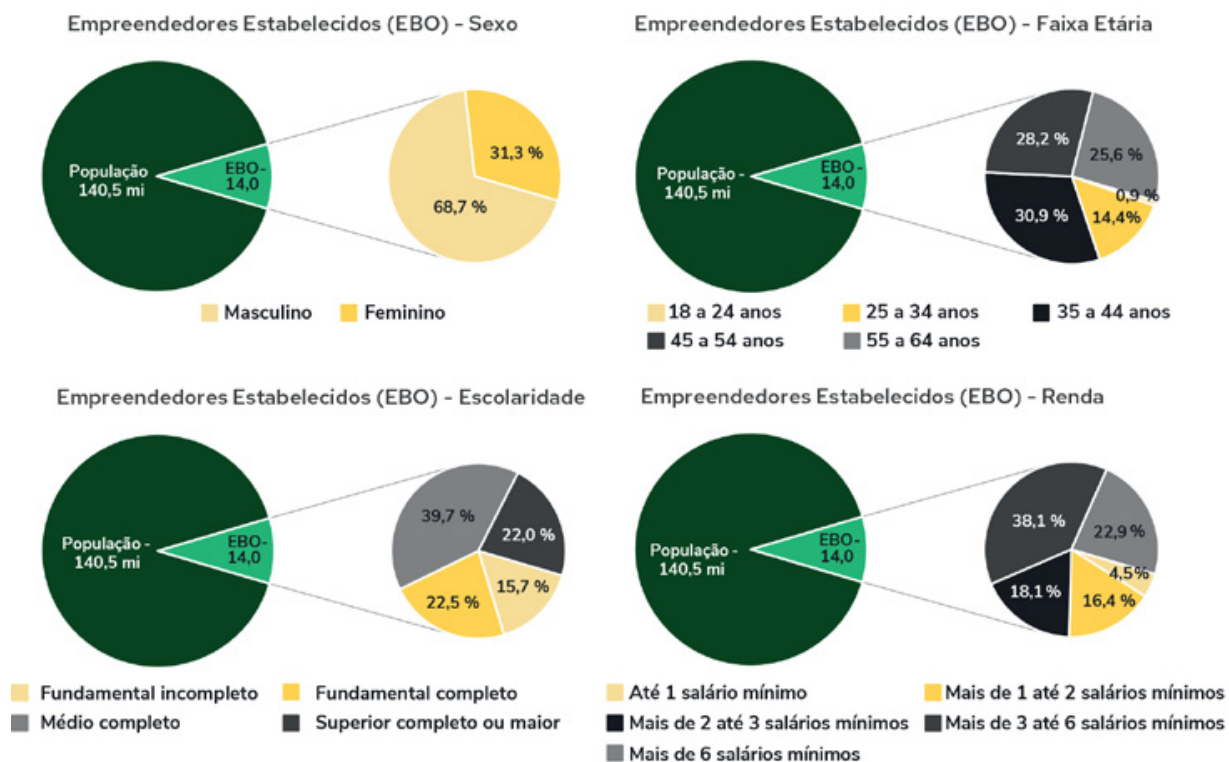
Figura 3.2.: Perfil e estimativas do contingente de empreendedores novos - Brasil - 2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

E, por fim, os **empreendedores estabelecidos (EBO)** foram, na maioria, homens, entre 35 e 54 anos, com um nível de escolaridade proporcionalmente menor do que os nascentes, novos e iniciais e pertencentes a famílias com renda proporcionalmente maior do que a dos nascentes, novos e iniciais (**figura 3.3.**).

Figura 3.3.: Perfil e estimativas do contingente de empreendedores estabelecidos - Brasil - 2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

3.2.1. Sexo

No quesito sexo, os homens continuam com a maior porcentagem em aproximadamente dez pontos nas categorias novos empreendedores e iniciais e até mais quando se olha para os estabelecidos. Entretanto, observa-se uma mudança nos **empreendedores nascentes**, já que

a diferença entre homens e mulheres caiu para 3%. Essa faixa também mostra uma inversão de tendência, já que, em 2020, as mulheres eram responsáveis pela maior parte dos negócios nascentes e, em 2021, marcaram 48,5%, contra 51,5% dos homens.

Tabela 3.13.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, segundo o sexo - Brasil - 2020:2021

Sexo	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Masculino	54,1	54,4	44,5	51,5	62,0	56,6	68,7	68,7
Feminino	45,9	45,6	55,5	48,5	38,0	43,4	31,3	31,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.2.2. Faixa Etária

Em relação à faixa etária, houve queda acentuada no número de empreendedores compreendidos na faixa entre 18 a 24 anos e entre aqueles na faixa entre 55 a 64 anos. Já na faixa de empreendedores entre 25 a 34 anos e entre 35 a 44 anos houve um aumento em todas as faixas de

classificação - iniciais, nascentes, **novos e estabelecidos**. Na faixa entre 45 a 54 anos, houve um aumento entre os iniciais e nascentes e queda entre novos e estabelecidos, mas mantendo um leve crescimento geral quando se compara com o resultado de 2020.

Tabela 3.14.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, segundo a faixa etária - Brasil - 2020:2021

Faixa Etária	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
18 a 24 anos	17,8	12,6	21,2	8,8	15,5	16,6	5,1	0,9
25 a 34 anos	29,4	32,8	27,3	34,7	30,5	30,6	13,8	14,4
35 a 44 anos	25,6	29,1	26,4	31,3	25,2	27,8	25,7	30,9
45 a 54 anos	17,0	18,2	14,3	18,3	19,2	17,5	28,8	28,2
55 a 64 anos	10,1	7,3	10,8	6,9	9,5	7,4	26,6	25,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.2.3. Escolaridade

As porcentagens mostraram um pequeno aumento entre os empreendedores iniciais e maiores nos empreendedores nascentes com Ensino Fundamental incompleto, o que não aconteceu na faixa dos novos e dos estabelecidos, na qual se observou queda significativa em comparação com os percentuais apresentados em 2020.

Observando-se os empreendedores com Ensino Fundamental completo, notou-se um pequeno declínio entre os empreendedores iniciais e um maior entre os nascentes. Já na faixa dos novos houve crescimento e um notável aumento quando

se olha para os empreendedores estabelecidos, com exatos 10 pontos de crescimento.

Na linha dos empreendedores com Ensino Médio completo percebeu-se uma queda em todas as faixas de classificação de empreendedores. Quando analisada a linha de empreendedores com Superior completo ou maior, o cenário se repetiu: um movimento de aumento no ano de 2021, comparado com o anterior entre os iniciais, nascentes e novos empreendedores, mas uma queda nos estabelecidos.

Tabela 3.15.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, de acordo com a escolaridade - Brasil - 2020:2021

Escolaridade	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Fundamental incompleto	9,7	10,7	10,4	13,9	9,0	7,5	18,9	15,7
Fundamental completo	14,1	13,6	17,8	14,0	11,4	13,9	12,5	22,5
Médio completo	51,9	47,1	49,4	46,5	52,9	47,4	43,5	39,7
Superior completo ou maior	24,4	28,5	22,4	25,6	26,6	31,3	25,1	22,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.2.4. Renda Familiar

A queda muito forte entre os empreendedores com renda familiar de até um salário-mínimo foi o que chamou especial atenção de 2020 para 2021. Em compensação, percebe-se nítido aumento nas faixas que compreendem de dois até seis

salários-mínimos. Pode-se entender que houve um ou mais fatores que inibiram a iniciativa de empreender na classe mais baixa e uma mudança no ambiente que deixou aparentemente bem mais favorável o empreendedorismo nas outras faixas.

Tabela 3.16.: Distribuição percentual dos empreendedores segundo as características sociodemográficas, de acordo com a renda familiar - Brasil - 2020:2021

Renda familiar	Iniciais (TEA)		Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Até 1 salário-mínimo	17,0	4,1	24,6	3,9	9,2	4,6	11,5	4,5
Mais de 1 até 2 salários-mínimos	20,3	16,0	19,8	14,5	18,3	16,9	20,4	16,4
Mais de 2 até 3 salários-mínimos	18,9	23,6	20,9	25,9	15,2	20,9	10,9	18,1
Mais de 3 até 6 salários-mínimos	32,7	37,2	24,5	36,8	35,6	38,1	28,8	38,1
Mais de 6 salários-mínimos	11,0	19,2	10,1	18,9	21,8	19,3	28,4	22,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.3. Ocupação Paralela dos Empreendedores Brasileiros por Estágio

Para melhor compreender a situação de trabalho dos empreendedores, o GEM mapeia se esses possuem alguma ocupação paralela à atividade empreendedora.

Os dados apresentados na tabela sobre a distribuição percentual da ocupação paralela dos empreendedores por estágio no Brasil foram separados em **Empregados, Aposentados, Inválidos, Desempregados (e procurando emprego), Dona de casa em período integral, Estudantes** e aqueles que alegaram **Nenhuma Outra Ocupação**. Desta vez, os recortes foram de empreendedores nascentes, novos e estabelecidos, excluindo-se os iniciais.

Em 2021, 42,9% dos empreendedores brasileiros nascentes não tinham ocupação paralela ao próprio negócio. Esse percentual foi de 57,1% entre os novos e de 83,6% entre os estabelecidos, mostrando inclusive um crescimento substancial nessa faixa em relação ao mesmo dado reportado em 2020, quando o país obteve 66,8%. Isso aponta que, à medida que o negócio amadurece, aumenta a dedicação exclusiva dos empreendedores ao empreendimento.

Entre aqueles que se declaram empregados, a taxa de nascentes se mostrou bem maior que a de novos, em quase 12 pontos e oito vezes maior

em relação aos estabelecidos. Tal fato sugere que, nessa fase, o empreendedorismo parece ser ou uma forma de complementação de renda, pois o percentual daqueles que se declaram empregados (28,1%) é muito expressivo quando comparado com o dos estabelecidos (3,5%), ou uma alternativa de sustento enquanto o negócio se encontra nos estágios iniciais e ainda não possui retorno financeiro significativo.

Na linha dos aposentados a relação se inverte, tendo maior percentual entre os estabelecidos, que apresentou uma taxa que superou a de novos em pouco mais de três vezes e foi 4,5 vezes maior que a dos nascentes.

Curiosamente os que se declararam desempregados não foram os que mais empreenderam, considerando novos, nascentes ou estabelecidos, quando comparados com o grupo dos empregados.

Os que se declararam sem nenhuma outra ocupação paralela ao empreendedorismo apresentaram os percentuais mais altos levantados pelo estudo. Essa dominância é tão evidente que, apenas entre os empreendedores nascentes (NEA), a soma de todas as demais categorias (57,1%) supera o percentual daqueles que declaram não possuir nenhuma outra ocupação (42,9%).

Tabela 3.17.: Distribuição percentual da ocupação paralela dos empreendedores por estágio – Brasil – 2021

Ocupação paralela	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Estabelecidos (EBO)
Empregado	28,1	16,5	3,5
Aposentado	1,0	1,4	4,5
Inválido	1,4	0,8	1,0
Desempregado (e procurando emprego)	15,3	10,3	2,4
Dona de casa em período integral	--	--	--
Estudante	11,3	13,9	4,9
Nenhuma outra ocupação	42,9	57,1	83,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.4. Motivações para Começar um Novo Negócio de Acordo com as Características Socioeconômicas

A proposta, nessa seção do estudo do GEM, foi identificar a motivação que leva os brasileiros a iniciar no empreendedorismo (TEA): oportunidade ou necessidade, levando em consideração as características socioeconômicas.

Entre os empregados, a oportunidade (58,2%) foi uma motivação maior do que a necessidade (39,7%). Já o ato de empreender por necessidade foi maior entre os desempregados (63,4%, contra 34,6% daqueles cuja motivação predominante foi a oportunidade). Entretanto, o número de

desempregados empreendendo por necessidade em 2021 caiu em comparação com 2020 (quando a taxa atingiu 81,9% dos desempregados). Isso pode ser resultado da recuperação do mercado de trabalho formal, que iniciou uma lenta recuperação ao longo de 2021.

Entre os estudantes, o percentual de empreendedorismo por necessidade (52,6%) predominou sobre aqueles que o fizeram por oportunidade (47,4%), mas em uma distribuição mais equilibrada do que a encontrada nas outras ocupações.

Tabela 3.18.: Distribuição percentual¹ dos empreendedores iniciais (TEA) por ocupação², segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil – 2021

Ocupação	Oportunidade	Necessidade
Empregado	58,2	39,7
Desempregado (e procurando emprego)	34,6	63,4
Estudante	47,4	52,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ A soma pode não atingir 100%, pois em alguns empreendimentos não foi possível distinguir a motivação para empreender.

² Os empreendedores podem exercer outra ocupação, além de ter um negócio próprio. Um exemplo disso acontece quando a pessoa continua como funcionária em uma empresa e em paralelo desenvolve um negócio.

3.4.1. Sexo

Considerando o sexo dos pesquisados, entre os homens a oportunidade foi a motivação predominante (53,7%) e entre as mulheres a necessidade fez-se a maior força motivadora (55,1%).

Tabela 3.19.: Distribuição percentual¹ dos empreendedores iniciais (TEA) por sexo, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil – 2021

Sexo	Oportunidade	Necessidade
Masculino	53,7	43,6
Feminino	42,8	55,1

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ A soma pode não atingir 100%, pois em alguns empreendimentos não foi possível distinguir a motivação para empreender.

3.4.2. Faixa Etária

A oportunidade norteou a decisão de empreender nas três primeiras faixas etárias da pesquisa (que compreenderam empreendedores a partir de 18 e até 44 anos). Mas na faixa entre 25 a 34 anos a diferença entre aqueles que empreenderam por oportunidade (54,9%) contra aqueles que o fizeram por necessidade (43,7%) foi maior.

Na faixa entre 35 a 44 anos, a oportunidade seguiu sendo a principal motivação (49,6%), mas a diferença percentual em relação ao grupo que empreendeu por necessidade (48,7%) foi menor. Os percentuais apresentaram maior equilíbrio entre os dois grupos.

A tendência se inverteu quando observados os brasileiros de 45 a 54 anos, faixa em que a maioria declarou iniciar no empreendedorismo por necessidade (57,3%) em relação àqueles que o fizeram por oportunidade (41,4%). Mas foi na faixa entre 55 a 64 anos que o empreendedorismo pela motivação da necessidade (60,4%) foi substancialmente maior do que aquele gerado pela oportunidade (29,1%). A necessidade como principal motor motivacional para essa faixa etária pode ser tanto por conta de uma maior dificuldade de recolocação no mercado formal de trabalho, para esse público, como também uma forma de obtenção de renda extra para suplementar aposentadorias insuficientes.

Tabela 3.20.: Distribuição percentual¹ dos empreendedores iniciais (TEA) por faixa etária, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil – 2021

Faixa etária	Oportunidade	Necessidade
18 a 24 anos	52,0	44,6
25 a 34 anos	54,9	43,7
35 a 44 anos	49,6	48,7
45 a 54 anos	41,4	57,3
55 a 64 anos	29,1	60,4

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹A soma pode não atingir 100%, pois em alguns empreendimentos não foi possível distinguir a motivação para empreender.

3.4.3. Escolaridade

Entre os brasileiros com o **Fundamental incompleto** e o **Fundamental completo**, a **necessidade** foi a principal motivação para o empreendedorismo (67,1% e 66,3%, respectivamente).

A partir do **Ensino Médio completo**, a tendência se inverteu e a **Oportunidade** (52%) passou a ser a principal motivação dos empreendedores. Entre aqueles que possuíam **Superior completo**,

o percentual de empreendedores que iniciaram um negócio tendo a **Oportunidade** como principal motivação foi ainda maior (57%, contra 38,6% daqueles que o fizeram pela necessidade).

Isso corrobora a ideia de que níveis mais altos de escolaridade, de fato, abrem mais perspectivas e oportunidades, criando condições para que os indivíduos assumam riscos e se decidam pelo empreendedorismo por livre escolha.

Tabela 3.21.: Distribuição percentual¹ dos empreendedores iniciais (TEA) por escolaridade, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil – 2021

Escolaridade	Oportunidade	Necessidade
Fundamental incompleto	32,9	67,1
Fundamental completo	33,7	66,3
Médio completo	52,0	45,5
Superior completo ou maior	57,0	38,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ A soma pode não atingir 100%, pois em alguns empreendimentos não foi possível distinguir a motivação para empreender.

3.4.4. Renda Familiar

Uma lógica parecida com a descrita anteriormente ocorreu em relação ao empreendedorismo inicial (TEA) quando se olha para a renda familiar. Em 2021, os maiores percentuais de empreendedorismo por necessidade ocorreram para rendas familiares menores, compostas de mais de um até dois salários-mínimos (64,7%) e mais de dois até três salários-mínimos (58,1%). A pressão de empreender por necessidade nessas faixas de renda faz todo sentido e pode sinalizar a complementação de renda familiar.

Apesar disso, na faixa de renda mais baixa, de até um salário-mínimo, foi o empreendedorismo por oportunidade o que mais cresceu em 2021 (54%, contra 46% daqueles que empreenderam

por necessidade). Tal discrepância em relação às demais faixas de renda, também consideradas baixas, merece ser analisada com mais detalhes, pois em 2020 o percentual de empreendedores por oportunidade nessa faixa era de apenas 21,7%.

O empreendedorismo por oportunidade também foi mais forte entre os empreendedores com renda familiar de mais de três e até seis salários (52,5%) e para aqueles que têm renda familiar maior do que seis salários-mínimos, em que a oportunidade foi a motivação de 59,2% das pessoas. Apesar disso, o número do empreendedorismo por oportunidade caiu para o grupo com renda familiar superior a seis salários-mínimos, que em 2020 reportou 67,7% da amostra.

Tabela 3.22.: Distribuição percentual¹ dos empreendedores iniciais (TEA) por renda familiar, segundo a motivação para começar um novo negócio - Brasil – 2021

Renda familiar	Oportunidade	Necessidade
Até 1 salário-mínimo	54,0	46,0
Mais de 1 até 2 salários-mínimos	33,5	64,7
Mais de 2 até 3 salários-mínimos	39,7	58,1
Mais de 3 até 6 salários-mínimos	52,5	45,2
Mais de 6 salários-mínimos	59,2	35,4

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ A soma pode não atingir 100%, pois em alguns empreendimentos não foi possível distinguir a motivação para empreender.

3.5. Atividades Econômicas dos Empreendedores no Brasil

Segundo Características Socioeconômicas

3.5.1. Sexo

A lista apresentada no estudo do GEM elenca 121 atividades empreendidas por homens e mulheres no Brasil em 2021.

Homens estiveram na maioria nas atividades listadas, deixando de estar presentes em apenas 15 das 121 atividades. O público masculino também apresentou menor concentração: as cinco atividades mais buscadas concentraram apenas 22,9% do total (enquanto entre o público feminino esse número chegou a 45,7%).

As cinco atividades mais buscadas pelos homens foram: Manutenção e reparação de veículos automotores (5,3%), Serviços especializados para a construção (5,1%), Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (5%), Obras de acabamento (4,1%) e Instalações elétricas (3,3%).

Já as **mulheres** não marcaram presença em 61 das 121 atividades. Elas também apresentaram maior concentração, considerando o *ranking* de atividades listadas na pesquisa (apenas seis atividades concentraram 50,6% do total do público empreendedor feminino, enquanto entre os homens 50,9% das atividades estiveram distribuídas entre 16 atividades). Isso aponta que ainda há muitas atividades em que o empreendedorismo feminino não está presente, não tendo sido possível averiguar se por falta de interesse ou outros motivos.

As cinco atividades mais buscadas pelo público feminino para empreender foram:

1. Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (11,8% do total), em que a diferença foi quase sete vezes da encontrada entre o público masculino (1,8%).
2. Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, em que a incidência do empreendedorismo feminino (11,2%) foi quase quatro vezes maior que o masculino (3%).

3. Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (8,9%), outra atividade em que a presença feminina foi quase quatro vezes maior do que a masculina (que concentrou 2,3% das escolhas entre os homens).
4. Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (7,4%, contra 5% de concentração entre o público masculino).
5. Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (6,3%), outro segmento no qual a presença feminina teve a participação quase quatro vezes maior do que entre o público masculino.

Dentre as 121 atividades listadas, foi possível perceber **equidade** em muitas delas. Algumas das atividades em que foi percebido um maior equilíbrio de participação empreendedora entre os públicos feminino e masculino foram: Atividades de consultoria em gestão empresarial; Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos; Comércio varejista de mercados em geral, com predominância de produtos alimentícios (minimercados, mercearias e armazéns); Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente; Comércio varejista de produtos alimentícios (minimercados, mercearias e armazéns); Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente e produtos do fumo; Design e decoração de interiores e Comércio varejista de calçados e artigos de viagem; Atividades de condicionamento físico; Comércio varejista especializado de tecidos e artigos de cama, mesa e banho; Fabricação de alimentos e pratos prontos; Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda; Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos.

Tabela 3.23.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo – Brasil – 2021

FEMININO		MASCULINO	
Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)	
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	11,8	Manutenção e reparação de veículos automotores	5,3
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	11,2	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	5,1
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,9	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,0
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,4	Obras de acabamento	4,1
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	6,3	Instalações elétricas	3,3
Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	4,9	Transporte rodoviário de carga	3,1
Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	4,7	Construção de edifícios	3,0
Serviços domésticos	4,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,0
Atividades jurídicas, exceto cartórios	3,7	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	2,9
Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	3,3	Transporte rodoviário de táxi	2,5
Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,6	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,4
Atividades de ensino não especificadas anteriormente	2,0	Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,4
Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	1,7	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	2,3
Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	1,6	Atividades de malote e de entrega	2,2
Agências de publicidade	1,6	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	2,2
Atividades de consultoria em gestão empresarial	1,2	Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	2,0
Outras atividades	22,2	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	1,8
		Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	1,7
		Comércio varejista de bebidas	1,4
		Atividades de consultoria em gestão empresarial	1,4
		Outras atividades	42,8

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.5.2. Idade

A distribuição das atividades econômicas por faixa etária foi uniforme entre as três faixas etárias consideradas: 18 a 34 anos, 35 a 54 anos e 55 a 64 anos. De 11 até 14 delas somaram cerca de 50% do total de atividades em todas as faixas etárias.

Apenas uma atividade (Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas) manteve-se presente entre as cinco principais atividades relatadas em todas as categorias de idades, representando a quarta atividade mais procurada nas faixas entre 18 a 34 anos (5,1%) e entre 55 a 64 anos (5%) e liderando entre os empreendedores entre 35 a 54 anos (6,9%).

Assim como ocorreu em 2020, também houve um conjunto de atividades que foram exclusivas para cada faixa etária. Os empreendedores entre 18 a 34 anos estiveram presentes de forma exclusiva em 17 delas, embora não tenham participado em outras 44 atividades das 121 listadas, muitas ligadas ao agronegócio, à fabricação ou comércio e serviços específicos, que necessitam maior investimento de capital. Do total da lista, 11 atividades concentraram 49,9% das escolhas dos empreendedores dessa faixa etária, sendo que Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza liderou com 9,6%; seguida do comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios com participação de 9,3% e do comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal em terceiro lugar com 6,3% da preferência.

O público entre 35 a 54 anos empreendeu de forma isolada em 34 atividades, e não marcaram presença em apenas 25 atividades listadas, sendo o grupo com a participação mais abrangente dentro do empreendedorismo brasileiro quando considerada a distribuição por atividades. A preferência dessa faixa etária recaiu sobre a atividade de Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (6,9%), como dito anteriormente, seguida dos

Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (6%), do comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (5,1%) e de cabeleireiros e outras atividades de beleza (4,4%) em quarto lugar. A quinta atividade mais procurada nessa faixa etária (manutenção e reparação de veículos automotores, representando 4% das escolhas) também ocupou a quinta posição entre o público entre 55 a 64 anos (4,6% da preferência), embora tenha sido pouco visada pelos empreendedores na faixa entre 18 a 34 anos (apenas 2,3%).

O grupo com faixa etária entre 55 a 64 anos não empreendeu em 78 atividades listadas, enquanto se mostrou presente de forma isolada apenas nas Atividades paisagísticas (com 2,8% de seu público buscando essa atividade). Foi, portanto, o grupo que apresentou a menor diversidade na escolha de atividades para exercer o empreendedorismo, embora pouco mais de 50% deles estivessem concentrados em 12 delas, mantendo a certa uniformidade que foi encontrada nas demais faixas.

Entre as principais atividades dessa faixa etária, os Serviços especializados para construção não especificados anteriormente lideraram com 7,7%, seguidos pelos serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada, com 6,4% da preferência (que também ocupou o segundo lugar na faixa entre 35 a 54 anos). A Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente (5,1%) e os restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (5%) vieram em terceiro e quarto lugar, respectivamente.

Outros destaques foram as atividades de consultoria em gestão empresarial, que possuíram 4,1% entre o público entre 55 a 64 anos e vieram logo após a quinta atividade mais procurada nessa faixa (Reparação de veículos automotores, com 4,6%), o que representou um número bem maior do que o apresentado nas demais faixas etárias.

Tabela 3.24.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a faixa etária - Brasil - 2021

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	9,6	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	6,9	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	7,7
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	9,3	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,0	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,4
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	6,3	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,1	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	5,1
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,1	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	4,4	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,0
Atividades jurídicas, exceto cartórios	3,3	Manutenção e reparação de veículos automotores	4,0	Manutenção e reparação de veículos automotores	4,6
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	3,2	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	3,3	Atividades de consultoria em gestão empresarial	4,1
Instalações elétricas	2,8	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	3,3	Serviços domésticos	3,6
Atividades de ensino não especificadas anteriormente	2,7	Obras de acabamento	3,0	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,5
Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	2,7	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	2,6	Cultivo de plantas de lavoura temporária não especificadas anteriormente	3,4
Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,6	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,6	Construção de edifícios	2,9
Transporte rodoviário de carga	2,4	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,6	Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,8
Manutenção e reparação de veículos automotores	2,3	Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,4	Atividades paisagísticas	2,8
Outras atividades	47,8	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	2,3	Criação de bovinos	2,7
		Outras atividades	49,6	Obras de acabamento	2,7
				Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,5
				Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	2,4
				Agências de publicidade	2,2
				Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	2,1
				Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção	2,0
				Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,0
				Outras atividades	29,5

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.5.3. Escolaridade

Ao considerar a distribuição de atividades econômicas conforme o nível de escolaridade, observou-se que, enquanto as cinco principais atividades dos participantes com Fundamental incompleto concentraram 44,1% desses empreendedores, a concentração de público das cinco principais atividades daqueles que possuem Fundamental completo caiu para 32,9%, valor próximo também para aqueles que possuíam o Ensino Médio completo (33,9%). Já na faixa dos participantes com nível Superior completo ou maior, essa concentração das cinco principais atividades representou apenas 24%, indicando que a educação amplia o rol de atividades (e oportunidades) às quais os empreendedores podem se dedicar.

Outro ponto da pesquisa corrobora essa percepção: os empreendedores com Fundamental incompleto não estiveram presentes em 89 atividades da listagem do estudo, enquanto entre aqueles que possuíam o Fundamental completo estiveram ausentes de 78 atividades da lista. Esse número caiu drasticamente para aqueles que possuem Ensino Médio completo: ausência em apenas 46 atividades. Já entre os empreendedores com nível Superior ou maior, 51 foram as atividades em que não marcaram presença. Entretanto, a ausência desse grupo em certas atividades pode estar mais associada ao seu poder de escolha por atividades mais rentáveis e lucrativas ou mais especializadas (como as mais típicas das profissões liberais) do que ao fato de não poder exercê-las.

Entre o público com Fundamental incompleto, seis atividades econômicas concentraram 50,4% dos empreendedores. Foram elas, em ordem: Obras de acabamento (11,7%); Serviços especializados para a construção não especificados anteriormente (9,5%); Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (8,9%); Serviços domésticos (7,4%); Manutenção e reparação de veículos automotores

(6,4%) e Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (com os mesmos 6,4%).

Duas das atividades preferidas da faixa anterior também se apresentaram entre as cinco principais atividades na faixa daqueles que possuem Fundamental completo. A primeira, Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada, liderou entre esse público com 8,3% de participação. Foi seguida pela atividade de Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (6,8% e que apareceu na sexta posição entre os empreendedores com Fundamental incompleto). Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas, Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente (cada qual com 6,1% de participação) e Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (5,6%) completaram a lista das cinco principais atividades nesse nível de escolaridade.

Já entre o público com Ensino Médio completo foram as seguintes atividades que atraíram o maior número de empreendedores: Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (9%); Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (8,2%); Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (6,5%); Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (5,5%); e Serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (4,6%).

Algumas atividades só se apresentaram entre os empreendedores com Ensino Médio completo, todas com o mesmo percentual de 0,3%. Foram elas: Confecção de roupas profissionais; Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas; Fabricação de artefatos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes e Fabricação de máquinas e equipamentos de uso geral não especificados anteriormente.

As cinco atividades mais procuradas para empreender pelo público que possui nível Superior completo ou maior foram as seguintes: Atividades jurídicas, exceto cartórios (7,8%), que embora só tenha aparecido nessa faixa de nível educacional, mesmo assim, teve um percentual expressivo de empreendedores, graças não apenas à natureza de profissão liberal como também à grande quantidade de profissionais existentes no mercado. A Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) informa em sua página de atualização diária que existem 1.289.912 advogados no país (atualização em 08/07/2022). Ainda, segundo a OAB, a quantidade de profissionais disponíveis no mercado é consequência direta da quantidade de faculdades de Direito existentes: em 2018 havia 1.502 cursos (dos quais 1.212 foram verificados pela OAB, mas apenas 161 receberam o selo OAB Recomenda, o que implica em 10,7% do total).

Em segundo lugar estiveram as Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos (4,5%); seguida de Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (4,5%); Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente (3,9%); e Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (3,3%).

Entre os empreendedores com nível educacional assinalado como Superior completo e maior ainda há outras atividades que, embora não estivessem entre as cinco principais, também possuíam percentuais significativos dentro dessa faixa. Foram elas: Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (3,2%); Atividades de ensino não especificadas anteriormente (3,2%); Serviços de engenharia (3,1%); e Atividades de consultoria em gestão empresarial (3,1%); – as duas últimas também fortemente associadas com atividades mais especializadas. O Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (3,1%); também teve uma atividade importante para essa faixa de público.

Assim como ocorreu em 2020, notou-se no estudo de 2021 que, entre os quatro grupos de empreendedores, algumas atividades se destacam, atraindo empreendedores de todos os níveis educacionais, mesmo que com percentuais diferentes. Foram elas: Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas; Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada; Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.

Tabela 3.25.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o nível de escolaridade - Brasil - 2021

Fundamental incompleto		Fundamental completo		Médio completo		Superior comp. ou maior	
Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)	
Obras de acabamento	11,7	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,3	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	9,0	Atividades jurídicas, exceto cartórios	7,8
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	9,5	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	6,8	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,2	Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	4,5
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,9	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	6,1	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	6,5	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	4,5
Serviços domésticos	7,4	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	6,1	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	5,5	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	3,9
Manutenção e reparação de veículos automotores	6,4	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,6	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	4,6	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,3
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	6,4	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	5,3	Manutenção e reparação de veículos automotores	4,1	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	3,2
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,5	Construção de edifícios	4,8	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	3,1	Atividades de ensino não especificadas anteriormente	3,2
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,4	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	4,6	Transporte rodoviário de carga	3,0	Serviços de engenharia	3,1
Cultivo de cereais	3,6	Instalações elétricas	4,1	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	2,9	Atividades de consultoria em gestão empresarial	3,1
Construção de edifícios	3,1	Fabricação de móveis com predominância de madeira	3,2	Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	2,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,1
Fabricação de móveis com predominância de madeira	3,1	Manutenção e reparação de veículos automotores	2,9	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,6	Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,7
Atividades paisagísticas	3,1	Cultivo de plantas de lavoura temporária não especificadas anteriormente	2,8	Transporte rodoviário de táxi	2,2	Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	2,7
Instalações elétricas	2,5	Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,7	Instalações elétricas	2,2	Corretores e agentes de seguros, de planos de previdência complementar e de saúde	2,6
Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,5	Transporte rodoviário de carga	2,3	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,2	Atividades de condicionamento físico	2,5
Outras atividades	21,8	Obras de acabamento	2,1	Outras atividades	41,0	Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente	2,5
		Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos	2,0			Agências de publicidade	2,4
		Transporte rodoviário de táxi	2,0			Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	2,3
		Comércio varejista de artigos usados	2,0			Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,0
		Outras atividades	26,5			Outras atividades	40,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

3.5.4. Renda

Analisando a renda familiar, percebe-se nitidamente que as cinco atividades preferidas para empreender entre as famílias com até dois salários-mínimos e aquelas com renda entre dois até quatro salários-mínimos coincidiram, mas variando nos percentuais de distribuição. Entre as famílias com até dois salários-mínimos a ordem das atividades e seus respectivos percentuais foi a seguinte:

1. Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (11,8%).
2. Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada (9,5%).
3. Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (8%).
4. Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (7,7%).
5. Serviços especializados para construção não especificados anteriormente (4,9%).

Já entre as famílias com renda entre dois e até quatro salários-mínimos, as atividades que mais atraíram os empreendedores se apresentaram nesta ordem e distribuição percentual:

1. Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (8,2%).
2. Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (7,9%).
3. Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (7,1%).
4. Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada (6,8%).
5. Serviços especializados para construção não especificados anteriormente (4,2%).

Entre as famílias com renda acima de quatro salários-mínimos, as atividades que mais atraíram empreendedores foram as seguintes:

1. Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal (4,9%).
2. Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (3,7%).
3. Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (3,5%).
4. Obras de acabamento (3,3%).
5. Atividades de ensino não especificadas anteriormente (3%).

Claramente os segmentos de alimentação, beleza, construção e vestuário estiveram presentes em todos os recortes de renda familiar. E embora apresentem distintos percentuais de participação e estejam distribuídos em nichos específicos, dão uma amostra sobre os ramos de negócios que mais atraem os empreendedores brasileiros.

As famílias com até dois salários-mínimos não marcaram presença em 67 das 113 atividades listadas na pesquisa por renda familiar. Isso representa pouco mais de 59% do total de atividades. Assim como o baixo nível educacional, a baixa renda familiar pode ser um fator limitante para empreender em determinadas atividades, haja visto que empreendedores cuja renda familiar está situada entre dois até quatro salários-mínimos não tiveram presença em 48 das 113 atividades listadas e entre os empreendedores de renda familiar acima de quatro salários-mínimos só estiveram ausentes de 29 atividades da listagem.

Tabela 3.26.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo a renda familiar - Brasil - 2021

Até dois salários-mínimos		De dois salários-mínimos até quatro salários-mínimos		Mais de quatro salários-mínimos	
Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)	
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	11,8	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,2	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,9
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	9,5	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	7,9	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,7
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	8,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	7,1	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	3,5
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,7	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	6,8	Obras de acabamento	3,3
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	4,9	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	4,2	Atividades de ensino não especificadas anteriormente	3,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	4,4	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	4,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,0
Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	4,4	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,6	Construção de edifícios	2,9
Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	3,8	Serviços domésticos	3,5	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,9
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,5	Instalações elétricas	3,5	Manutenção e reparação de veículos automotores	2,9
Serviços domésticos	2,8	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	3,4	Atividades jurídicas, exceto cartórios	2,7
Instalações elétricas	2,7	Manutenção e reparação de veículos automotores	3,2	Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,7
Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção	2,1	Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,4	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,5
Obras de acabamento	2,1	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	2,1	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	2,5
Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2,1	Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,1	Transporte rodoviário de carga	2,4
Outras atividades	30,2	Transporte rodoviário de carga	2,0	Transporte rodoviário de táxi	2,3
		Outras atividades	35,9	Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	2,1
				Atividades de consultoria em gestão empresarial	2,1
				Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	2,0
				Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	2,0
				Outras atividades	46,9

Fonte: GEM Brasil 2021.

CAPÍTULO 4



Características dos Empreendimentos

Características dos Empreendimentos

Este capítulo apresenta as características dos empreendimentos deste levantamento de acordo com a formalização, a procedência dos clientes, a geração de ocupação e renda e o impacto inovador das atividades. O estudo permanece considerando os quatro estágios dos negócios: nascente, novos, iniciais e estabelecidos.

4.1. Formalização

A **tabela 4.1.** a seguir demonstrou o crescimento anual dos empreendedores que obtiveram CNPJ, mostrando um significativo aumento de 2017 a 2020, de 15,2% para 44,2%, com uma leve retração em 2021, para 41,8%. Observa-se,

contudo, a queda dos números de empreendimentos sem CNPJ em relação aos anos de 2017 a 2019. Uma pequena parte não soube responder, recusou-se ou deu uma resposta que não se aplicou à pesquisa.

Tabela 4.1.: Distribuição percentual dos empreendedores (TTE) segundo a formalização - Brasil - 2017:2021

Ano	Que obtiveram CNPJ	Que não obtiveram CNPJ	Outros ¹	Total
2017	15,2	75,8	8,9	100,0
2018	22,8	72,9	4,3	100,0
2019	26,1	73,6	0,3	100,0
2020	44,2	55,5	0,4	100,0
2021	41,8	56,8	1,5	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ "Não sabe", "Recusou" ou "Não se aplica".

Quando observados os diferentes estágios de empreendedorismo, nota-se que houve um pequeno recuo em 2021 dos empreendedores com CNPJ quando comparado ao ano anterior, em todas as classificações: empreendedorismo total, empreendedorismo inicial e nos empreendedores novos, nascentes e estabelecidos.

Tabela 4.2.: Percentual dos empreendedores com CNPJ por estágio - Brasil – 2021

Estágio		2020	2021
Empreendedorismo total	TTE	44,2	41,8
Empreendedorismo inicial	TEA	40,5	36,5
Novos	NBO	46,9	42,0
Nascentes	NEA	32,0	30,6
Empreendedorismo estabelecido	EBO	55,0	52,2

Fonte: GEM Brasil 2021.

4.1.1. Razões para Formalizar

O passo seguinte foi entender as razões pelas quais os empreendedores regularizaram a situação de seus negócios no ano de 2021. Para a maioria, o maior motivo para a obtenção de CNPJ foi a intenção de **Estar Regularizado**, assinalada tanto pelos empreendedores nascentes (62,5%) quanto pelos novos (53,8%) e estabelecidos (53,6%). Em segundo lugar, com grande expressividade numérica, ficaram aqueles que responderam com **Outros Motivos** que não se enquadram nos demais itens elencados na pesquisa. Os dados estão contidos na **tabela 4.3**.

A preocupação em **Contribuir com a Previdência** apareceu em terceiro lugar entre os nascentes, enquanto para os novos e os estabelecidos, a **Exigência dos Clientes Quanto à Emissão de Nota Fiscal** foi a terceira motivação. E, por último, os dados mostram a necessidade ou desejo de **Obter Crédito** como uma das razões para obtenção de CNPJ por parte dos empreendedores entrevistados no estudo GEM 2021.

Tabela 4.3.: Principais razões para obtenção do CNPJ por estágio - Brasil - 2021

Motivo	% dos empreendedores ¹		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Estabelecidos (EBO)
Estar regularizado	62,5	53,8	53,6
Contribuir para a previdência	13,7	8,5	18,9
Exigência dos clientes quanto à emissão de nota fiscal	12,9	22,7	22,5
Obter crédito	10,1	6,6	9,7
Outro motivo	42,4	34,6	43,8

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Respostas múltiplas. Não totalizam 100%.

4.1.2. Razões para Não Formalizar

Já entre as razões para não obtenção do CNPJ no Brasil, o principal motivo entre os empreendedores nascentes é o fato de o empreendedor considerar que **“Iniciou o negócio há pouco tempo, ainda irá regularizar”**. Essa razão apareceu com o dobro de incidência em relação ao segundo motivador para a não formalização junto à Receita Federal apresentado no estudo, que nesse estágio foi o fato de considerar a **“Formalização um processo demorado/burocrático”**. Outras respostas concedidas acima de 6% pelos empreendedores nascentes foram **“Não saber como formalizar”** e **“Estar em processo de regularização”**.

Já entre os novos empreendedores, três diferentes razões apareceram entre as quatro mais citadas: **“Não ver necessidade”** foi a líder, com 20,3% das respostas, seguida de **“Iniciou o negócio há pouco tempo, ainda irá regularizar”**, com 9,4%, a **“Atividade não exige CNPJ/possui outro tipo de registro, alvará, licença”**, com 7,4% e **“Por falta de tempo”**, com 7%.

Entre os estabelecidos, a maioria também sinalizou **“Não ver necessidade em se regularizarem”**, com uma incidência de 21,7%. Outros motivos mais alegados foram:

“Atividade não exige CNPJ/possui outro tipo de registro, alvará, licença”, (14,4%); **“Não sabe como formalizar”**, (9,1%); e **“Formalização custa caro”** (7,7%).

Além dos números anteriormente citados, também chamaram a atenção três outros itens: **“Ser um processo burocrático/demorado”**, **“Receio de não conseguir pagar os impostos”** e **“Não saber se continuará com o negócio por muito tempo”**. Essas três categorias tiveram uma expressiva queda nas citações quando comparadas com os números de 2020.

Em 2021, a burocracia marcou 7,7 pontos percentuais entre os nascentes, 3,2 entre os novos

empreendedores e 1,8% entre os estabelecidos. Em 2020, esse item motivou a não formalização de 14,1%, 16,9% e 20,8%, respectivamente.

O receio de não ter como pagar impostos foi de 13% em 2020 para 0,9% em 2021 entre os Nascentes; de 11,6% para 3,2% entre os novos; e de 14,3% para 2,1% entre os empreendedores estabelecidos. E, por fim, a dúvida sobre permanecer com o negócio por muito tempo, que impedia 17% dos nascentes, 18% dos novos e 14,2% dos estabelecidos em 2020, diminuiu para 5,8%, 4,6% e 3%, respectivamente, em 2021. É importante citar, entretanto, que novas respostas foram disponibilizadas em 2021, totalizando 13 possibilidades, quando em 2020 haviam somente nove razões.

Tabela 4.4.: Principais razões para não obtenção do CNPJ por estágio - Brasil - 2021

Motivo	% dos empreendedores ¹		
	Nascentes (NEA)	Novos (NBO)	Estabelecidos (EBO)
Iniciou o negócio há pouco tempo, ainda irá regularizar	15,8	9,4	1,0
Formalização é um processo demorado/burocrático	7,7	3,2	1,8
Não sabe como formalizar	6,7	5,1	9,1
Está em processo de regularização	6,4	0,8	3,3
Não vê necessidade	5,9	20,3	21,7
Só tem um cliente	5,8	5,4	2,0
Não sabe se vai continuar com o negócio por muito tempo	5,8	4,6	3,0
Por não ter local estabelecido para o negócio	5,6	2,9	1,0
Por falta de tempo	5,0	7,0	2,2
Atividade não exige CNPJ/possui outro tipo de registro, alvará, licença	4,6	7,4	14,4
Por causa da pandemia	1,5	1,5	2,5
Não tem como pagar impostos	0,9	3,2	2,1
Formalização custa caro	0,7	4,6	7,7

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Respostas múltiplas. Não totalizam 100%.

4.1.3. Percentual de Formalizações por Atividade

Como já apresentado no capítulo anterior, os empreendimentos foram divididos em 121 atividades de acordo com os CNAEs. Na análise a seguir, consideraram-se as dez atividades preferenciais apontadas pelos empreendedores.

Entre todas as atividades, a principal escolhida pelos empreendedores com CNPJ foram **“Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”**. Esse mesmo item ficou em quarto colocado na

categoria sem CNPJ. Já entre os não formalizados, o líder da categoria foi **“Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”**, sendo que esse foi o terceiro colocado entre os negócios com CNPJ. E, por fim, dentre os destaques, **“Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza”** ficou em segundo lugar entre os negócios com CNPJ e em terceiro lugar entre os sem CNPJ.

Tabela 4.5.: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores (TTE) segundo a formalização - Brasil – 2021

Com CNPJ		Sem CNPJ	
Atividades (CNAE)		Atividades (CNAE)	
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	6,9	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	7,9
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	5,3	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	7,1
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	4,1	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	6,6
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4,0	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,5
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,8	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	3,8
Comércio varej. de mercad. em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	3,5	Atividades jurídicas, exceto cartórios	3,6
Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica	3,2	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	3,6
Obras de acabamento	3,1	Serviços domésticos	3,4
Construção de edifícios	2,8	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,4
Atividades de malote e de entrega	2,5	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	3,3
Instalações elétricas	2,5	Manutenção e reparação de veículos automotores	3,1
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	2,4	Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	2,7
Transporte rodoviário de táxi	2,3	Transporte rodoviário de carga	2,6
Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,1	Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	2,1
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	2,0	Obras de acabamento	1,9
Agências de publicidade	1,8	Instalações elétricas	1,9
Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	1,7	Atividades de ensino não especificadas anteriormente	1,7
Corretores e agentes de seguros, de outras atividades	46,0	Outras atividades	35,8

Fonte: GEM Brasil 2021.

4.2. Procedência do Cliente

Quando analisada a origem dos clientes atendidos no Brasil em comparação com as demais 46 economias do estudo GEM 2021, nota-se a força e dependência de nossa economia local. Divididas por empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO), as tabelas a seguir trazem a procedências dos clientes em três categorias: cidade onde mora o empreendedor, outra cidade e estado e fora do país de origem.

Os empreendedores nascentes que mais tenderam a atender clientes originados da própria cidade do empreendimento foram Índia (98,7%), seguidos pelos do Chile (98,1%) e pelo Brasil (98%). Nessa lista, observa-se a presença de dois integrantes da América Latina e das três faixas diferentes de renda. Catar (92,7%), Luxemburgo (85,8%) e Letônia (81,9%) foram os que mais atraíram clientes de alguma outra cidade ou estado do país em 2021. Todas essas economias pertencem à alta renda. E, por fim, Luxemburgo (69,2%), Bielorrússia (52,5%) e Irlanda (50,1%) lideraram o *ranking* de países que atraíram clientes estrangeiros em 2021.

Já os **novos empreendedores** que fizeram mais negócios com clientes de suas próximas cidades estiveram na Eslováquia (100%), Arábia Saudita (98,5%) e Rússia (98,2%). Os empreendimentos que mais atraíram clientes de alguma outra cidade ou estado do país estiveram, em especial, no Catar (96,7%), em Israel (89%) e na Coreia do Sul (86%). E, por fim, as economias que mais atraíram clientes de fora do país foram Luxemburgo (69,7%), Bielorrússia (51,5%) e Canadá (49,1%). É importante comentar que, nas três categorias, a única integrante que não faz parte das economias de alta renda é a Bielorrússia, considerada de média renda.

Entre os **empreendedores estabelecidos**, os negócios realizados com clientes locais somaram 99,1% na líder Arábia Saudita, seguida pela Romênia (98,7%) e pelo Cazaquistão (98,7%). O Brasil apareceu na oitava colocação, com

97,5% de clientes com essa procedência. Omã (94,5%), Catar (91,6%) e Israel (89,4%) foram os três integrantes da faixa de economias de alta renda que contam com clientes vindos de alguma outra cidade ou estado do país. E, por fim, os três países que mais alcançaram clientes estrangeiros foram: Luxemburgo (85,8%), Croácia (50,8%) e Irlanda (46,5%), sendo que também essas três economias são todas classificadas como de alta renda. Vale frisar a presença de Luxemburgo como líder de atração para clientes estrangeiros em todos os estágios de empreendimentos.

O potencial de negócios de Luxemburgo na atração de clientes estrangeiros, em grande parte, beneficia-se da solidez e dinamismo de seu setor financeiro, que respondia por 26,5% do valor adicionado ao PIB e 10,9% do emprego em 2018. Com quase 4 mil fundos de investimento, o setor gerenciava um ativo líquido superior a 4,3 bilhões de euros (dados de 2019). Para se ter uma base de comparação, esse montante equivale a mais de 50 vezes o PIB anual do Grão-Ducado e aproxima-se do PIB italiano. Luxemburgo é a economia número um na Europa e situa-se em segundo lugar no *ranking* mundial (imediatamente atrás dos Estados Unidos) em termos de ativos sob gestão (Fonte: Câmara de Comércio de Luxemburgo).

Já a Irlanda tem como fortaleza o setor de tecnologia, que não apenas atraiu as gigantes do setor, por conta dos baixos impostos, como também gerou, por conta da vinda dessas grandes empresas, todo um ecossistema voltado para o segmento, englobando atividades que vão da fabricação de *hardwares* ao desenvolvimento de *softwares*, passando por criação de conteúdo digital, segurança de tecnologia da informação, computação em nuvem, serviços de suporte de telecomunicações e técnico. E, por ser digital, o alcance dessas empresas tende a extrapolar o território do próprio país e atrair clientes que estão em outros territórios (Fonte: IDA Ireland, agência semiestatal que atrai investimento estrangeiro para o país).

Tabela 4.6.: Percentual dos empreendedores nascentes (NEA) segundo a procedência do cliente - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Renda	Nascentes (NEA)		
			Da cidade em que mora	De alguma outra cidade ou estado do país	De fora do país
América Latina e Caribe	Brasil	M	98,0	45,9	4,5
	Chile	A	98,1	34,6	1,9
	Colômbia	M	88,8	61,3	18,6
	Guatemala	M	87,6	48,4	3,8
	Panamá	M	77,9	67,1	11,1
	República Dominicana	M	70,6	52,7	22,2
	Uruguai	A	86,8	57,6	18,1
Europa e América do Norte	Alemanha	A	86,7	68,8	39,9
	Bielorrússia	M	96,1	79,5	52,5
	Canadá	A	87,5	63,8	48,5
	Chipre	A	89,4	78,9	25,2
	Croácia	A	91,1	59,3	34,8
	Eslováquia	A	96,7	56,0	13,9
	Eslovênia	A	85,4	71,6	37,2
	Espanha	A	94,5	63,2	35,7
	Estados Unidos	A	82,2	62,3	22,0
	Finlândia	A	81,5	67,7	27,7
	França	A	90,1	55,4	34,0
	Grécia	A	90,2	56,6	43,9
	Hungria	A	85,9	63,5	20,1
	Irlanda	A	87,5	71,8	50,1
	Itália	A	93,9	50,1	28,9
	Letônia	A	92,5	81,9	46,7
	Luxemburgo	A	86,2	85,8	69,2
	Noruega	A	73,2	58,5	24,4
	Países Baixos	A	88,2	75,5	36,4
	Polônia	A	93,1	43,0	12,8
Reino Unido	A	92,6	77,5	41,5	
Romênia	M	93,8	41,8	9,6	
Rússia	M	96,0	65,6	19,7	
Suécia	A	86,8	72,3	34,1	
Suíça	A	87,1	76,0	35,7	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	94,8	53,2	17,6
	Arábia Saudita	A	97,8	36,6	4,9
	Catar	A	81,9	92,7	28,4
	Egito	B	85,8	64,1	11,3
	Emirados Árabes Unidos	A	86,5	68,1	44,5
	Irã	B	82,7	71,7	15,8
	Israel	A	86,4	79,1	39,1
	Marrocos	B	91,8	56,0	16,1
	Omã	A	96,7	72,4	14,5
	Sudão	B	92,9	41,6	7,9
Ásia	Cazaquistão	M	89,5	33,6	4,1
	Coreia do Sul	A	87,2	81,8	19,2
	Índia	B	98,7	41,6	1,7
	Japão	A	77,4	71,4	18,1
	Turquia	M	84,9	63,2	34,1

Fonte: GEM 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

Tabela 4.7.: Percentual dos empreendedores novos (NBO) segundo a procedência do cliente - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Renda	Novos (NBO)		
			Da cidade em que mora	De alguma outra cidade ou estado do país	De fora do país
América Latina e Caribe	Brasil	M	96,1	43,8	3,6
	Chile	A	97,6	34,3	2,8
	Colômbia	M	84,2	62,9	21,3
	Guatemala	M	87,2	33,7	1,1
	Panamá	M	84,2	69,9	8,4
	República Dominicana	M	85,9	67,5	29,0
	Uruguai	A	89,3	52,1	12,4
Europa e América do Norte	Alemanha	A	89,2	63,5	30,9
	Bielorrússia	M	91,8	78,7	51,5
	Canadá	A	89,7	66,0	49,1
	Chipre	A	92,4	82,6	34,0
	Croácia	A	90,1	60,3	44,2
	Eslováquia	A	100,0	67,0	11,3
	Eslovênia	A	75,5	78,3	27,6
	Espanha	A	94,8	56,6	34,1
	Estados Unidos	A	86,5	62,9	20,4
	Finlândia	A	80,4	67,8	23,6
	França	A	93,2	73,5	46,7
	Grécia	A	88,1	69,1	32,3
	Hungria	A	89,5	55,6	12,3
	Irlanda	A	82,0	71,4	40,4
	Itália	A	84,5	61,6	24,7
	Letônia	A	91,5	75,2	32,8
	Luxemburgo	A	84,7	74,5	69,7
	Noruega	A	91,9	52,9	23,4
	Países Baixos	A	83,6	68,2	36,0
	Polônia	A	93,3	36,5	9,3
	Reino Unido	A	81,1	64,0	33,2
Romênia	M	95,0	41,6	17,1	
Rússia	M	98,2	53,0	18,8	
Suécia	A	77,0	64,4	22,9	
Suíça	A	82,8	56,5	44,1	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	93,1	46,1	15,7
	Arábia Saudita	A	98,5	47,0	7,7
	Catar	A	79,8	96,7	21,1
	Egito	B	88,2	49,7	11,5
	Emirados Árabes Unidos	A	87,5	71,4	45,0
	Irã	B	93,3	68,6	16,7
	Israel	A	90,8	89,0	47,4
	Marrocos	B	88,9	35,8	7,3
	Omã	A	97,3	80,4	8,8
	Sudão	B	93,9	40,8	5,8
Ásia	Cazaquistão	M	97,0	21,3	0,7
	Coreia do Sul	A	92,5	86,0	15,1
	Índia	B	95,4	16,8	0,4
	Japão	A	73,3	66,8	20,1
	Turquia	M	87,4	62,7	29,7

Fonte: GEM 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

Tabela 4.8.: Percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo a procedência do cliente - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Renda	Estabelecidos (EBO)		
			Da cidade em que mora	De alguma outra cidade ou estado do país	De fora do país
América Latina e Caribe	Brasil	M	97,5	55,8	2,0
	Chile	A	97,6	31,3	7,0
	Colômbia	M	75,3	65,5	7,7
	Guatemala	M	89,1	39,9	2,4
	Panamá	M	78,7	69,3	20,3
	República Dominicana	M	80,9	65,5	23,1
	Uruguai	A	70,7	67,3	16,2
Europa e América do Norte	Alemanha	A	92,4	64,7	36,1
	Bielorrússia	M	97,7	79,5	42,8
	Canadá	A	83,3	50,9	29,0
	Chipre	A	91,4	64,7	30,9
	Croácia	A	92,6	59,2	50,8
	Eslováquia	A	97,0	62,3	12,9
	Eslovênia	A	86,2	85,4	40,0
	Espanha	A	97,3	50,4	27,2
	Estados Unidos	A	88,4	56,7	20,5
	Finlândia	A	84,0	69,5	20,5
	França	A	97,0	56,0	32,9
	Grécia	A	94,5	56,3	28,7
	Hungria	A	81,7	62,2	18,1
	Irlanda	A	85,7	69,3	46,5
	Itália	A	93,8	39,9	15,1
	Letônia	A	88,5	82,6	32,9
	Luxemburgo	A	61,4	84,4	85,8
	Noruega	A	88,3	53,0	27,3
	Países Baixos	A	88,8	77,7	35,0
	Polônia	A	92,2	29,7	5,1
Reino Unido	A	73,5	77,4	32,6	
Romênia	M	98,7	49,4	18,4	
Rússia	M	97,2	43,6	10,5	
Suécia	A	91,3	73,7	29,9	
Suíça	A	91,9	78,6	42,1	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	95,9	51,1	12,0
	Arábia Saudita	A	99,1	17,7	8,1
	Catar	A	78,1	91,6	21,9
	Egito	B	81,2	65,0	11,7
	Emirados Árabes Unidos	A	91,4	75,2	44,5
	Irã	B	96,7	52,6	8,9
	Israel	A	86,6	89,4	44,1
	Marrocos	B	83,2	25,3	4,0
	Omã	A	98,2	94,5	11,1
Sudão	B	94,4	36,1	8,1	
Ásia	Cazaquistão	M	98,7	20,7	0,9
	Coreia do Sul	A	94,5	74,3	5,2
	Índia	B	97,6	32,5	6,0
	Japão	A	77,9	65,9	7,7
	Turquia	M	90,3	61,1	30,1

Fonte: GEM 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

4.3. Expectativa de Geração de Postos de Trabalho

O comparativo a seguir mostra a diferença de expectativa de geração de postos de trabalhos entre os empreendedores iniciais e os estabelecidos.

Mais uma vez, os números evidenciam que a expectativa de geração de postos de trabalho é muito maior nos **empreendedores iniciais** que nos **estabelecidos**, independentemente do nível de renda de seus países, chegando a quase quatro vezes mais nos Estados Unidos. O principal

destaque ficou por conta dos Emirados Árabes Unidos, que tiveram uma alta expectativa de geração de postos de trabalho tanto entre os iniciais (64,5%) quanto entre os estabelecidos (48,8%), sendo o primeiro país no *ranking* da estatística em questão em ambos os estágios de empreendedorismo. O Brasil foi o 15º com maior expectativa dentre os empreendedores iniciais, com 23,2%. E o 19º no *ranking* em relação aos empreendedores estabelecidos, com 7%.

Tabela 4.9.: Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo a expectativa elevada quanto à geração de postos de trabalho - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Expectativa elevada na geração de postos de trabalho	Classificação
América Latina e Caribe	Colômbia	M	33,4	4º
	Panamá	M	25,5	9º
	Chile	A	24,7	10º
	Brasil	M	23,2	15º
	Uruguai	A	18,3	24º
	Guatemala	M	17,4	25º
	Rep. Dominicana	M	4,7	45º
Europa e América do Norte	Rússia	M	33,1	5º
	Croácia	A	25,8	8º
	Letônia	A	24,3	12º
	Irlanda	A	23,8	14º
	Estados Unidos	A	23,1	16º
	Bielorrússia	M	23,1	17º
	Países Baixos	A	21,8	18º
	Luxemburgo	A	21,3	19º
	França	A	19,1	21º
	Suíça	A	19,0	22º
	Reino Unido	A	16,5	26º
	Canadá	A	15,9	28º
	Itália	A	15,7	29º
	Noruega	A	13,1	31º
	Polônia	A	12,5	34º
	Eslovênia	A	12,4	35º
	Grécia	A	12,1	36º
	Romênia	M	12,0	37º
	Alemanha	A	11,4	39º
	Suécia	A	8,0	40º
	Espanha	A	7,8	41º
	Hungria	A	7,8	42º
	Finlândia	A	6,8	43º
	Chipre	A	6,0	44º
Eslováquia	A	2,9	47º	
Oriente Médio e África	Emirados Árabes	A	64,5	1º
	Catar	A	55,5	2º
	Egito	B	29,4	6º
	Irã	B	27,3	7º
	Marrocos	B	24,3	11º
	África do Sul	M	18,7	23º
	Arábia Saudita	A	16,1	27º
	Israel	A	14,1	30º
	Omã	A	12,6	33º
	Sudão	B	11,8	38º
Ásia	Turquia	M	48,4	3º
	Coreia do Sul	A	23,8	13º
	Japão	A	20,4	20º
	Cazaquistão	M	12,9	32º
	Índia	B	4,2	46º

Fonte: GEM 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

Tabela 4.10.: Percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo a expectativa elevada quanto à geração de postos de trabalho - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Expectativa elevada na geração de postos de trabalho	Classificação
América Latina e Caribe	Colômbia	M	19,1	4º
	Panamá	M	16,0	5º
	Chile	A	9,1	13º
	Brasil	M	7,0	19º
	Guatemala	M	6,5	23º
	Uruguai	A	5,5	26º
	Rep. Dominicana	M	2,9	41º
Europa e América do Norte	Bielorrússia	M	14,3	7º
	Rússia	M	13,6	8º
	Canadá	A	12,2	9º
	Noruega	A	11,6	10º
	Croácia	A	11,3	11º
	Países Baixos	A	9,3	12º
	Irlanda	A	7,5	16º
	Suíça	A	7,0	18º
	Suécia	A	6,7	21º
	Reino Unido	A	5,8	25º
	Letônia	A	5,5	27º
	Itália	A	5,3	29º
	Romênia	M	4,3	30º
	Luxemburgo	A	4,2	31º
	França	A	4,0	32º
	Estados Unidos	A	3,9	33º
	Polônia	A	3,4	35º
	Hungria	A	3,2	37º
	Eslovênia	A	3,0	39º
	Finlândia	A	2,9	40º
	Alemanha	A	2,5	42º
	Chipre	A	2,2	44º
	Espanha	A	1,8	45º
	Grécia	A	1,3	46º
Eslováquia	A	0,0	47º	
Oriente Médio e África	Emirados Árabes	A	48,8	1º
	Catar	A	42,0	2º
	Egito	B	15,8	6º
	Marrocos	B	8,8	14º
	Sudão	B	8,3	15º
	Arábia Saudita	A	7,4	17º
	África do Sul	M	6,8	20º
	Irã	B	6,6	22º
	Israel	A	6,0	24º
	Omã	A	5,3	28º
Ásia	Turquia	M	24,2	3º
	Cazaquistão	M	3,6	34º
	Coreia do Sul	A	3,4	36º
	Índia	B	3,1	38º
	Japão	A	2,4	43º

Fonte: GEM 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

4.4. Geração de Ocupação

Para entender o potencial de geração de emprego e renda dos negócios no Brasil, na tabela a seguir foi considerado o número de pessoas ocupadas nos diferentes estágios dos empreendedores. É importante explicar que os números dos empreendedores nascentes representam a expectativa futura para a geração de ocupação nos próximos cinco anos. Já nos novos negócios e nos estabelecidos, os números são da geração de ocupação atual.

Entre os nascentes, percebe-se que há uma expectativa bastante otimista para a geração de novas ocupações, somando 38,8% das respostas considerando seis ou mais pessoas ocupadas.

O número é muito acima do efetivamente trazido pelos **novos empreendedores**, que relataram 7,4%, e pelos estabelecidos, que foram de 11,1%. Em contrapartida, apenas 6,7% dos empreendedores nascentes acreditam que não gerarão outra ocupação além da sua própria, em cinco anos.

A maior faixa de resposta dos novos empreendedores ficou entre ser o único no empreendimento e ter mais uma ocupação, com 36,6% e 24,3%. Essas duas faixas também se mostraram as maiores entre os empreendedores estabelecidos, com 37,4% de zero ocupações geradas e 18,6% de uma ocupação realizada.

Tabela 4.11.: Distribuição percentual dos empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO) segundo a formalização e a geração de ocupação¹ - Brasil – 2021

Pessoas ocupadas	Nascentes (NEA)			Novos (NBO)			Estabelecidos (EBO)		
	Nascentes (NEA)	Com CNPJ	Sem CNPJ	Novos (NBO)	Com CNPJ	Sem CNPJ	Estabelecidos (EBO)	Com CNPJ	Sem CNPJ
Não Informou	12,9	12,0	12,9	2,7	5,5	0,8	1,2	0,0	2,5
0	6,7	6,9	5,9	36,6	32,6	39,7	37,4	27,2	47,9
1	5,5	5,5	5,7	24,3	17,9	28,9	18,6	14,4	23,4
2	8,7	5,8	10,3	15,5	16,4	14,3	14,3	20,0	8,0
3	8,0	6,1	8,5	6,3	5,3	7,1	9,8	12,3	7,2
4	7,8	6,0	8,3	3,9	5,1	3,1	3,8	2,7	5,0
5	11,7	11,1	11,7	3,3	5,7	1,5	3,9	6,7	0,9
6 ou mais	38,8	46,4	36,7	7,4	11,5	4,6	11,1	16,7	5,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Para os empreendedores nascentes, representa a expectativa futura para a geração de ocupação nos próximos cinco anos. Para os novos e estabelecidos, representa a geração de ocupação atual.

4.5. Faturamento Anual dos Empreendimentos

A tabela a seguir separa os empreendedores em faixas de faturamento anual, que vai de não informado, zero até acima de 4,8 milhões de reais. O mais alto valor de faturamento foi também o de menor incidência de respostas pelos empreendedores, tanto entre os nascentes, quanto entre os novos e estabelecidos, com e sem CNPJ. Esse valor foi alvo de 0,4% das respostas dos nascentes e dos **novos empreendedores** e 0,5% dos **empreendedores estabelecidos**.

Entre os **nascentes**, a porcentagem de empreendimentos que ainda não faturaram nada foi a maior, com 38,7%. Em seguida, estiveram as duas faixas menores de faturamento: até 6 mil por ano (20,4%) e de 6 a 12 mil no ano (11,9%).

As primeiras faixas de faturamento foram as com mais respostas entre **novos empreendedores**: até R\$ 6 mil por ano somou 24% dos retornos. De R\$ 6 a 12 mil foi a resposta de 16,3% dos participantes. E de R\$ 12 a 24 mil totalizou 11,8%.

E entre os **estabelecidos** a maior faixa optou por não informar o faturamento. Em sequência, 20% dos participantes informaram faturar até R\$ 6 mil por ano e 13% de R\$ 12 a 24 mil ao ano. Aqui chamou a atenção a alta incidência de empresas sem CNPJ que alegaram faturar na faixa de até 6 mil ao ano (28,4%) e de 12 a 24 mil (14,3%). Já entre os empreendimentos com CNPJ, as maiores respostas foram de até 6 mil ao ano (12,6%) e de 12 a 24 mil (11%).

Tabela 4.12.: Distribuição percentual dos empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO) segundo a formalização e o faturamento anual de seus empreendimentos - Brasil - 2021

Pessoas ocupadas	Nascentes (NEA)			Novos (NBO)			Estabelecidos (EBO)		
	(NEA)	Com CNPJ	Sem CNPJ	Novos (NBO)	Com CNPJ	Sem CNPJ	(EBO)	Com CNPJ	Sem CNPJ
Não informou	4,5	6,3	3,8	10,5	13,6	7,7	22,9	25,9	19,9
Ainda não faturou nada	38,7	35,6	38,6	4,0	3,2	4,7	--	--	--
Até R\$ 6.000,00 por ano (+/- R\$ 500,00 mês)	20,4	14,2	23,3	24,0	13,9	31,2	20,0	12,6	28,4
De R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00 por ano (+ R\$ 500,01 até R\$ 1.000,00 mês)	11,9	12,7	12,0	16,3	11,8	19,3	7,7	6,7	8,9
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00 por ano (+ de R\$ 1.000,00 até R\$ 2.000,00 mês)	5,8	0,0	8,7	11,8	11,8	12,1	13,0	11,0	14,3
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00 por ano (+ de R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00 mês)	4,9	3,3	5,8	10,8	14,6	8,3	5,4	5,7	5,3
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00 por ano (+ de R\$ 3.000,00 até R\$ 4.000,00 mês)	2,0	3,3	1,5	3,0	4,2	2,3	4,7	5,0	4,5
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00 por ano (+ de R\$ 4.000,00 até R\$ 5.000,00 mês)	2,0	2,8	1,6	5,2	8,1	3,2	5,5	7,4	3,5
De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00 por ano (+ de R\$ 5.000,00 até R\$ 6.750,00 mês)	2,9	6,4	1,3	4,6	4,2	5,0	9,2	8,2	10,5
De R\$ 81.000,01 a R\$ 120.000,00 por ano (+ de R\$ 6.750,00 até R\$ 10.000,00 mês)	2,3	4,5	1,4	2,6	3,2	2,2	3,2	4,4	1,9
De R\$ 120.000,01 a R\$ 240.000,00 por ano (+ de R\$ 10.000,00 até R\$ 20.000,00 mês)	2,3	4,6	1,3	3,5	5,2	2,4	2,3	2,8	1,9
Acima de R\$ 360.000,00 por ano (+ de R\$ 30.000,00 mês)	2,4	6,4	0,6	3,6	6,2	1,7	5,9	10,4	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

4.6. Inovação

Nesta parte do estudo, pode-se ver uma divisão diferente tendo como base a porcentagem de empreendedores no Brasil que abrangem inovação em produtos e/ou serviços ou em processos (tecnologia), comparativamente entre os empreendedores nascentes, novos e estabelecidos. Dessa forma, é possível entender a dinâmica quanto à inovação incorporada aos empreendimentos.

A maior parte dos negócios, sejam iniciais ou estabelecidos, não apontou inovações de processos nem de produtos ou serviços. Porém, entre os nascentes, foi o estágio em que se observou a maior tendência à inovação, sendo que 27,2% dos empreendedores informaram que buscam alguma inovação em produto ou serviço e 19,6% afirmaram que esperam gerar uma inovação em termos de processos para o mercado local. Ainda em relação aos nascentes, 1,4% buscou

innovar no Brasil em produtos e serviços e 2,5% em processos. Já quando analisadas as inovações em nível mundial, os nascentes assinalaram 1,9% de inovação em produtos e serviços, porém não pontuaram em processos.

Entre os novos empreendedores, a busca por inovação também se destaca no mercado local, uma vez que os empreendedores nesse estágio assinalaram 9,7% para novos produtos e serviços e 9,9% para processos. Já 1,2% estimou trazer inovação ao Brasil e 0,5% para o mundo na categoria produtos e serviços, enquanto 1% visou trazer inovação de processos para o Brasil e 0,4% para o mundo.

Já os empreendedores estabelecidos não almejavam inovações que os destaque além das fronteiras locais: 6% buscaram inovar em produtos e serviços e 10% em processos (tecnologia).

Tabela 4.13.: Distribuição percentual dos empreendedores nascentes (NEA), novos (NBO) e estabelecidos (EBO) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos - Brasil - 2021

Abrangência	% dos empreendedores					
	Nascentes (NEA)		Novos (NBO)		Estabelecidos (EBO)	
	Produto ou serviço será novo	Processo (tecnologia) será novo	Produto ou serviço é novo	Processo (tecnologia) é novo	Produto ou serviço é novo	Processo (tecnologia) é novo
Local	27,2	19,6	9,7	9,9	6,0	10,0
Brasil	1,4	2,5	1,2	1,0	0,0	0,0
Mundo	1,9	0,0	0,5	0,4	0,0	0,0
Nenhum local	69,4	78,0	88,6	88,7	94,0	90,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

A seguir, o presente estudo apresenta um comparativo entre o Brasil e os outros 46 países divididos por regiões geográficas do globo, sob a perspectiva do impacto do empreendedorismo nos empreendedores iniciais por nível de renda e no âmbito nacional e internacional.

Considerou-se impacto de âmbito nacional empreendedores que afirmaram que possuem ou terão clientes procedentes de pelo menos outras cidades e estados do país e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia pode ser considerado uma novidade em nível nacional. Já o impacto de âmbito internacional foi atribuído aos empreendedores que demonstraram esses mesmos itens com foco internacional.

O Canadá foi o único participante a aparecer entre os três primeiros colocados em ambos os impactos, nacional e internacional. Ele marcou a terceira colocação nos negócios de impacto nacional, com 5,1%, atrás da República Dominicana (5,5%) e do Catar (5,4%). O Brasil foi o 38º colocado, com 0,6%.

O país do extremo norte americano também manteve o mesmo local no pódio de maior impacto internacional, com 1,3%. Ele foi superado apenas pelos Emirados Árabes Unidos, com 1,4%, e empatou com os Estados Unidos, com 1,3%. O Brasil, nesse quesito, ficou na 32ª posição.

Nos países de renda média, a República Dominicana foi a líder em impacto nacional (5,5%).

Essa economia, que também se destacou no capítulo anterior, foi a segunda maior economia de média renda em impacto internacional (0,6%), atrás apenas da Turquia (que obteve 1%). Já quando observada a posição em relação aos demais integrantes da América Latina e Caribe, a República Dominicana liderou ambos os *rankings*, enquanto o Brasil ficou na última posição em impacto, tanto nacional quanto internacional.

Excluindo-se da avaliação o Canadá e os Estados Unidos, citados anteriormente, o destaque na região da Europa e da América do Norte ficou para os Países Baixos, tanto nacional quanto internacional, com respectivamente 3,5 e 1,2%.

Os maiores resultados no Oriente Médio e África tanto em nível nacional quanto internacional foram dos mesmos três países, que se revezaram nas posições: Catar, com 5,4% de impacto nacional e 0,3% internacional; Emirados Árabes Unidos, com 5,1% e 1,4%, respectivamente; e Israel, com 1,2% nacional e 0,4% internacional.

E, por fim, no maior continente, a Turquia liderou o bloco, com maior impacto nacional (4,7%) e internacional (1%), seguida pela Coreia do Sul (2,2% nacional e 0,4% internacional) e Japão, com 1,6% e 0,4%. O que chamou a atenção foi que o primeiro país tem uma economia considerada de renda média e os demais, de renda alta.

Tabela 4.14.: Taxa (%) dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o impacto do empreendimento (âmbito nacional e internacional) - Economias participantes - 2021

¹ Impacto de âmbito nacional: o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de pelo menos outras cidades e estados do país e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia que utiliza pode ser considerado uma novidade em nível nacional. ² Impacto de âmbito internacional: o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de outros países e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia que utiliza pode ser considerado uma novidade em nível internacional.

Regiões	Economias	Níveis de renda	Impacto		Classificação	
			Âmbito nacional ¹	Âmbito internacional ²	Âmbito nacional ¹	Âmbito internacional ²
América Latina e Caribe	Rep. Dominicana	M	5,5	0,6	1º	13º
	Chile	A	3,7	0,3	6º	27º
	Uruguai	A	3,3	0,4	8º	18º
	Panamá	M	3,0	0,4	9º	20º
	Colômbia	M	2,4	0,4	15º	17º
	Guatemala	M	1,8	0,2	20º	33º
	Brasil	M	0,6	0,2	38º	32º
Europa e América do Norte	Canadá	A	5,1	1,3	3º	3º
	Países Baixos	A	3,5	1,2	7º	4º
	Estados Unidos	A	2,7	1,3	10º	2º
	Suíça	A	2,6	0,8	11º	8º
	Letônia	A	2,5	1,1	12º	5º
	Luxemburgo	A	2,4	0,7	13º	10º
	Croácia	A	2,4	0,5	14º	14º
	Irlanda	A	2,2	0,8	16º	9º
	Reino Unido	A	1,9	0,9	18º	7º
	Finlândia	A	1,9	0,6	19º	11º
	Suécia	A	1,7	0,6	21º	12º
	França	A	1,4	0,4	23º	15º
	Eslovênia	A	1,4	0,3	24º	24º
	Chipre	A	1,3	0,1	25º	38º
	Bielorrússia	M	1,3	0,3	26º	23º
	Alemanha	A	1,2	0,4	27º	21º
	Romênia	M	1,1	0,1	29º	34º
	Grécia	A	1,1	0,2	30º	28º
	Hungria	A	1,1	0,1	31º	35º
	Itália	A	0,9	0,2	33º	29º
Espanha	A	0,8	0,3	34º	25º	
Eslováquia	A	0,4	0,0	40º	40º	
Rússia	M	0,4	0,2	41º	31º	
Noruega	A	0,3	0,1	42º	37º	
Polônia	A	0,1	0,0	46º	44º	
Oriente Médio e África	Catar	A	5,4	0,3	2º	26º
	Emirados Árabes	A	5,1	1,4	4º	1º
	Israel	A	1,2	0,4	28º	22º
	África do Sul	M	0,9	0,2	32º	30º
	Irã	B	0,7	0,1	35º	36º
	Egito	B	0,7	0,0	36º	41º
	Sudão	B	0,6	0,0	37º	43º
	Omã	A	0,6	0,0	39º	46º
	Arábia Saudita	A	0,3	0,0	43º	39º
	Marrocos	B	0,2	0,0	45º	45º
Ásia	Turquia	M	4,7	1,0	5º	6º
	Coreia do Sul	A	2,2	0,4	17º	19º
	Japão	A	1,6	0,4	22º	16º
	Índia	B	0,3	0,0	44º	42º
	Cazaquistão	M	0,1	0,0	47º	47º

Fonte: GEM Brasil 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

Para concluir este capítulo, a **tabela 4.15.** a seguir trouxe 12 atividades desempenhadas por empreendedores em estágio inicial do ponto de vista do impacto nacional, levando em consideração o fato de possuírem ou não CNPJ.

Das atividades mapeadas nesse estudo, o desenvolvimento de programas de computador sob encomenda lidera a lista dos empreendimentos com CNPJ. O antagonismo fica evidente, quando se encontram atividades relacionadas a esgoto, exceto a gestão de redes, que tem porcentagem representativamente maior que a primeira atividade citada neste parágrafo, porém, sem CNPJ.

Tabela 4.15.: Distribuição percentual das atividades dos empreendimentos com impacto de âmbito nacional¹ (empreendedores em estágio inicial - TEA) segundo a formalização dos empreendimentos - Brasil - 2021

Atividade (CNAE)	Com CNPJ	Sem CNPJ
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	21,0	0,0
Construção de edifícios	12,1	0,0
Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	10,1	0,0
Outras atividades de telecomunicações	10,1	0,0
Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente	10,1	0,0
Atividades de associações de defesa de direitos sociais	10,1	0,0
Comércio atacadista de animais vivos, alimentos para animais e matérias-primas agrícolas, exceto café e soja	9,3	0,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	9,0	0,0
Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	8,1	0,0
Atividades relacionadas a esgoto, exceto a gestão de redes	0,0	37,7
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	0,0	33,9
Atividades de malote e de entrega	0,0	28,3
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Impacto de âmbito nacional: o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de pelo menos outras cidades e estados do país e que o seu produto ou o processo que utiliza pode ser considerado uma novidade em nível nacional.

CAPÍTULO 5



Investidores Informais

Investidores Informais

Para compreender o que fomenta o empreendedorismo nas economias, o GEM analisou os investidores informais que apoiam financeiramente a criação de um novo negócio iniciado por outra pessoa, seja por meio de empréstimo de dinheiro ou de financiamento pessoal. Também foram observados os montantes investidos nas 47 economias estudadas pelo GEM em 2021.

Consideram-se investidores informais quaisquer indivíduos provenientes da Pesquisa da População Adulta (APS) que afirmaram que investiram informalmente nos últimos três anos

em algum negócio inicial que não fossem próprios e nos quais não exerciam nenhuma função administrativa. A pesquisa desconsiderou os investimentos formais, como a compra de ações ou a participação em fundos de investimentos.

Em 2021, o Brasil contou com cerca de 15 milhões de pessoas como investidores informais, dado estimado a partir da proporção de 10,7% da população adulta, de 18 a 64 anos de idade, que informou ter investido informalmente em negócios.

Tabela 5.1.: Taxa¹ (%) e estimativa² (número de pessoas) de investidores informais³ – Brasil 2021

Investidores informais	
Taxa	10,7
Estimativa	15.033.500

Fonte: GEM Brasil 2021.

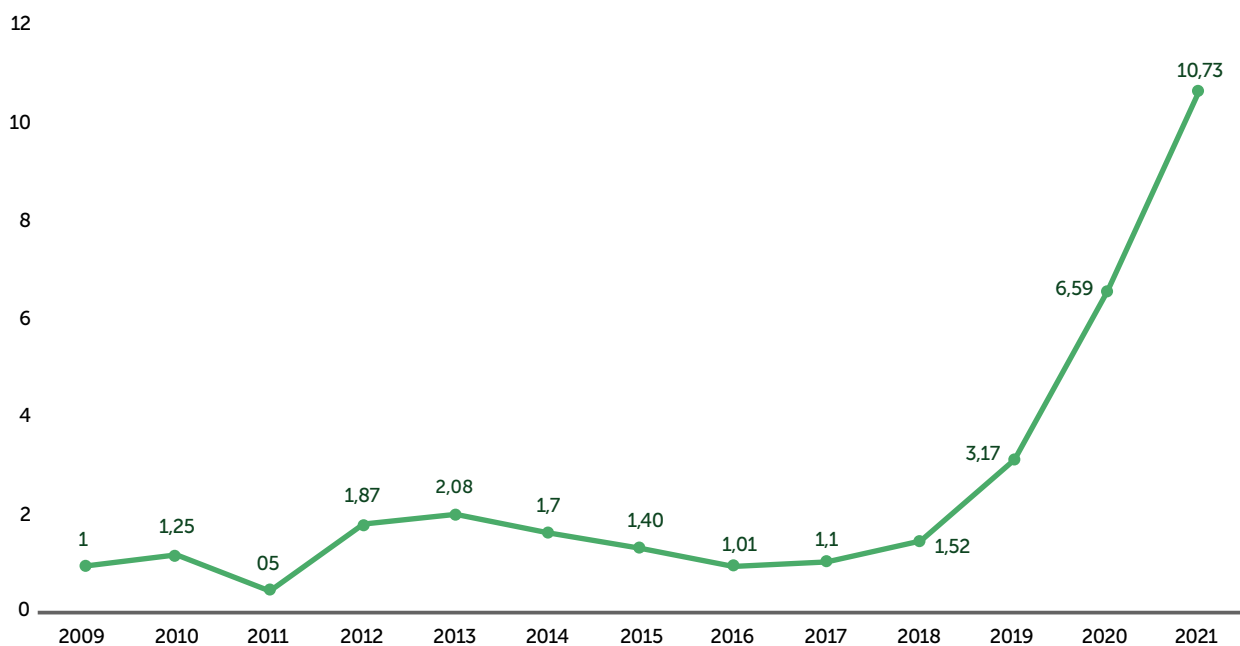
¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Estimativas calculadas a partir dos dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2021: 150,5 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 2021).

³ 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). Esse financiamento não considera compra de ações ou a participação em fundos de investimentos.

O percentual de 10,7% de investidores informais de 2021 bateu o recorde de 2020 e tornou-se o maior de toda a série histórica iniciada em 2009 (**gráfico 5.1.**), que naquela pesquisa foi de apenas 1%. Além disso, o valor de 2021 foi cerca de 4,1% maior que o observado em 2020, que foi de 6,6%.

Gráfico 5.1.: Evolução das taxas¹ (em %) de investidores informais² - Brasil – 2009:2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² 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). Esse financiamento não considera compra de ações ou a participação em fundos de investimentos.



O passo seguinte foi entender o montante dos recursos despendidos pelos investidores informais. A **tabela 5.2.** a seguir revela que o valor médio investido de modo informal pelos brasileiros foi de R\$ 15.188,20. O número representou uma queda significativa com relação a 2020, cujo valor médio ficou em R\$ 22.826,17.

Como a variação dos valores em relação à média foi grande e a distribuição dos resultados foi assimétrica, a mediana também foi calculada e resultou no valor de R\$ 3.000,00.

Isso significa que metade dos 15 milhões de investidores informais investiram abaixo desse valor e a outra metade acima. Em comparação aos valores do GEM Brasil 2020, também foi observada uma queda: naquele ano o valor da mediana ficou em R\$ 5.000,00.

Já a amplitude de investidos considerou desde o valor mínimo, que em 2021 foi de R\$ 100,00, até o máximo, de R\$ 700.000,00. Nesse quesito houve um significativo aumento, já que o maior valor obtido em 2020 foi de R\$ 500.000,00.

Tabela 5.2.: Estatísticas dos valores (em R\$) investidos pelos investidores informais - Brasil - 2019:2021

Estatística	2019	2020	2021
Média	R\$ 7.939,34	R\$ 22.826,17	R\$ 15.188,21
Mínimo	R\$ 100,00	R\$ 150,00	R\$ 100,00
Máximo	R\$ 50.000,00	R\$ 500.000,00	R\$ 700.000,00
Mediana	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 3.000,00

Fonte: GEM Brasil 2021.

Assim como em 2020, o fator financiamento é um dos pontos que necessita de melhora no ecossistema brasileiro (no capítulo 7 são abordadas, de forma mais detalhada, as condições para empreender). O **capítulo 7** também aponta que, dentre as possibilidades de apoio financeiro, o investimento informal de pessoas físicas (como família, amigos e colegas), que não sejam os fundadores dos negócios, foi o que teve nota mais alta entre os especialistas.

O investimento informal obteve 4,4 na média de notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva. Essa é uma importante alternativa no país, frente às dificuldades na obtenção de crédito pelo sistema financeiro para pequenos e novos empreendimentos e do alto custo do crédito no Brasil.

5.1. Proporção de Investidores Informais no Brasil e no Mundo

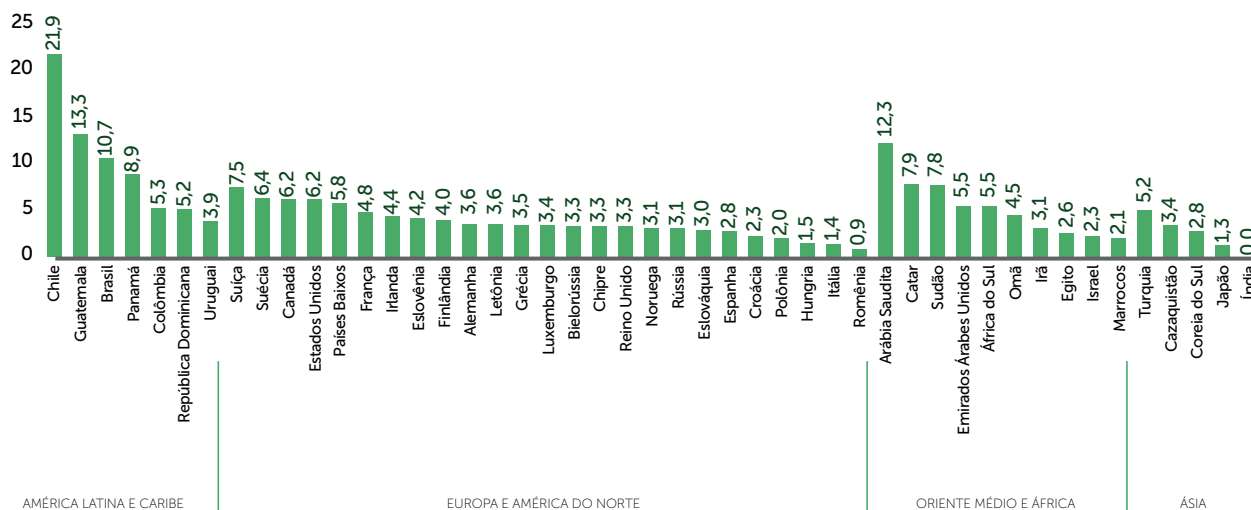
A importância do investimento informal no Brasil, apontada na seção anterior torna-se ainda mais significativa, quando comparada com as demais 46 economias participantes do GEM 2021. Na **tabela 5.3.** a seguir, é possível ver que o Brasil ocupou a 4ª posição geral dentre as 47 economias participantes do estudo, com 10,7%.

E a relevância desse tipo de investimento mostrou-se grande também em especial para as economias da região da América Latina e Caribe, em que o Brasil ficou na terceira

posição. Ao redor do mundo, o Chile figurou com o maior valor (21,9%) dentre todas as economias da pesquisa, seguido pela Guatemala (13,3%), Arábia Saudita (12,3%) e Brasil (10,7%), as únicas economias com valores superiores a 10%.

Em contrapartida, a menor taxa encontrada é a da Índia, onde não houve investimento informal (portanto, 0%). Na sequência apareceram Romênia (0,9%), Japão (1,3%), Itália (1,4%) e Hungria (1,5%).

Gráfico 5.2.: Taxas (em %) de investidores informais – Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021



Fonte: GEM 2021.

5.2. Valores Investidos pelos Investidores Informais

Já quando analisado o total de recursos investidos, padronizando em dólares, o **gráfico 5.3.** a seguir mostra que os valores gastos pelos investidores informais na Europa e América do Norte e no Oriente Médio e África são substancialmente maiores quando comparados aos das demais economias estudadas pelo GEM 2021. A título de comparação, os valores foram convertidos para dólares, sendo a taxa de conversão utilizada para o Brasil de R\$ 5,19 para cada US\$ 1,00. A média investida pelos investidores informais brasileiros em dólares foi de US\$ 2.928,77.

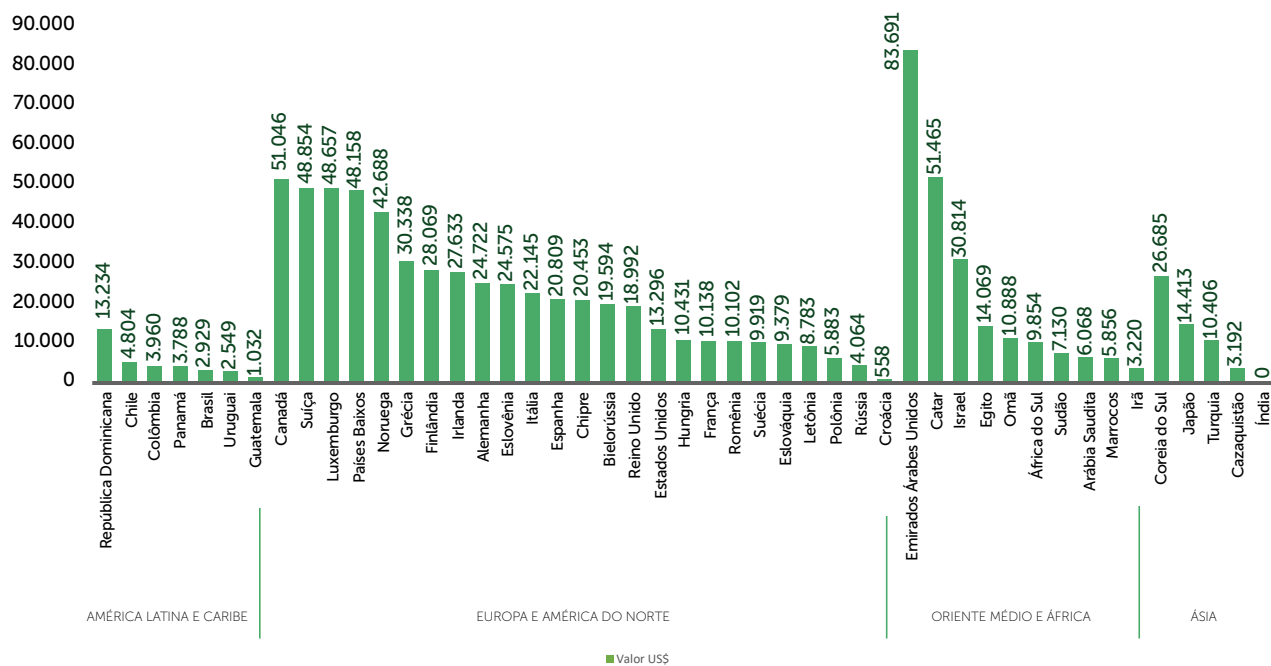
Esse valor investido colocou o Brasil como o 43º colocado entre as 47 economias analisadas em 2021 pelo GEM, atrás apenas das duas economias da mesma região, Uruguai e Guatemala, e da Croácia e da Índia. Vale destacar que, dos 20 primeiros colocados, apenas a Bielorrússia é um país de média renda. Todos os demais são países pertencentes à alta renda. O país da

América Latina e Caribe que melhor pontuou nesse quesito foi a República Dominicana, com US\$ 13.233,75, ficando em 23º lugar.

As cinco primeiras economias mais bem classificadas são todas de renda alta e predominantemente do Oriente Médio e da Europa, sendo, em ordem decrescente: Emirados Árabes Unidos (US\$ 83.691,32), Catar (US\$ 51.465,03), Canadá (US\$ 51.045,92), Suíça (US\$ 48.854,16) e Luxemburgo (US\$ 48.656,62). Vale destacar que, no Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo 2021 (NECI, **capítulo 7**), os Emirados Árabes Unidos também ocuparam o primeiro lugar.

Na região da América Latina e Caribe, o Brasil ocupou a quinta posição, com US\$ 2.928,77. Antes dele estão: República Dominicana (US\$ 13.233,75), Chile (US\$ 4.804,29), Colômbia (US\$ 3.959,90) e Panamá (US\$ 3.788,10).

Gráfico 5.3.: Valor médio investido (em dólares) pelos investidores informais¹ - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021



Fonte: GEM 2021.

Portanto, observa-se que, embora os investidores informais no Brasil sejam bastante relevantes para os novos empreendimentos em termos de percentual, o montante investido ainda é baixo quando comparado com as demais economias do GEM 2021.

Isso porque, embora o Brasil tenha se posicionado na quarta colocação na proporção de investidores informais, em relação ao montante investido ocupou somente a 43ª posição, perdendo 11 posições em relação à pesquisa GEM 2020, quando ocupava a 32ª posição, entre as 43 economias pesquisadas.

**Tabela 5.3.: Taxas (em %) de investidores informais e valor médio investido (em dólares)
- Economias participantes - 2021**

Regiões	Economias	Níveis de renda	Investidores Informais	
			Taxa(%)	Valor \$
América Latina e Caribe	Brasil	M	10,7	\$ 2.928,77
	Chile	A	21,9	\$ 4.804,30
	Colômbia	M	5,3	\$ 3.959,90
	Guatemala	M	13,3	\$ 1.031,83
	Panamá	M	8,9	\$ 3.788,10
	República Dominicana	M	5,2	\$ 13.233,75
	Uruguai	A	3,9	\$ 2.548,90
Europa e América do Norte	Alemanha	A	3,6	\$ 24.721,64
	Bielorrússia	M	3,3	\$ 19.594,12
	Canadá	A	6,2	\$ 51.045,93
	Chipre	A	3,3	\$ 20.452,70
	Croácia	A	2,3	\$ 558,09
	Eslováquia	A	3,0	\$ 9.379,38
	Eslovênia	A	4,2	\$ 24.575,08
	Espanha	A	2,8	\$ 20.809,23
	Estados Unidos	A	6,2	\$ 13.295,82
	Finlândia	A	4,0	\$ 28.069,49
	França	A	4,8	\$ 10.138,41
	Grécia	A	3,5	\$ 30.338,06
	Hungria	A	1,5	\$ 10.430,92
	Irlanda	A	4,4	\$ 27.633,07
	Itália	A	1,4	\$ 22.144,97
	Letônia	A	3,6	\$ 8.783,27
	Luxemburgo	A	3,4	\$ 48.656,63
	Noruega	A	3,1	\$ 42.687,76
	Países Baixos	A	5,8	\$ 48.158,49
	Polônia	A	2,0	\$ 5.882,59
Reino Unido	A	3,3	\$ 18.991,84	
Romênia	M	0,9	\$ 10.102,25	
Rússia	M	3,1	\$ 4.064,39	
Suécia	A	6,4	\$ 9.918,80	
Suíça	A	7,5	\$ 48.854,16	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	5,5	\$ 9.853,93
	Arábia Saudita	A	12,3	\$ 6.068,23
	Catar	A	7,9	\$ 51.465,04
	Egito	B	2,6	\$ 14.068,65
	Emirados Árabes Unidos	A	5,5	\$ 83.691,32
	Irã	B	3,1	\$ 3.219,54
	Israel	A	2,3	\$ 30.814,45
	Marrocos	B	2,1	\$ 5.855,83
	Omã	A	4,5	\$ 10.888,22
Sudão	B	7,8	\$ 7.129,77	
Ásia	Cazaquistão	M	3,4	\$ 3.192,08
	Coreia do Sul	A	2,8	\$ 26.685,03
	Índia	B	0,0	--
	Japão	A	1,3	\$ 14.413,33
	Turquia	M	5,2	\$ 10.405,71

Fonte: GEM 2021. B = Baixa. M = Média. A = Alta.

5.3. Características Sociodemográficas dos Investimentos Informais

Já quando consideradas as características sociodemográficas, nota-se que a proporção dos homens superou a das mulheres em 2021, visto que 13,1% dos homens brasileiros em idade adulta, de 18 a 64 anos, investiram nos últimos três anos em alguma atividade empreendedora inicial, que não as próprias, enquanto entre as mulheres, essa proporção foi de 8,5%. Entretanto, as duas taxas são superiores às apresentadas no relatório GEM 2020, quando eram de 7,3% e 5,9%, respectivamente.

Com relação à idade, as faixas etárias com maior proporção de investidores informais foram a de 18 a 24 anos, com 12,6%, e a de 25 a 34 anos, com 12,4%, o que mostra que esse público está cada mais jovem. Em 2020, esses índices estavam em 7,5% e 8,2%, respectivamente. As demais faixas etárias, englobando a população de 35 a 64 anos, tiveram índices abaixo dos 11%.

Na escolaridade, a predominância foi de investidores com Ensino Superior completo ou maior, com proporção de 14%. As pessoas com Ensino Médio completo também foram relevantes em 2021 na proporção de 11,7% e ambas as faixas aumentaram suas participações com relação a 2020, quando ficaram em 10,4 e 6,2, respectivamente. Observa-se, portanto, que o aumento de

escolaridade tem formado também um maior percentual de investidores informais no Brasil.

E, por fim, como já vem acontecendo em outros anos, a proporção de investidores informais permanece aumentando conforme a renda familiar cresce. Dentre aqueles que possuem renda familiar de mais de seis salários-mínimos, o índice foi de 21,5%. No entanto, é possível observar também um movimento entre aqueles cuja renda familiar é de até um salário-mínimo, em que as taxas foram de 15,8%, ocupando a segunda posição. Esse segundo valor é muito superior ao apresentado em 2020, quando a taxa ficou em 2,3%, o que chama especial atenção.

Esse aumento significativo na porcentagem de investidores informais em que a renda familiar é de até um salário-mínimo pode ser um dos fatores que contribuiu para a baixa no valor investido em 2021. Afinal, houve mais investidores em termos percentuais (10,7% em 2021 contra 6,6% em 2020), mas o valor médio foi inferior, indo de R\$ 22.826,17 em 2020 para R\$ 15.188,21 em 2021. A baixa também se refletiu na mediana, que em 2020 foi de R\$ 5.000,00 e em 2021 caiu para R\$ 3.000,00.

Tabela 5.4.: Taxas específicas¹ (em %) dos investidores informais² segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2021

Características sociodemográficas	Taxas
Sexo	
Masculino	13,1
Feminino	8,5
Faixa etária	
18 a 24 anos	12,6
25 a 34 anos	12,4
35 a 44 anos	10,7
45 a 54 anos	7,7
55 a 64 anos	9,9
Escolaridade³	
Fundamental incompleto	5,2
Fundamental completo	8,8
Médio completo	11,7
Superior completo ou maior	14,0
Renda familiar	
Até 1 salário mínimo	15,8
Mais de 1 até 2 salários-mínimos	6,0
Mais de 2 até 3 salários-mínimos	10,4
Mais de 3 até 6 salários-mínimos	10,9
Mais de 6 salários-mínimos	21,5

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ Percentual referente a cada categoria da população (ex. 13,1% dos homens no Brasil eram investidores informais em 2021).

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). 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.

.....

5.3.1. Nível de Relacionamento com o Empreendedor

E, por fim, o estudo procurou entender o nível de relacionamento entre o investidor informal e o empreendedor que recebeu o recurso financeiro. Conforme a **tabela 5.5.** revela a seguir, o percentual de investidores classificados como **familiares próximos** (cônjuge, irmãos, filhos, pais e netos) atingiu 43,7%. Já amigos ou vizinhos que realizaram aportes de recursos somaram 38,3%.

Quando somados os valores dos familiares próximos à proporção de investidores de outro

grau de parentesco, que em 2021 somou 9,8%, é possível concluir que no Brasil a maioria dos investidores informais é composta de familiares: 53,5%. Nota-se, entretanto, que o valor decaiu um pouco em relação a 2020, quando essa categoria obteve 62,2%.

As outras duas categorias atingiram proporções mais modestas, sendo 7,3% dos investimentos vindos de pessoas classificadas como “colega de trabalho” e 0,9% de um “estranho com uma boa ideia de negócio”.

Tabela 5.5.: Distribuição percentual dos investidores informais segundo o nível de relacionamento com o empreendedor - Brasil - 2021

Nível de relacionamento	% dos investidores informais
Familiar próximo, como cônjuge, irmãos, filhos, pais e netos	43,7
Um amigo ou vizinho	38,3
Algum outro parente	9,8
Um colega de trabalho	7,3
Um estranho com uma boa ideia de negócio	0,9
Outro	0,0
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

CAPÍTULO 6



Fundamentos Socioculturais do Empreendedorismo



Fundamentos Socioculturais do Empreendedorismo

O que faz com que um indivíduo tenha o sonho de empreender? Esse desejo teria relação com a cultura de um local? Ou seria estimulado pelo contato com outros empreendedores? O ato de vislumbrar um cenário propício para um negócio poderia incentivar o nascimento de novos empreendimentos? Este sexto capítulo se dedica a investigar os fundamentos sociais e culturais do empreendedorismo. O objetivo

é compreender as percepções externas e as atitudes que influenciam, tanto a favor quanto de forma contrária, para a decisão de empreender.

Por fim, este capítulo analisa também os principais sonhos dos brasileiros e, em especial, seu desejo em empreender, relacionando-o à população em geral; aos empreendedores nascentes, novos e estabelecidos; e aos não empreendedores.

6.1. Percepções e Atitudes dos Empreendedores

O contato próximo com empreendedores pode ser um fator de influência ao desejo de empreender – seja positiva ou negativamente. Conhecer outros empreendedores, entender seus anseios, conquistas e recomendações, dicas de onde empreender e de como obter crédito, por exemplo, podem ajudar a inspirar quem está cogitando se tornar um empreendedor. Por outro lado, experiências ruins, dificuldades e outros relatos sobre a criação e operação de um negócio podem também contribuir para aumentar o receio de se optar pelo empreendedorismo.

Fato é que a troca de informações é crucial para a atividade. Nos itens a seguir, o objetivo do estudo é entender essas interações em cinco aspectos: percentual da população que conhece pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos, percepção de facilidade ao abrir um negócio, percepção de boas oportunidades no mercado, medo do fracasso e conhecimentos, habilidades e experiência para abrir um negócio.

6.1.1. Conhecer Pessoalmente Outros Empreendedores

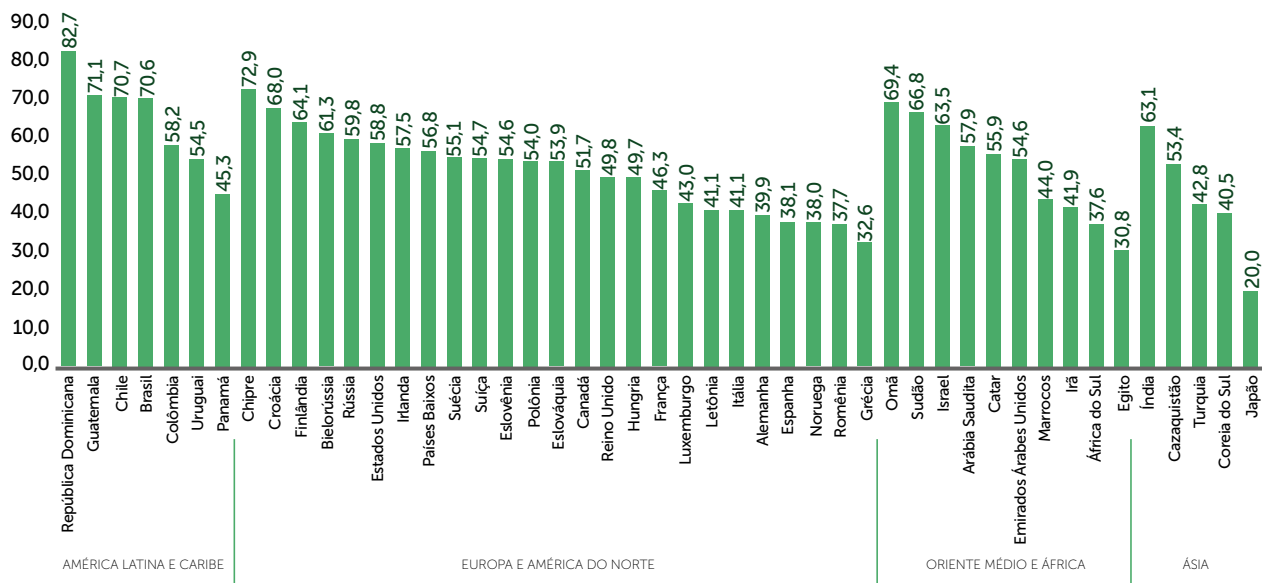
No **gráfico 6.1.** a seguir foram exibidos os percentuais da população das 47 economias participantes do GEM 2021, por regiões, que afirmaram conhecer pessoalmente alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos. Observa-se que a República Dominicana, país com a maior taxa de empreendedorismo total (conforme visto no capítulo 1), novamente apareceu em primeiro lugar no *ranking*, uma vez que 82,7% das pessoas entrevistadas afirmaram conhecer alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos.

Fazendo parte do grupo de economias com os maiores percentuais, estiveram também: Chipre (72,9%), Guatemala (71,1%), Chile (70,7%), Brasil (70,6%), Omã (69,4%), Croácia (68%), Sudão (66,8%), Finlândia (64,1%) e Israel (63,5%). Nesse grupo, houve três economias de renda média (Brasil, entre elas), seis de alta renda e uma de baixa renda. Todas as quatro regiões geográficas foram representadas.

Com esses dados, é possível perceber que a renda do país não é o único fator que determina o envolvimento e incentivo ao empreendedorismo. Basta analisar o caso do Japão, país considerado de alta renda e último colocado no *ranking*. Lá, 20% das pessoas consultadas afirmaram conhecer alguém que abriu uma empresa nos últimos dois anos. Tradicionalmente, este país é conhecido por não ter uma cultura empreendedora forte. A estabilidade é preferida à ruptura, e a conformidade ao individualismo. Culturalmente, o Japão não tolera sucesso nem fracasso extraordinários, o que pode desencorajar a atitude empreendedora.

O Brasil, país com nível de renda média, ocupou o quinto lugar entre as 47 economias participantes. No país, 70,6% dos entrevistados disseram conhecer alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos. No entanto, essa taxa foi menor do que a apresentada em 2020, que era de 74,2%. Na região da América Latina e Caribe, o Brasil ficou em quarto lugar, perdendo espaço para República Dominicana, Guatemala e Chile. Entre os países da América Latina e Caribe, três não superaram o nível percentual de 60%: o Panamá, em que 45,3% da população afirmou conhecer pessoalmente alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos; o Uruguai, com 54,5%; e a Colômbia, com 58,2%.

Gráfico 6.1.: Percentual da população que conhece pessoalmente alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos¹ - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021



Fonte: GEM 2021.

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?

6.1.2. Percepção de Facilidade ao Abrir um Negócio

Outro fator de influência na decisão de iniciar um negócio é a percepção de facilidade para isso. O ambiente de negócios do país, a agilidade para abertura e concessão de crédito, o impacto da carga tributária, entre outros quesitos interferem nas condições para empreender, tal como foi detalhado na pesquisa com especialistas NES do GEM, que será abordada no **capítulo 7** a seguir. Ao conhecer as facilidades ou dificuldades enfrentadas por outros empreendedores,

essa percepção contribui para motivar, ou não, a decisão de empreender.

O **gráfico 6.2.** a seguir traz os retornos dos entrevistados nas 47 economias do GEM quando perguntados sobre a facilidade de abrir um negócio. Em Israel, apenas 13,7% dos entrevistados afirmaram ser fácil começar um negócio, enquanto na Arábia Saudita, a melhor colocada no *ranking*, 93,5% das pessoas assinalaram

essa opinião. Esse resultado na Arábia Saudita provavelmente é decorrente das iniciativas de apoio financeiro por parte do governo e outros investidores. Logo no início da pandemia, por exemplo, o governo anunciou um pacote de estímulo de 50 bilhões de SAR (13,3 bilhões de dólares) para as PMEs. Além disso, 6 bilhões de SAR foram atribuídos a uma garantia de empréstimo para PMEs, segundo o GEM da Arábia Saudita.

Os dez países que mais se destacaram na percepção de facilidade para começar um negócio foram, em ordem decrescente: Arábia Saudita (93,5%), Países Baixos (85,6%), Suécia (82,6%), Índia (82,2%), Noruega (80,3%), Emirados Árabes Unidos (74,4%), Egito (72,4%), Reino Unido (70,7%), Finlândia (69,6%) e Suíça (68,9%). Nesse grupo, predominaram as economias (seis) da Europa, sendo oito economias de renda alta. Apenas duas são de renda baixa (Índia e Egito).

Especificamente na América Latina e Caribe, destacou-se a República Dominicana, onde 66,6% da população declarou perceber facilidade para iniciar um negócio. E, dentre os sete países desse grupo, o Brasil se colocou em quinto, com 42%.

Entre as dez economias em que a percepção de abertura de negócios é mais dificultada ficaram: Israel (13,7%), Itália (16,6%), Irã (17,7%), Turquia (25,1%), Eslováquia (25,8%), Romênia (27%), Colômbia (29%), Letônia (29,4%), Japão (29,7%) e Croácia (30,9%). Outro ponto que chama a atenção é a concentração de baixos índices nas economias da Europa (cinco) e de alta renda (seis), e três de renda média (Romênia, Turquia e Colômbia) e uma de renda baixa (Irã). Isso permite afastar a crença de que a alta renda de um país, por si, só seria motivadora para novos empreendimentos, uma vez que a maioria entre as dez economias com menores índices na percepção de facilidade de abertura de negócios, está na faixa de alta renda.

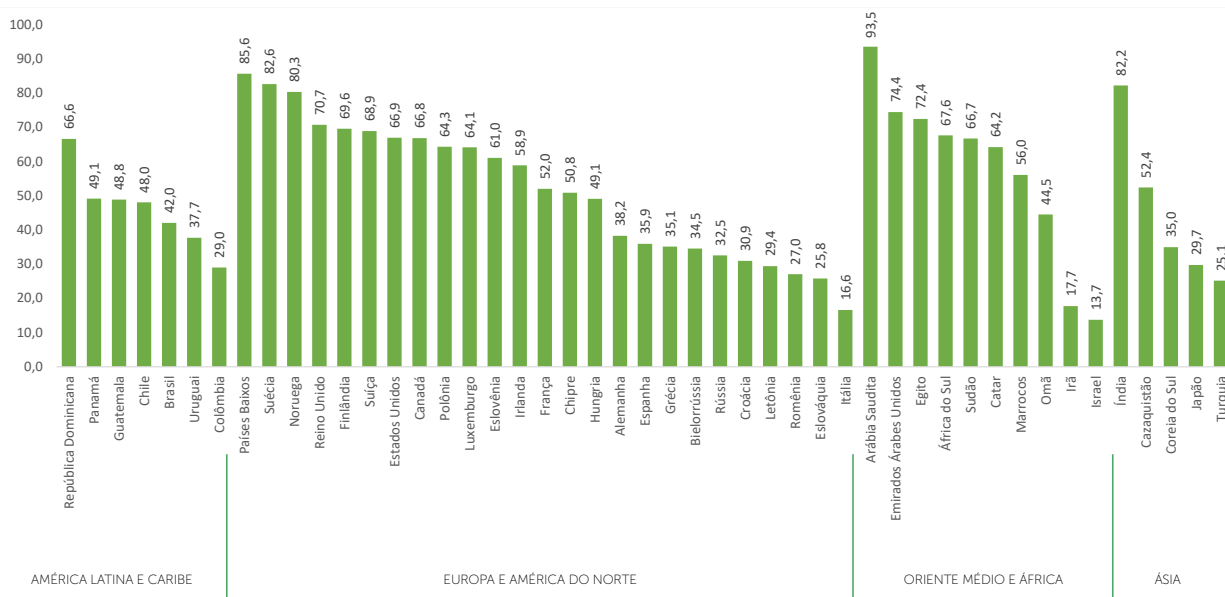
O Brasil se posicionou em 18º lugar entre as 47 economias pesquisadas quanto à percepção da facilidade para abertura de negócios, com a porcentagem de 42%. Em outras palavras, menos da metade das pessoas consultadas consideraram fácil abrir um negócio no Brasil. Esse índice se manteve estável em relação a 2020, quando era de 41,4%.

A percepção obtida pelo GEM confirma a imagem do ambiente brasileiro como difícil para os negócios, tal como são confirmados pelos resultados apresentados no **capítulo 7**, no qual os entrevistados sinalizaram que o contexto político, institucional e social e a burocracia nos processos de abertura são os fatores que mais influenciam restritivamente o empreendedorismo. Além disso, as avaliações sobre pontos relacionados ao apoio por parte do governo tiveram notas mais baixas dentre os diversos quesitos analisados.

Ao se comparar o auxílio fornecido às empresas brasileiras durante a pandemia com os aportes disponibilizados pelo governo da Arábia Saudita, por exemplo, é possível notar as discrepâncias. Durante o ano de 2021, com a pandemia, o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) concedeu R\$ 24,9 bilhões em empréstimos para quase 334 mil empresas. O número é bastante inferior aos 13,3 bilhões de dólares (cerca de 69 bilhões em reais) para as PMEs relatado pela Arábia Saudita.

Apesar disso, em 2021, o Brasil bateu recorde de empresas abertas. Foram 4.026.776 novos empreendimentos, de acordo com o Boletim do Mapa de Empresas, divulgado pelo Ministério da Economia, o que representa 20% a mais do que em 2020. Dessas 3.309.730 foram abertas na modalidade MEI, que possui menos burocracia para abertura. Em contrapartida, 1.410.870 empresas foram fechadas, o que representa um aumento de 34,6% com relação a 2020.

Gráfico 6.2.: Percentual¹ da população que afirma ser fácil começar um negócio - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) – 2021



Fonte: GEM 2021.

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

6.1.3. Percepção de Boas Oportunidades

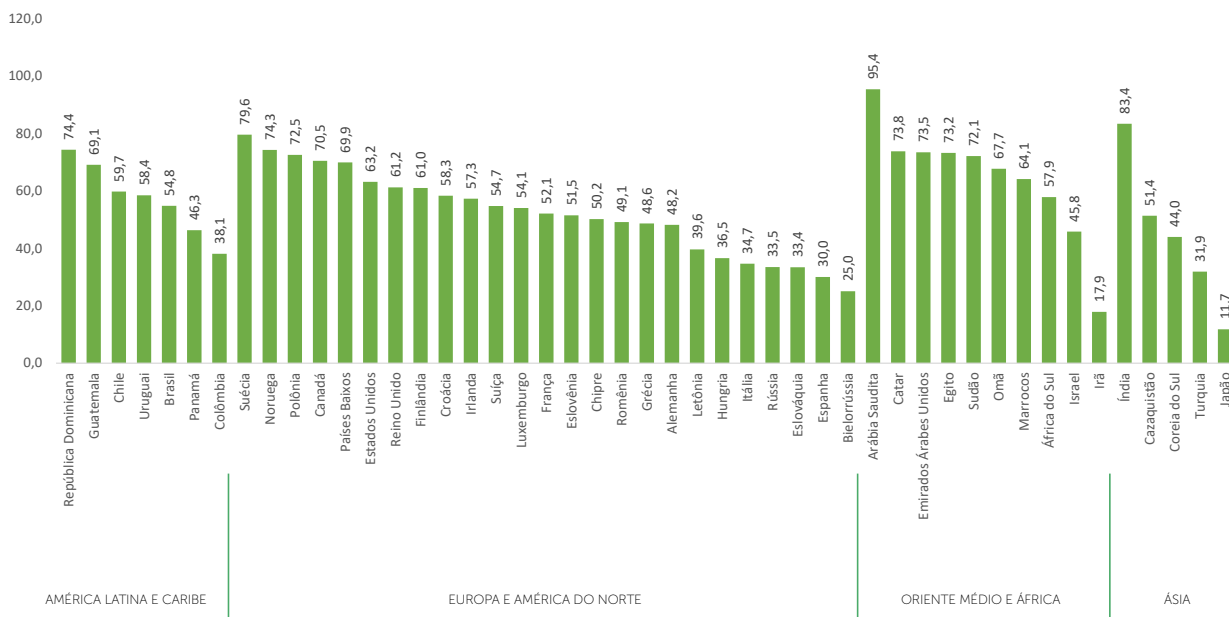
A terceira influência analisada pelo GEM 2021 é a percepção de boas oportunidades para abertura de novos negócios. Na Pesquisa da População Adulta (APS), os entrevistados responderam em que grau concordavam com a seguinte afirmação: “Nos próximos seis meses, haverá boas oportunidades para iniciar um negócio na cidade ou na região onde você mora”. As possibilidades iam desde concordo (totalmente ou em parte) a discordo (totalmente ou em parte), além das possibilidades de não saber ou se recusar a responder.

O **gráfico 6.3.** mostra a grande diferença de percepção nas 47 economias do GEM, uma vez que as respostas foram de 11,7% no Japão a 95,4% na Arábia Saudita. Tomando como base o percentual de 50%, das 47 economias, em 30 delas a população afirmou perceber boas oportunidades para iniciar um negócio no curto prazo. Dentre as dez economias que mais pontuaram nesse quesito, cinco estão localizadas na região do Oriente Médio e África, com percentuais entre 72,1% (no Sudão) e 95,4% (na já mencionada Arábia Saudita). Seis dessas economias foram de alta renda, uma de média renda e as outras três foram de baixa renda.

Na região da Europa e América do Norte, 15 economias obtiveram percentuais acima de 50%. Dentre elas, destacaram-se Suécia (79,6%), Noruega (74,3%), Polônia (72,5%), Canadá (70,5%) e Países Baixos (69,9%). Em 2020, apenas quatro países estavam acima de 50% nesse quesito. Considerando a mesma região, com percentuais abaixo de 50%, há sete economias de alta renda e três de média renda. Em contrapartida, em 2021, esse índice mostrava 15 países da região com menos de 50%. Ao analisar esses números, é possível verificar uma visão mais positiva a respeito da abertura de novos negócios em 2021, mesmo após a pandemia.

O Brasil marcou 54,8%, conquistando o 24º lugar entre as 47 economias e caindo posições em relação a 2020, quando ocupou o 15º lugar. Na região da América Latina e Caribe, o Brasil ficou na quinta colocação dentre os sete países presentes na lista, ficando na frente apenas do Panamá (46,3%) e Colômbia (38,1%). Com relação a 2020, houve uma retração na crença dos brasileiros em boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses, muito provavelmente decorrente dos efeitos da pandemia.

Gráfico 6.3.: Percentual¹ da população que percebe boas oportunidades para iniciar um negócio nos próximos seis meses - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021



Fonte: GEM 2021.

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.

6.1.4. Medo do Fracasso

Enquanto os pontos anteriores analisaram mais as oportunidades percebidas pelos empreendedores, os dois últimos itens estão relacionados com aspectos internos do indivíduo. São eles: o medo de fracassar na iniciativa de abrir um negócio próprio e os conhecimentos, habilidades e experiências percebidos.

Na pesquisa APS do GEM, os entrevistados foram questionados sobre o quanto o medo do fracasso era um impeditivo para empreender. Os resultados são apresentados no **gráfico 6.4**. O maior percentual foi marcado pelos entrevistados da Bielorrússia, de 56%, enquanto o Cazaquistão foi o menos impactado por esse motivador, com 12,1%.

Dez economias apresentaram os maiores percentuais da população que não começaria um negócio por medo de fracasso: Bielorrússia (56%), Índia (54,1%), Canadá (53,8%), Arábia

Saudita (53,6%), além de Egito e África do Sul (ambos com 53%), Reino Unido (51,8%), Grécia (51,5%), Espanha (51%) e Chipre (50,1%). Chamou a atenção o fato de não haver nenhuma economia da América Latina e Caribe nessa lista das economias cuja maior parte da população manifestou receio de falhar como fator desestimulante ao empreendedorismo. A lista contou com seis economias de alta renda, duas de média renda e duas de baixa renda.

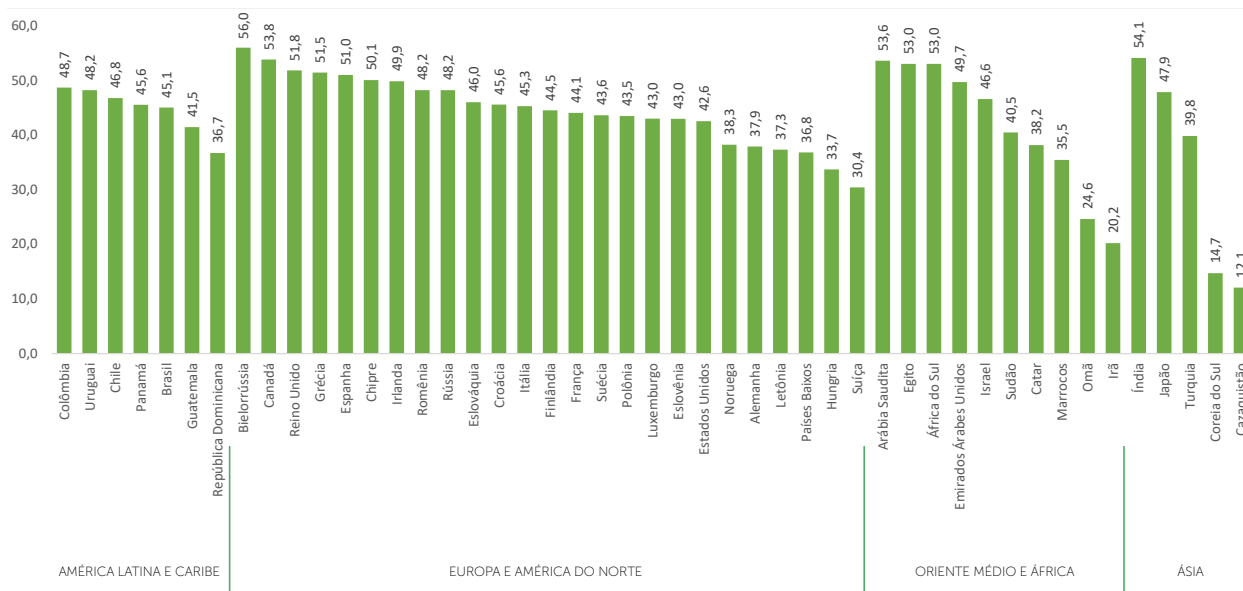
Em contrapartida, cinco economias marcaram as menores percentagens quanto ao medo do fracasso nos negócios: Cazaquistão (12,1%), Coreia do Sul (14,7%), Irã (20,2%), Omã (24,6%) e Suíça (30,4%). Nota-se que, nesse grupo, três economias são de renda alta (Coreia do Sul, Omã e Suíça), uma é média (Cazaquistão) e a outra é baixa (Irã). Geograficamente, dividem-se entre Ásia (dois países), Oriente Médio (dois países) e Europa (um).

Em relação ao medo de fracasso, a América Latina e Caribe teve menor variação do que as outras regiões, visto que o maior percentual foi da Colômbia (48,7%) e o menor foi da República Dominicana (36,7%). Assim, as economias dessa região ficaram na faixa intermediária de medo do fracasso. O Brasil marcou 45,1%, obtendo a quinta colocação dessa região. Na comparação com as 47 economias, o país atingiu a 24ª posição. Em 2020, esse índice era de 43,4%.

O peso do medo do fracasso pode limitar os números de empreendimentos em uma economia, ainda que as condições para empreender

se mostrem favoráveis. Na Índia, por exemplo, 82,2% da população declarou perceber boas oportunidades de negócios e 83,4% pontuou que é fácil abrir um negócio no país. Mesmo assim, mais da metade, 54,1%, das pessoas não começaria um negócio por medo do fracasso. Já o Cazaquistão surpreendeu na direção contrária: ainda que a população tenha marcado um percentual bem menor do que o da Índia, tanto na percepção de oportunidades (52,4%) quanto na facilidade da abertura de novos negócios (51,4%), o medo de fracassar foi o menor dentre todas as economias do GEM: 12,1%.

Gráfico 6.4.: Percentual¹ da população que percebe boas oportunidades, mas não começaria um negócio por medo de fracassar - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021



Fonte: GEM 2021.

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.

6.1.5. Conhecimentos, Habilidades e Experiências para Iniciar um Negócio

E, por fim, os entrevistados foram indagados sobre suas capacidades para criar e administrar um negócio próprio, olhando para três pontos:

conhecimentos, habilidades e experiências. Os dados das 47 economias, por regiões geográficas, são exibidos a seguir no **gráfico 6.5**.

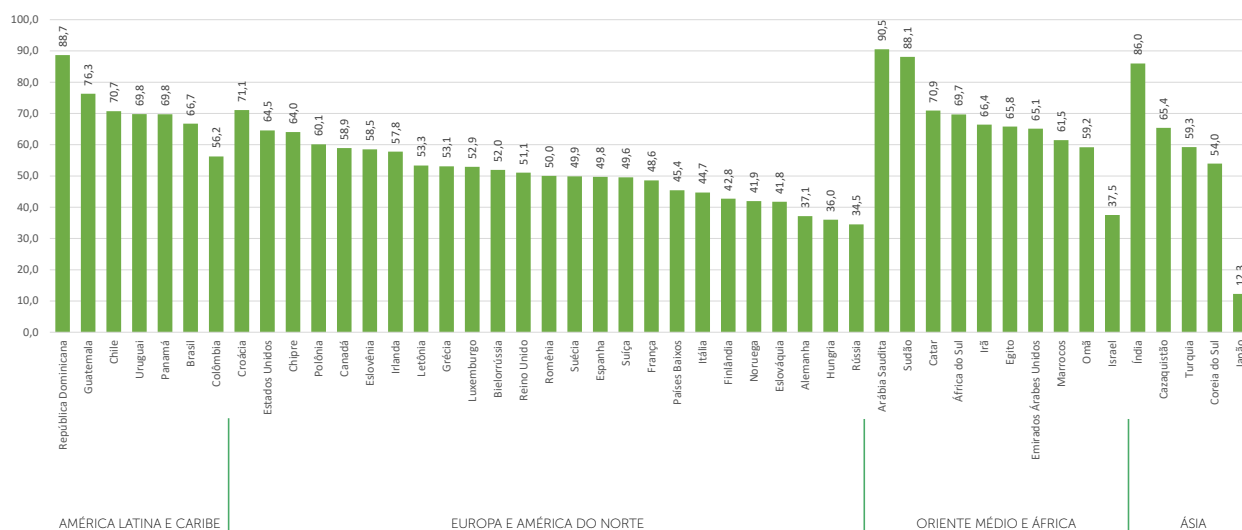
A líder nessa categoria foi a Arábia Saudita (90,5%) e a economia cuja população se considerou com menor nível de capacidade para criar e gerir um novo negócio foi o Japão (12,3%). Em 33 das 47 economias, os percentuais foram superiores a 50%, demonstrando que mais da metade das pessoas entrevistadas considerou possuir os conhecimentos, habilidades e experiências necessários para iniciar e administrar um empreendimento.

Entre as economias com os mais altos percentuais, em ordem decrescente, ficaram, além da já citada Arábia Saudita: República Dominicana (88,7%), Sudão (88,1%), Índia (86%), Guatemala (76,3%), Croácia (71,1%), Catar (70,9%), Chile (70,7%), Uruguai e Panamá (ambos com 69,8%). Vale destacar que todas as regiões marcaram presença entre as dez primeiras posições, com ênfase para a América Latina e Caribe, com cinco economias posicionadas, contra uma da Europa e América do Norte, uma da Ásia e três do Oriente Médio e África. Quanto à renda, quatro delas são de renda alta, três de renda média e duas são de renda baixa.

O Brasil ficou na 12ª colocação no ranking geral, com 66,7% – mesma posição ocupada em 2020. Na América Latina e Caribe, foi superado pela República Dominicana (88,7%), Guatemala (88,7%), Chile (70,7%) e Panamá (69,8%). Com exceção do Chile, que tem renda considerada alta, esses primeiros colocados da região são todos de renda média.

Em contrapartida, as dez economias nas quais as populações se consideraram menos preparadas para o empreendedorismo ficaram concentradas principalmente na Europa e América do Norte, com apenas uma da Ásia e uma do Oriente Médio e África: Japão (12,3%), Rússia (34,5%), Hungria (36%), Alemanha (37,1%), Israel (37,5%), Eslováquia (41,8%), Noruega (41,9%), Finlândia (42,8%), Itália (44,7%) e Países Baixos (45,4%). Dessas dez, nove são de renda alta, excetuando a Rússia, que é de renda média. O que chama a atenção nessa lista é a presença maciça de economias com acesso a bons sistemas educacionais e alta renda, mas, mesmo assim, a maioria dos entrevistados desses locais se analisou com conhecimentos, habilidades e experiências insuficientes para o empreendedorismo.

Gráfico 6.5.: Percentual¹ da população que afirma ter os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para iniciar um novo negócio (autopercepção) - Economias participantes (agrupamento por regiões geográficas) - 2021



Fonte: GEM 2021.

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

Tabela 6.1.: Percentual¹ da população segundo a mentalidade - Economias participantes - 2021

Regiões	Economias	Níveis de renda	Investidores Informais				
			1	2	3	4	5
América Latina e Caribe	Brasil	M	70,6	42,0	54,8	45,1	66,7
	Chile	A	70,7	48,0	59,7	46,8	70,7
	Colômbia	M	58,2	29,0	38,1	48,7	56,2
	Guatemala	M	71,1	48,8	69,1	41,5	76,3
	Panamá	M	45,3	49,1	46,3	45,6	69,8
	República Dominicana	M	82,7	66,6	74,4	36,7	88,7
	Uruguai	A	54,5	37,7	58,4	48,2	69,8
Europa e América do Norte	Alemanha	A	39,9	38,2	48,2	37,9	37,1
	Bielorrússia	M	61,3	34,5	25,0	56,0	52,0
	Canadá	A	51,7	66,8	70,5	53,8	58,9
	Chipre	A	72,9	50,8	50,2	50,1	64,0
	Croácia	A	68,0	30,9	58,3	45,6	71,1
	Eslováquia	A	53,9	25,8	33,4	46,0	41,8
	Eslovênia	A	54,6	61,0	51,5	43,0	58,5
	Espanha	A	38,1	35,9	30,0	51,0	49,8
	Estados Unidos	A	58,8	66,9	63,2	42,6	64,5
	Finlândia	A	64,1	69,6	61,0	44,5	42,8
	França	A	46,3	52,0	52,1	44,1	48,6
	Grécia	A	32,6	35,1	48,6	51,5	53,1
	Hungria	A	49,7	49,1	36,5	33,7	36,0
	Irlanda	A	57,5	58,9	57,3	49,9	57,8
	Itália	A	41,1	16,6	34,7	45,3	44,7
	Letônia	A	41,1	29,4	39,6	37,3	53,3
	Luxemburgo	A	43,0	64,1	54,1	43,0	52,9
	Noruega	A	38,0	80,3	74,3	38,3	41,9
	Países Baixos	A	56,8	85,6	69,9	36,8	45,4
	Polônia	A	54,0	64,3	72,5	43,5	60,1
	Reino Unido	A	49,8	70,7	61,2	51,8	51,1
	Romênia	M	37,7	27,0	49,1	48,2	50,0
	Rússia	M	59,8	32,5	33,5	48,2	34,5
Suécia	A	55,1	82,6	79,6	43,6	49,9	
Suíça	A	54,7	68,9	54,7	30,4	49,6	
Oriente Médio e África	África do Sul	M	37,6	67,6	57,9	53,0	69,7
	Arábia Saudita	A	57,9	93,5	95,4	53,6	90,5
	Catar	A	55,9	64,2	73,8	38,2	70,9
	Egito	B	30,8	72,4	73,2	53,0	65,8
	Emirados Árabes Unidos	A	54,6	74,4	73,5	49,7	65,1
	Irã	B	41,9	17,7	17,9	20,2	66,4
	Israel	A	63,5	13,7	45,8	46,6	37,5
	Marrocos	B	44,0	56,0	64,1	35,5	61,5
	Omã	A	69,4	44,5	67,7	24,6	59,2
	Sudão	B	66,8	66,7	72,1	40,5	88,1
Ásia	Cazaquistão	M	53,4	52,4	51,4	12,1	65,4
	Coreia do Sul	A	40,5	35,0	44,0	14,7	54,0
	Índia	B	63,1	82,2	83,4	54,1	86,0
	Japão	A	20,0	29,7	11,7	47,9	12,3
	Turquia	M	42,8	25,1	31,9	39,8	59,3

Fonte: GEM 2021.

1- Percentual da população de 18 a 64 anos que respondeu um 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?

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

3- 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.

4- 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.

5- Percentual da população de 18 a 64 anos que concorda totalmente ou parcialmente que possui os conhecimentos, as habilidades e as experiências necessárias para iniciar um negócio.

.....

6.2. Sonhos dos Brasileiros

Após compreender as percepções e atitudes que contribuem para o empreendedorismo, é chegada a hora de analisar os sonhos dos brasileiros. Enquanto em 2020 os percentuais dos sonhos variaram entre o máximo de 63,2% (viajar pelo Brasil) e o mínimo de 29,1% (comprar um computador/tablet/smartphone), em 2021, manteve-se em primeiro lugar o sonho de viajar pelo Brasil (porém com um percentual inferior, 49,9%) até os impressionantes 0,1% para o sonho de ter filhos.

Em 2021 (**tabela 6.2.**), destacaram-se entre os maiores sonhos brasileiros: na primeira colocação, “viajar pelo Brasil” (49,9%); em segundo lugar “comprar a casa própria” (47,8%); e em terceiro lugar “ter o próprio negócio” (46,2%). Entretanto, o percentual de pessoas com o sonho de empreender caiu com relação a 2020, quando atingiu o recorde de 63,2% e ocupou a segunda posição no *ranking* pela primeira vez em nove anos.

Mesmo assim, o sonho de “ter o próprio negócio” continuou a superar em 2021 em 14,6 pontos percentuais o “desejo de fazer carreira numa empresa”. Quando comparado ao item “vontade de fazer carreira em serviço público”, a diferença foi de 20,5 pontos percentuais (em 2020, foi de 27,3 pontos percentuais).

Durante o primeiro ano da pandemia, foi observado um movimento do empreendedorismo por necessidade. No caso do Brasil, por exemplo, 825,3 mil postos de trabalhos formais foram perdidos no país em 2020 frente a 2019, o número de empresas no país cresceu 3,7%,

puxado pelo aumento da parcela de empresas sem pessoal assalariado que avançou 4,3% no período, segundo estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2020, pelo IBGE. Tais números podem ter contribuído para o aumento nos índices do sonho de negócio próprio em 2020.

Quando observados os sonhos fracionados nos estágios de empreendimento, percebe-se que entre os **empreendedores nascentes** esse sonho atingiu o recorde (61,4%), numa distância de 32,2 pontos percentuais em relação a “fazer carreira em uma empresa” (com 29,3%), e de 41,7 “no serviço público” (com 19,7%), respectivamente. Entre os outros sonhos desse estágio estiveram: “viajar pelo Brasil” (51,8%), “comprar a casa própria” (50%) e “viajar para o exterior” (44,9%).

Já entre os **empreendedores novos**, o desejo de “ter o próprio negócio” também ficou em primeiro lugar, com 51,1%. O número foi, em muito, superior a “fazer carreira numa empresa” (26,8%) e “no serviço público” (18,9%), o que era esperado, considerando que esses empreendedores já estavam mais avançados no desenvolvimento do negócio. Os sonhos de “viajar pelo Brasil” (47,6%), e “comprar a casa própria” (43,2%) completaram a lista dos três maiores desejos.

O sonho de “ter o próprio negócio” entre os **empreendedores estabelecidos** (31,1%) ainda foi claramente maior do que o de “fazer carreira numa empresa” (13%) ou “no serviço público” (10%), numa diferença de 18,1 pontos percentuais e 21,1 pontos percentuais, respectivamente.

Mas para os indivíduos desse estágio, ele foi superado por outros dois sonhos: “viajar pelo Brasil” (51%) e “viajar para o exterior” (40%). O sonho de “adquirir a casa própria” ficou em quarto lugar, com 36%.

É interessante observar que os índices do sonho de “ter o próprio negócio” diminuíram à medida em que ele se realizou, já que entre os empreendedores estabelecidos consideram-se os proprietários e administradores de empreendimentos de

mais de 42 meses e que já foram remunerados pelo negócio.

Os desafios inerentes ao dia a dia empreendedor e o simples fato de alcançar novos sonhos, por considerar este já concretizado, podem ser alguns dos fatores que contribuem naturalmente para a queda do desejo por empreender entre os estabelecidos, quando comparados com os demais estágios. O primeiro tópico, sobre as condições para empreender no Brasil, será detalhado no próximo capítulo.

Tabela 6.2.: Percentual¹ da população segundo os “sonhos”: comparação entre indivíduos não empreendedores e empreendedores por estágio - Brasil – 2021

Sonho	% empreendedores			% não empreendedores	% da população
	(NEA)	(NBO)	(EBO)		
Ter o próprio negócio	61,4	51,1	33,1	45,1	46,2
Viajar pelo Brasil	51,8	47,6	51,0	49,7	49,9
Comprar a casa própria	50,0	43,2	36,0	50,3	47,8
Viajar para o exterior	44,9	39,3	40,0	39,7	40,2
Ter plano de saúde	42,1	30,8	27,0	36,6	35,6
Comprar um automóvel	42,1	35,5	28,6	40,9	39,3
Ter um diploma de Ensino Superior	37,5	33,1	24,3	35,4	34,2
Fazer carreira numa empresa	29,3	26,8	13,0	35,1	31,5
Comprar um computador/tablet/smartphone	24,7	20,8	18,2	24,4	23,5
Casar ou constituir uma nova família	22,8	27,2	16,5	25,3	24,6
Fazer carreira no serviço público	19,7	18,9	10,0	29,7	25,7
Ter estabilidade financeira	1,8	1,8	2,2	1,2	1,4
Se aposentar	0,4	0,0	1,3	1,2	1,0
Ter filhos	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1
Outro	1,5	1,3	1,4	2,1	1,9
Nenhum	2,9	4,6	9,2	3,0	3,8

Fonte: GEM Brasil 2021.

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.

E, por fim, a tabela traz um importante comparativo entre os sonhos de “não empreendedores” com os sonhos da população em geral, o que permite entender as diferentes prioridades. Para os não empreendedores, “Comprar a casa própria” (50,3%) e “Viajar pelo Brasil” (49,7%) foram desejos à frente de ter um “próprio negócio” (45,1%). É

interessante constatar que, mesmo nessa faixa da população, ter um empreendimento superou os números obtidos pelos empreendedores estabelecidos (33,1%). Para os não empreendedores, os percentuais de “fazer carreira numa empresa” (35,1%) e “fazer carreira no serviço público” (29,7%) atingiram números acima dos obtidos nos demais estágios analisados.

6.2.1. Ter o Próprio Negócio *versus* Fazer Carreira em uma Empresa

Ao questionar os participantes se eles preferiam ter um negócio próprio ou fazer carreira em uma empresa, houve uma pequena diferença entre o público masculino e o feminino. De forma geral, os homens sonharam mais com o empreendedorismo, enquanto um maior percentual de mulheres desejou construir uma carreira corporativa.

Tabela 6.3.: Percentual da população para os sonhos de “ter o próprio negócio” e “fazer carreira numa empresa” segundo as características sociodemográficas - Brasil - 2021

Características sociodemográficas	% DA POPULAÇÃO QUE SONHA	
	Ter o próprio negócio	Fazer carreira em uma empresa
Sexo		
Masculino	48,5	45,9
Feminino	51,5	54,1
Faixa etária		
18 a 24 anos	18,6	27,4
25 a 34 anos	27,1	28,7
35 a 44 anos	27,3	24,3
45 a 54 anos	16,2	13,1
55 a 64 anos	10,8	6,5
Escolaridade¹		
Fundamental incompleto	16,8	14,2
Fundamental completo	17,4	14,0
Médio completo	50,3	54,4
Superior completo ou maior	15,4	17,4
Renda familiar		
Até 1 salário-mínimo	4,4	3,9
Mais de 1 até 2 salários-mínimos	25,1	23,5
Mais de 2 até 3 salários-mínimos	26,6	27,9
Mais de 3 até 6 salários-mínimos	34,6	35,6
Mais de 6 salários-mínimos	9,3	9,1

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ 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.

Com relação à faixa etária, aqueles que demonstraram maior interesse pelo empreendedorismo têm entre 25 e 44 anos. Esse público corresponde às gerações Y (*millennials*) e Z. Essas gerações são frequentemente associadas a um perfil mais disruptivo, questionador e que busca bem-estar, o que seriam características propícias para o empreendedorismo. No entanto, com relação a 2020, houve também uma diminuição substancial no percentual de jovens que desejavam empreender. Enquanto em 2020 esse índice era de 68,8%, em 2021 passou a 18,1%.

Quanto à escolaridade, percebe-se que foi um sonho mais frequente entre pessoas com Ensino Médio completo (50,3%) do que nos demais graus de escolaridade. Aqui, houve alguns fatores que podem explicar essa tendência. O primeiro deles foi que mais da metade (56%) dos jovens de 15 a 29 anos que estavam afastados das aulas do Ensino Médio ou Superior em 2021 interrompeu seus cursos durante a pandemia, de acordo com dados de uma pesquisa realizada pelo Conselho Nacional de Juventude (Conjuve), com 68.144 jovens de todo o país¹. Outra questão foi um certo desinteresse por parte dos jovens em fazer uma faculdade ou até mesmo impossibilidade de pagar um curso. De acordo com dados divulgados pelo Instituto Simesp, na 11ª edição do Mapa do Ensino Superior no Brasil, apenas 18,1% dos jovens de 18 a 24 anos estavam matriculados no Ensino Superior e somente 17,4% das pessoas de 25 anos ou mais concluíram um curso².

Em termos de renda familiar, o sonho de empreender foi mais intenso na faixa de mais de três até

seis salários-mínimos (34,6%). Em seguida, vieram aqueles com mais de dois até três salários-mínimos (26,6%) e depois as pessoas que ganham mais de um até dois salários-mínimos (25,1%).

Analisando-se a renda familiar, o sonho de fazer carreira numa empresa é tão intenso quanto o do negócio próprio. O sonho de empreender variou de 4,4% entre as pessoas com até um salário-mínimo e foi até de 34,6%, entre as pessoas que ganham mais de três até seis salários-mínimos.

Já o percentual de pessoas que afirmaram ter vontade de fazer carreira em uma empresa variou de 3,9%, na faixa de um salário-mínimo, até 35,6%, na faixa de mais de três até seis salários-mínimos.

Para finalizar, no **gráfico 6.6**, a seguir é possível comparar a evolução dos percentuais abordados para o “sonho de ter o próprio negócio”, para a população brasileira desde 2012. Como já mencionado, o percentual de 46,2% obtido em 2021 foi menor que em 2020, que era de 58,9%. No entanto, foi maior do que os índices registrados nos demais anos.

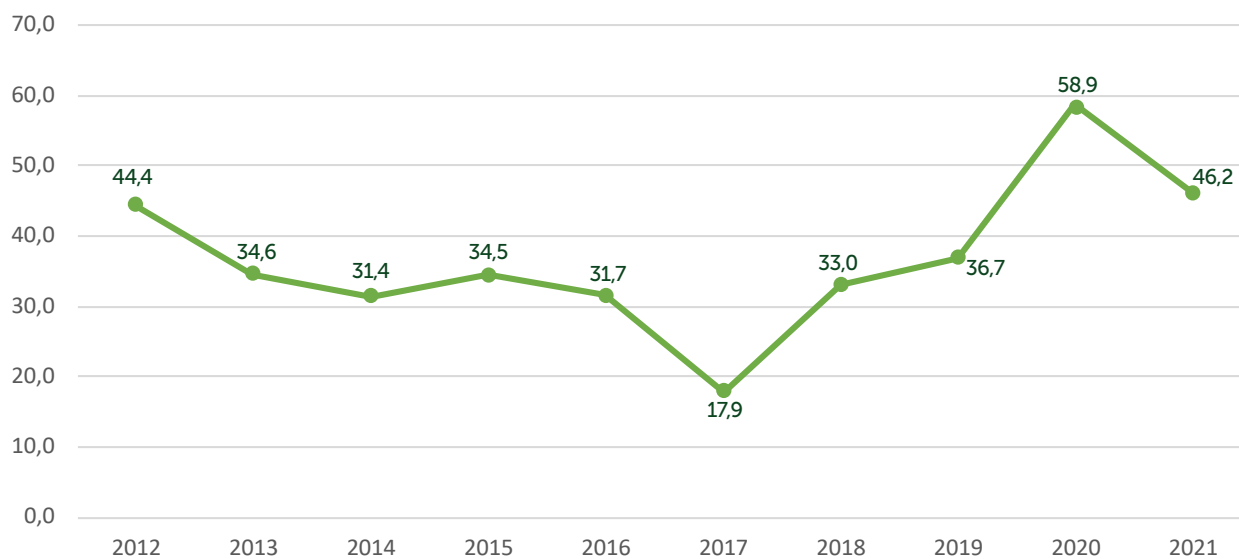
Ainda assim, foi possível observar que o sonho de empreender permanece intenso entre os brasileiros e tornou-se ainda mais forte com a pandemia da covid-19. Ao contrário do que aconteceu em 2020, em que o sonho de empreender esteve mais intenso entre as pessoas de classes mais desfavorecidas e de menor escolaridade, mais jovens e com menor experiência, em 2021, percebeu-se que as pessoas com faixas medianas de salário, de escolaridade e idade estiveram mais propensas a abrir um novo negócio.

Fontes:

¹ <https://noticias.r7.com/educacao/metade-dos-jovens-parou-de-estudar-na-pandemia-diz-estudo-15062021>

³ <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/apenas-18-1-dos-jovens-de-18-a-24-anos-estao-matriculados-no-ensino-superior/>

Gráfico 6.6.: Evolução do percentual da população que indica possuir o sonho de “ter o próprio negócio” - Brasil - 2012:2021



Fonte: GEM Brasil 2021.

.....

Tabela 6.4.: Evolução do percentual da população que indica possuir o sonho de “ter o próprio negócio” - Brasil - 2012:2021

Ano	Ter o próprio negócio
2012	44,4
2013	34,6
2014	31,4
2015	34,5
2016	31,7
2017	17,9
2018	33,0
2019	36,7
2020	58,9
2021	46,2

Fonte: GEM Brasil 2021.

CAPÍTULO 7



Condições para Empreender no Brasil e no Mundo



Condições para Empreender no Brasil e no Mundo

Este último capítulo se dedica à análise da pesquisa National Expert Survey (NES, sigla em inglês para Pesquisa Nacional com Especialistas). Para a realização dela, especialistas responderam questões sobre as condições que influenciam na dinâmica do empreendedorismo.

No Brasil, ao todo, 46 profissionais participaram dessa pesquisa. Por meio das respostas obtidas, foi possível traçar fatores que favorecem ou limitam a ação dos empreendedores no país. Esses especialistas integram tanto o setor privado quanto o público. A lista incluiu

empreendedores, investidores anjo, pesquisadores, professores, agentes envolvidos com a proposição ou promoção de políticas públicas, agentes ligados aos programas governamentais, profissionais ligados à indústria e à inovação, gestores de negócios de impacto ambiental e/ou social e de fomento à diversidade, representantes de agências de desenvolvimento, dentre outros.

Para obter um panorama ainda mais completo sobre as condições para empreender no Brasil, este capítulo também apresenta uma segunda avaliação, realizada com a amostra de Adultos na Adult Population Survey (APS).

7.1. Pesquisa com Especialistas Nacionais (National Expert Survey - NES)

Em 2021, 50 economias participaram da **Pesquisa com Especialistas Nacionais (National Expert Survey - NES)**. A escolha desses profissionais teve como foco especialistas em pelo menos uma das condições da estrutura empreendedora (*Entrepreneurial Framework Conditions - EFCs*), que embasam o questionário adotado no modelo do GEM.

O **quadro 7.1.** apresenta todas essas condições. Algumas das EFCs contam também com subtemas, como é o caso das políticas

governamentais, de educação e capacitação e de acesso ao mercado e barreiras à entrada.

Vale destacar que três países – Jamaica, Lituânia e México – participaram apenas da NES, principalmente em função das dificuldades de coletar dados durante as restrições impostas pela pandemia. As demais 47 economias participaram em 2021 de ambas as pesquisas, a NES e a APS.

Quadro 7.1.: Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFCs) segundo o modelo GEM

EFC 1: Apoio Financeiro
EFC 2: Políticas Governamentais
EFC 2.1: Avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral
EFC 2.2: Trata da regulamentação
EFC 3: Programas Governamentais
EFC 4: Educação e Capacitação
EFC 4.1: Trata do Ensino Fundamental e Médio
EFC 4.2: Aborda o Ensino Superior.
EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)
EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional
EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada
EFC 7.1: Avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro
EFC 7.2: Avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes
EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física
EFC 9: Normas Culturais e Sociais

Fonte: GEM 2021.

O questionário enviado aos especialistas foi composto de uma parte fechada e outra aberta. Na parte fechada, constaram as afirmativas apresentadas com uma Escala Likert. A partir disso, cada especialista foi convidado a fazer a avaliação de cada condição numa pontuação que considerou de 0 (muito inadequado) a 10 (muito adequado). Também houve a opção para que o profissional assinalasse caso não soubesse ou considerasse que a afirmativa não se aplicava.

Na parte aberta, os especialistas puderam descrever, conforme a própria visão, os fatores que mais influenciam positiva e negativamente o empreendedorismo em seu país, seguindo o modelo de EFCs. Esses profissionais também foram convidados a sugerir melhorias nas condições para empreender.

7.1.1. Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI)

Uma das formas de avaliar o contexto do empreendedorismo em cada país é por meio do NECI, índice criado pelo GEM, cuja sigla é proveniente do termo em inglês National Entrepreneurship Context Index (em português, Índice Nacional de Contexto de Empreendedorismo).

Para calcular esse índice, foram levadas em consideração as médias ponderadas das notas atribuídas pelos especialistas em todas as dife-

rentes condições (EFCs) que impactam a atividade empreendedora, respondidas nas questões fechadas. Os resultados do Brasil integram o **gráfico 7.1.** abaixo e as médias combinadas geram o índice NECI do país. Por fim, foi traçada a média das 50 economias participantes do estudo, o que permite comparar com a realidade brasileira. Por meio dessa análise, é possível avaliar possibilidades de melhorias dentro de cada economia.

Gráfico 7.1.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

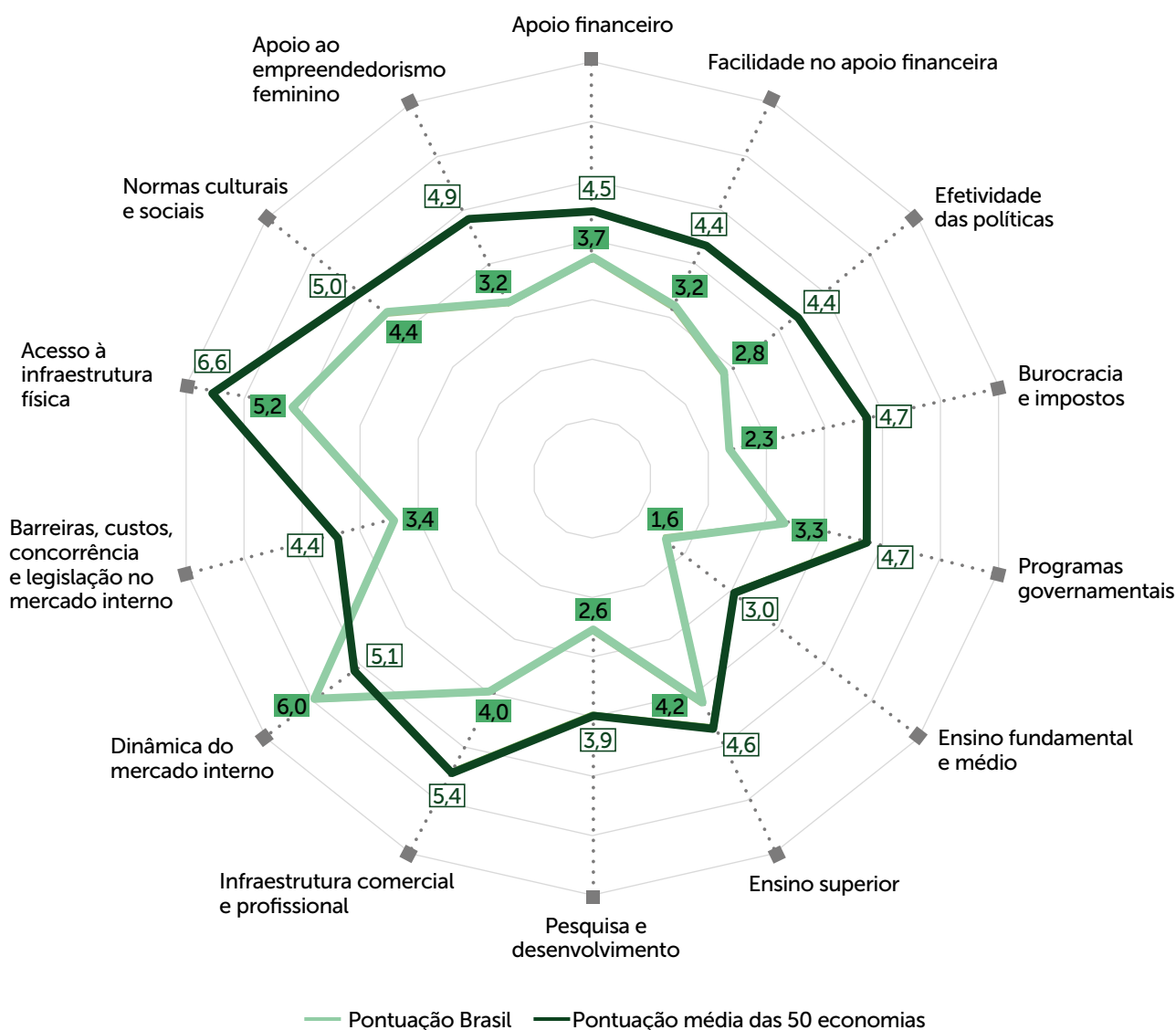


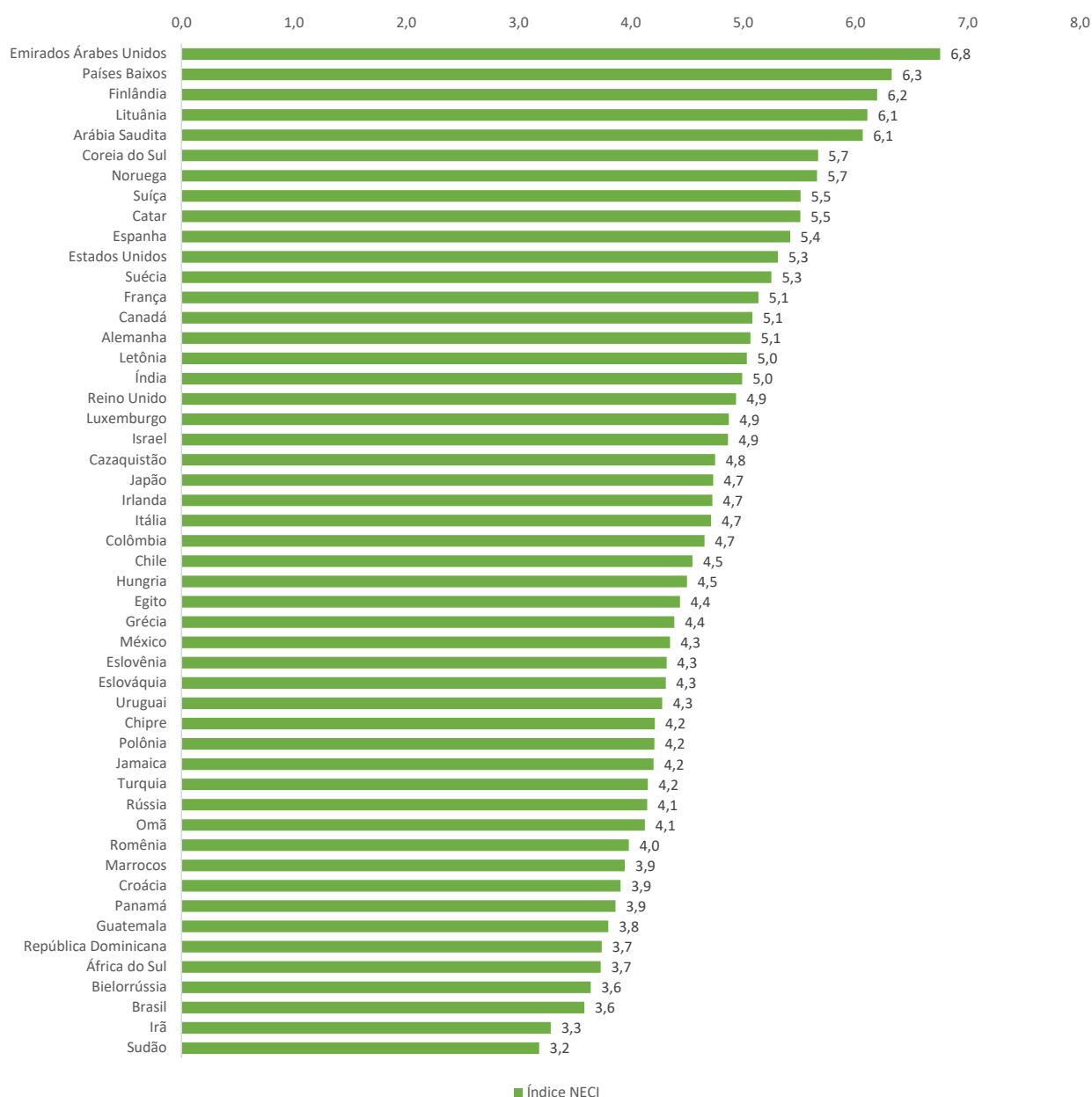
Tabela 7.1.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Apoio financeiro	3,7	4,5
Facilidade no apoio financeiro	3,2	4,4
Efetividade das políticas	2,8	4,4
Burocracia e impostos	2,3	4,7
Programas governamentais	3,3	4,7
Ensino Fundamental e Médio	1,6	3,0
Ensino Superior	4,2	4,6
Pesquisa e desenvolvimento	2,6	3,9
Infraestrutura comercial e profissional	4,0	5,4
Dinâmica do mercado interno	6,0	5,1
Barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno	3,4	4,4
Acesso à infraestrutura física	5,2	6,6
Normas culturais e sociais	4,4	5,0
Apoio ao empreendedorismo feminino	3,2	4,9

Fonte: GEM 2021.

Nota 1: a escala dos fatores vai de 0 = muito inadequado / status insuficiente a 10 = muito adequado / status suficiente.

Gráfico 7.2.: Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) - Economias participantes da pesquisa com especialistas – 2021



Fonte: GEM 2021.

Em 2021, os Emirados Árabes Unidos foram a economia com a maior pontuação em suas condições para empreender, de acordo com os especialistas, com a média geral de 6,8. Vale lembrar, conforme visto anteriormente no capítulo 5, que o país foi o que teve a maior média de valor investida em negócios por investidores informais (U\$ 83.691,32). Ainda, no capítulo 6, foi possível observar que o país está entre as dez economias que mais se destacaram na percepção de facilidade para começar um negócio.

Ainda fazem parte do *ranking* dos cinco países com melhor condição para empreender: Países Baixos (6,3), Finlândia (6,2), Lituânia (6,1) e Arábia Saudita (6,1). Dentre esses cinco primeiros colocados, todos são considerados economias de alta renda e estão localizados na Europa e América do Norte ou Oriente Médio e África. Por outro lado, essa lista diverge bastante dos primeiros colocados em relação à taxa de empreendedorismo total (TTE) e da taxa de empreendedorismo inicial (TEA), em que são predominantes países

da América Latina e Caribe, conforme visto no capítulo 1. Isso mostra, portanto, que economias latinas persistem no empreendedorismo, apesar das dificuldades encontradas.

Dentre as cinco economias mais bem posicionadas no NECI, apenas a Finlândia apresentou TEA abaixo de 10, atingindo índice de 7,9. O Brasil ocupou uma das últimas posições no NECI. Com um índice de 3,6, equiparou-se à Bielorrússia e ficou à frente apenas do Irã e do Sudão. Outros dois países que estiveram entre

os menores índices no NECI foram África do Sul e República Dominicana, ambos com 3,7. Vale ressaltar que este último país foi o com maior taxa de empreendedorismo total (TTE).

Por outro lado, quando cruzadas a lista dos cinco países com taxas de empreendedorismo estabelecido (EBO) mais altas com as economias mais bem posicionadas no NECI, não houve países em comum. O contrário também acontece - nenhum dos países com NECI mais baixo estiveram entre aqueles com EBO inferiores.

7.1.2. Condições que Afetam o Empreendedorismo: Fatores Favoráveis e Limitantes

O que faz com que um país tenha um ambiente mais ou menos apto ao empreendedorismo? Nesta seção, o objetivo foi entender a percepção dos especialistas nacionais a respeito das condições para empreender no Brasil no ano de 2021.

Essa análise engloba as notas atribuídas pelos especialistas às nove condições que constavam na parte fechada do questionário. Também

incluiu as manifestações espontâneas sobre condições favoráveis e limitantes abordadas a seguir, totalizando 20 fatores.

Em cada um dos tópicos a seguir é possível entender mais a fundo os fatores que influenciam o empreendedorismo no Brasil, assim como ver o comparativo de cada um deles com a média mundial.

7.1.2.1. Apoio Financeiro

No tópico “apoio financeiro”, os especialistas avaliaram a oferta de recursos financeiros (investimentos, capital de giro, doações, subsídios, etc.) destinados à abertura e à manutenção das empresas. Este tópico se propôs a responder perguntas como: qual é o conhecimento que possuem sobre o tema? Possuem habilidade e disposição para lidar com empreendedores e avaliar oportunidades? Como é feito o plano de negócios? Qual é a postura diante de situações

de risco? Quais são as necessidades de capital de empreendimentos de pequena escala?

Na avaliação dos especialistas (NES), o Brasil obteve a nota 3,7, enquanto a média das 50 economias globais foi de 4,5, conforme **tabela 7.1.** já apresentada. Já no quesito “**facilidade no apoio financeiro**”, o Brasil obteve a nota 3,2, também inferior à média internacional, que foi de 4,4.

Tabela 7.2.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo sobre o fator EFC1 - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes – 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Apoio financeiro	3,7	4,5
Facilidade no apoio financeiro	3,2	4,4

Fonte: GEM 2021.

Nas questões abertas, 13,6% dos especialistas apontaram o apoio financeiro como um fator favorável para empreender no país. Ainda, 38,3% relataram que acreditam que há fatores governamentais que afetam o empreendedorismo de forma restritiva. Por outro lado, 55,3% afirmaram que há fatores governamentais que podem afetar positivamente o empreendedorismo.

Tabela 7.3.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas sobre o fator apoio financeiro - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Apoio financeiro	13,6	37,8	33,3	55,3

Fonte: GEM 2021.

Ao analisar as questões fechadas relacionadas aos tópicos apoio financeiro e facilidade no apoio financeiro, a afirmação que obteve a média mais alta (4,4) foi que no Brasil há suficiente investimento informal (família, amigos e colegas, ou seja, pessoas físicas que não as fundadoras dos negócios) para empresas novas e em crescimento. Conforme visto no capítulo 5, a taxa de 10,7%

de investidores informais de 2021 é o maior de toda a série histórica iniciada em 2009.

Por outro lado, a afirmação “no Brasil, os empreendedores dispõem de suficiente capital próprio para financiar as empresas novas e em crescimento” foi a que obteve a média mais baixa, de 2,87.

Tabela 7.4.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator apoio financeiro – Brasil - 2021

A1	No Brasil, os empreendedores dispõem de suficiente capital próprio para financiar as empresas novas e em crescimento.	2,87
A2	No Brasil, há suficientes meios de financiamento provenientes de entidades financeiras privadas para as empresas novas e em crescimento.	4,13
A3	No Brasil, há suficientes subsídios governamentais/públicos para as empresas novas e em crescimento.	3,56
A4	No Brasil, há suficiente investimento informal (família, amigos e colegas - pessoas físicas - que não sejam os fundadores dos negócios) para empresas novas e em crescimento.	4,44
A5	No Brasil, há suficiente investimento proveniente de <i>business angels</i> profissionais (indivíduos que fornecem capital em troca de dívida conversível ou cotas de propriedade) para empresas novas e em crescimento.	3,84
A6	No Brasil, há suficiente financiamento de capital de risco (fundos de investimentos privados em participações - <i>private equity</i>) para empresas novas e em crescimento.	3,90
A7	No Brasil, há suficiente financiamento de IPOs (oferta pública inicial) disponível para empresas novas e em crescimento.	3,18
A8	No Brasil, há microcrédito suficiente (incluindo <i>crowdfunding</i> - muitos indivíduos contribuindo com uma quantia relativamente pequena, normalmente por meio da internet) para empresas novas e em crescimento.	3,56
A9	No Brasil, é fácil obter financiamento de dívidas (entendido como empréstimos bancários e similares) para empresas novas e em crescimento.	3,22
A10	No Brasil, é fácil contratar serviços de apoio financeiro a um custo razoável para empresas novas e em crescimento.	3,33
A11	No Brasil, é fácil para os empreendedores nascentes obterem capital semente/capital inicial necessário para cobrir as despesas iniciais e colocar em operação um novo negócio.	2,93
A12	No Brasil, é fácil atrair investidores/fundos para fazer um novo negócio crescer, uma vez concluída a fase de operação inicial (<i>pré start-up</i>).	3,25

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.2. Políticas Governamentais

Até que ponto as políticas governamentais influenciam no empreendedorismo? Neste tópico, foram avaliados os temas referentes às políticas governamentais nacionais e regionais. Nele foram consideradas questões como: as aplicações em termos de regulamentações e tributos estimulam ou não a criação de novas empresas?

A avaliação dos especialistas (NES) dividiu esse fator em duas subcategorias: **efetividade das políticas**; **burocracia e impostos**.

Em ambos, o Brasil ficou abaixo da média das 50 economias. A pontuação mais baixa foi para o tópico “burocracia e impostos”, que foi de 2,3, enquanto a média mundial foi de 4,7.

Em seguida, **efetividade das políticas** marcou 2,8, ficando também abaixo da média das 50 economias, que foi de 4,4.

Tabela 7.5.: Avaliação dos especialistas (NES) relacionadas às condições que afetam o empreendedorismo sobre o fator EFC2 - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Efetividade das políticas	2,8	4,4
Burocracia e impostos	2,3	4,7

Fonte: GEM 2021.

Nas questões abertas citadas pelos especialistas, o fator “**políticas governamentais**” foi mencionado favoravelmente por 43,2% dos especialistas, o que o classificou em segundo lugar, junto de “capacidade empreendedora”. O dado contrastou com 57,1% das menções que apontaram

as “políticas governamentais” no país como o primeiro fator que mais limitou as condições para empreender no Brasil. Ainda dentro desse tópico, 78,9% dos especialistas mencionaram que há fatores governamentais que afetaram positivamente o empreendedorismo.

Tabela 7.6.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Políticas governamentais	43,2	84,4	57,1	78,9

Fonte: GEM 2021.

Com relação aos tópicos analisados na avaliação objetiva, aquele que teve maior nota entre os especialistas, com 4,43, foi que, no Brasil, os empreendedores podem registrar novas empresas/negócios a um custo razoável. Isso pode ser visto, por exemplo, no caso do MEI, em que é possível registrar uma empresa sem custos. O mesmo acontece com a modalidade Empresário individual/sociedade limitada¹.

A seguir, no *ranking*, foi a vez do tópico “as políticas governamentais favorecem claramente as empresas novas e em crescimento (por exemplo: compras públicas, legislação, regulação, licenciamento, tributação)”, com 2,95. E o terceiro tópico com maior nota foi o “apoio a empresas novas como uma alta prioridade nas políticas dos governos estaduais e municipais”, com a nota 2,87.

Dentre os subfatores com menor nota estiveram: “as novas empresas conseguem realizar

todos os trâmites administrativos e legais (obtenção de permissões, licenças e concessões) em aproximadamente uma semana”, com nota 1,84; “a carga de impostos e taxas não constitui uma barreira para a criação de novas empresas e impulsionar o crescimento das empresas em geral”; com 1,74; e “lidar com os trâmites burocráticos, regulamentações e obter as licenças necessárias para atuar legalmente não representa uma dificuldade especial para as empresas novas e em crescimento”, com 1,70 pontos.

Nota-se que todos estes fatores que pontuaram com menor nota têm relação com a burocracia para se ter uma empresa, bem como com as taxas e impostos cobrados dos empresários. O Relatório “Estatísticas Tributárias na América Latina e Caribe 2021”² apontou que a carga tributária no Brasil representa 33,1% do (Produto Interno Bruto (PIB)). Este índice só é menor que o de Cuba, que é de 42%.

Tabela 7.7.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator políticas governamentais – Brasil - 2021

B1	No Brasil, as políticas governamentais favorecem claramente as empresas novas e em crescimento (por exemplo: compras públicas, legislação, regulação, licenciamento, tributação).	2,95
B2	No Brasil, o apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas do governo federal.	2,80
B3	No Brasil, o apoio a empresas novas é uma alta prioridade nas políticas dos governos estaduais e municipais.	2,87
B3_2	No Brasil, os empreendedores podem registrar novas empresas/negócios a um custo razoável.	4,43
B4	No Brasil, as novas empresas conseguem realizar todos os trâmites administrativos e legais (obtenção de permissões, licenças e concessões) em aproximadamente uma semana.	1,84
B5	No Brasil, a carga de impostos e taxas não constitui uma barreira para a criação de novas empresas e impulsionar o crescimento das empresas em geral.	1,74
B6	No Brasil, os tributos e outras regulamentações governamentais são aplicados à criação de novas empresas e crescimento das estabelecidas de forma previsível e coerente.	2,49
B7	No Brasil, lidar com os trâmites burocráticos, regulamentações e obter as licenças necessárias para atuar legalmente não representa uma dificuldade especial para as empresas novas e em crescimento.	1,70

Fonte: GEM Brasil 2021.

Fonte:

¹ <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-o-custo-de-abrir-uma-empresa,b8470680787ed710VgnVCM100000d701210aRCRD>

² <https://doi.org/10.1787/96ce5287-en-es>

7.1.2.3. Programas Governamentais

O próximo fator analisado foi o de “**programas governamentais**”, que obteve a nota 3,3, também ficando atrás da média das 50 economias (4,7).

Tabela 7.8.: Avaliação dos especialistas (NES) relacionada às condições que afetam o empreendedorismo sobre o fator EFC3 - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes – 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Programas governamentais	3,3	4,7

Fonte: GEM 2021.

O fator “programas governamentais” foi citado de maneira favorável por 13,6% dos especialistas, ocupando a sétima posição. 7,1% dos entrevistados afirmaram que esse tópico afetou restritivamente o empreendedorismo, enquanto 34,2% disseram influenciar positivamente.

Nesse contexto, vale lembrar que, durante a pandemia, em 2021, o governo federal criou o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte para facilitar empréstimos a pequenos e microempresários³.

Tabela 7.9.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Políticas governamentais	13,6	35,6	7,1	34,2

Fonte: GEM 2021.

Ainda em relação a “programas governamentais”, o tópico que obteve maior pontuação foi “no Brasil, incubadoras de empresas estão disponíveis e fornecem suporte eficaz para empresas novas e em crescimento”, com 4,37. De acordo com o artigo “Perfil do suporte oferecido pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas”⁴, as incubadoras de empresas “passaram a constituir um reduto de ideias, com intuito de concretizá-las a

partir de auxílio no desenvolvimento de empresas, especialmente as micro e pequenas empresas. Em sentido amplo, as incubadoras podem ser consideradas organizações que envolvem um complexo sistema, denominado processo de incubação, cujas interações entre seus subsistemas criam sinergia entre eles, promovendo o crescimento da empresa incubada”.

Fonte:

³ <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/05/26/pronampe-tem-mais-r-50-bilhoes-garantidos-para-pequenos-empresarios>.

⁴ <https://doi.org/10.1590/S1413-23112011000200002>.

O segundo tópico com maior pontuação abordou se “parques científicos e tecnológicos estão disponíveis e fornecem suporte eficaz para empresas novas e em crescimento”, com 3,98. Em seguida, veio o tópico “as pessoas que trabalham para órgãos governamentais são competentes e eficazes em apoiar a criação e o crescimento de novas empresas”, com 3,53.

Os tópicos com menor pontuação tiveram relação com a assistência do governo para

empresas: “há um número adequado de programas governamentais para empresas novas e em crescimento” (3,11), “praticamente qualquer pessoa que necessite da ajuda de um programa governamental para empresas novas e em crescimento consegue encontrar algo que se ajuste às suas necessidades” (2,63); e “uma ampla variedade de assistência do governo para a criação e o crescimento de novas empresas pode ser obtida por meio de contato com um único órgão público” (2,22).

Tabela 7.10.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “programas governamentais” - Brasil - 2021

C1	No Brasil, uma ampla variedade de assistência do governo para a criação e o crescimento de novas empresas pode ser obtida por meio de contato com um único órgão público.	2,22
C2	No Brasil, parques científicos e tecnológicos estão disponíveis e fornecem suporte eficaz para empresas novas e em crescimento	3,98
C2_1	No Brasil, incubadoras de empresas estão disponíveis e fornecem suporte eficaz para empresas novas e em crescimento	4,37
C3	No Brasil, há um número adequado de programas governamentais para empresas novas e em crescimento.	3,11
C4	No Brasil, as pessoas que trabalham para órgãos governamentais são competentes e eficazes em apoiar a criação e o crescimento de novas empresas.	3,53
C5	No Brasil, praticamente qualquer pessoa que necessite da ajuda de um programa governamental para empresas novas e em crescimento consegue encontrar algo que se ajuste às suas necessidades.	2,63
C6	No Brasil, os programas destinados a apoiar empresas novas e em crescimento são eficazes.	3,36

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.4. Educação e Capacitação: Ensino Fundamental e Médio e Ensino Superior

Nesse fator, é possível verificar como o ensino de um país se relaciona com o empreendedorismo – se o incentiva de alguma maneira e qual é a qualidade de sua proposta. Nesse tópico, os especialistas opinaram sobre o sistema educacional em todos os estágios: Ensino Fundamental/Médio/Superior, escolas técnicas, cursos de pós-graduação e especificamente voltados ao empreendedorismo/negócios.

Dessa forma, esse fator avaliou, por exemplo, se o sistema educacional incentivou a inovação e a

criatividade, bem como a qualidade e experiência dos professores para ensino do empreendedorismo.

Na avaliação dos especialistas (NES), o “Ensino Fundamental e Médio” foi o tópico que teve avaliação mais baixa, com 1,6, sendo que a pontuação média das 50 economias foi de 3,0. Já no quesito “Ensino Superior”, a nota foi 4,2, resultado que foi mais próximo à pontuação média internacional, de 4,6.

Tabela 7.11.: Avaliação dos especialistas (NES) relacionada às condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes – 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Ensino Fundamental e Médio	1,6	3,0
Ensino Superior	4,2	4,6

Fonte: GEM 2021.

Além disso, nas questões abertas, 11,4% dos especialistas citaram aspectos positivos ao fator, sendo classificado na 12ª posição dos mais favoráveis.

Entretanto, 2,4% mencionaram aspectos restritivos com relação a esse tópico. Além disso, 10,5% dos especialistas afirmaram que acreditam que há fatores governamentais que afetaram positivamente o empreendedorismo com relação a esse tópico.

Tabela 7.12.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Educação e capacitação	11,4	46,7	2,4	10,5

Fonte: GEM Brasil 2021.

No subfator o “Ensino Fundamental e Médio”, as pontuações dos especialistas foram especialmente baixas. Todos os tópicos tiveram pontuação menor que 2,0, sendo que o aspecto considerado mais “falho” foi “o Ensino Fundamental e Médio dedica atenção suficiente ao empreendedorismo e à criação de novas empresas”.

Com relação ao “Ensino Superior”, os resultados foram mais positivos. O item com a pontuação mais alta foi “a qualidade do ensino prático nas escolas de negócio e administração (*business schools*) proporciona uma preparação adequada para iniciar e desenvolver novas empresas”. Esse tópico teve a pontuação de 4,91.

Tabela 7.13.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator educação e capacitação - Brasil - 2021

D1	No Brasil, o Ensino Fundamental e Médio incentiva a criatividade, a autossuficiência e a iniciativa pessoal.	1,83
D2	No Brasil, o Ensino Fundamental e Médio fornece instrução adequada acerca dos princípios da economia de mercado	1,70
D3	No Brasil, o Ensino Fundamental e Médio dedica atenção suficiente ao empreendedorismo e à criação de novas empresas	1,55
D4	No Brasil, as faculdades e universidades proporcionam uma preparação adequada para iniciar e desenvolver novas empresas.	3,35
D5	No Brasil, a qualidade do ensino prático nas escolas de negócio e administração (<i>business schools</i>) proporciona uma preparação adequada para iniciar e desenvolver novas empresas.	4,91
D6	No Brasil, os sistemas de educação profissional e continuada proporcionam uma preparação adequada para iniciar e desenvolver novas empresas.	4,43

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.5. Pesquisa e Desenvolvimento

Para avaliar este fator, o estudo levou em conta se um país oferece iniciativas de pesquisa e desenvolvimento voltadas ao empreendedorismo, bem como a facilidade de acesso a elas. Para chegar ao resultado final, foram estudados os seguintes tópicos: quanto o país promove a inovação? A sociedade, de forma geral, dá importância para a pesquisa? Como é a infraestrutura para pesquisa e desenvolvimento? Há subsídios suficientes para promover este aspecto?

Para se ter uma ideia sobre a questão de patentes no Brasil, o tempo médio está atualmente em 5,8 anos, segundo dados do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), autarquia que decide sobre patentes. Ainda segundo o INPI, 85% dos depósitos no órgão são de não residentes, ou seja, de novidades criadas em outros países,

que apenas solicitam o direito de exclusividade também no Brasil. O setor privado nacional participa muito pouco do processo de patentear invenções no país.

Na avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo, este fator teve pontuação 2,6. Nas demais economias estudadas, a média foi de 3,9. A **tabela 7.14** a seguir evidencia os resultados das manifestações espontâneas dos especialistas que também situaram este fator como o 11º mais favorável (11,4%) em contraste com 4,8% dos especialistas que o situaram como limitante. Não houve menções ao fato de haver fatores governamentais que afetaram positivamente o empreendedorismo.

Tabela 7.14.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Pesquisa e desenvolvimento	11,4	15,6	4,8	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

Na opinião dos especialistas, o tópico que teve maior destaque foi: “os centros de pesquisa científica e tecnológica são eficientes no apoio à criação de empresas de base tecnológica, que sejam competitivas em nível mundial, em pelo menos uma área”, com pontuação de 3,9.

Por outro lado, um aspecto considerado limitante foi que “as empresas novas e em crescimento nem sempre podem custear o acesso a tecnologias de ponta”, fator que teve pontuação 1,46. Dentre todos os tópicos da avaliação objetiva, este foi o que teve nota mais baixa.

Tabela 7.15.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “pesquisa e desenvolvimentos” - Brasil - 2021

E1	No Brasil, as novas tecnologias, a ciência e outros conhecimentos são transferidos de modo eficiente pelas universidades e institutos de pesquisa públicos às empresas novas e em crescimento.	3,43
E2	No Brasil, as empresas novas e em crescimento têm o mesmo acesso às novas pesquisas e tecnologias que empresas grandes e já estabelecidas.	2,11
E3	No Brasil, as empresas novas e em crescimento podem custear o acesso a tecnologias de ponta.	1,46
E4	No Brasil, há subsídios e apoio governamental adequados para empresas novas e em crescimento adquirirem novas tecnologias.	2,44
E5	No Brasil, os centros de pesquisa científica e tecnológica são eficientes no apoio à criação de empresas de base tecnológica, que sejam competitivas em nível mundial, em pelo menos uma área.	3,69
E6	No Brasil, existe apoio suficiente para que engenheiros e cientistas possam explorar economicamente suas ideias por meio da criação de novas empresas.	2,52

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.6. Infraestrutura Comercial e Profissional

Esse fator se dedica a compreender se o empreendedor brasileiro tem acesso a serviços de qualidade, como contabilidade, advogados, consultorias, bancos e computação em nuvem. Na seção, também é avaliado se há fornecedores de qualidade disponíveis no mercado e se as empresas têm fácil acesso a eles.

Na avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo, a pontuação do Brasil foi de 4,0, enquanto a média das 50 economias foi de 5,4. Esse índice coloca o tópico “infraestrutura comercial e profissional” em quinto lugar no *ranking* brasileiro.

Tabela 7.16.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Infraestrutura comercial e profissional	4,0	5,4

Fonte: GEM 2021.

Nas questões abertas, 22,7% dos especialistas fizeram menções favoráveis com relação a este fator. Apenas 4,8% mencionaram a “infraestrutura comercial e profissional” como um fator limitante, o que fez com que ele ocupasse a

oitava posição entre os mais limitantes. Além disso, 13,2% dos entrevistados informaram que acreditam que há fatores governamentais que influenciam positivamente com relação a este tema.

Tabela 7.17.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Infraestrutura comercial e profissional	22,7	15,6	4,8	13,2

Fonte: GEM Brasil 2021.

Nesse tópico, os especialistas destacaram que “existem fornecedores, consultores e terceiros suficientes para dar apoio às empresas novas e em crescimento”, tópico que teve a pontuação de 5,33. Para se ter uma ideia, de acordo com a última pesquisa apresentada pelo Laboratório de Consultoria em 2020, órgão ligado à Associação Brasileira de Consultores (ABCO), a expectativa de crescimento das empresas de consultoria para 2021 foi de 14%, número bem superior ao valor de 4,5% do PIB brasileiro⁵. Outro facilitador na visão dos especialistas é que, “no Brasil, as empresas novas e em crescimento conseguem ter acesso a serviços de computação

em nuvem (*cloud computing*) a preços acessíveis”. Este fator teve a pontuação de 4,56.

Na contramão, uma questão que foi considerada limitadora pelos especialistas foi a dificuldade para “as empresas novas e em crescimento arcarem com os custos da contratação de fornecedores, consultores e terceiros”, item que teve a pontuação de 2,84. Ainda, os entrevistados na pesquisa apontaram que não é tão fácil para “as empresas novas e em crescimento terem acesso a bons serviços de fornecedores, consultores e terceiros”. Estes dados contrastam com a grande oferta do serviço de consultorias disponíveis no mercado.

Tabela 7.18.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “infraestrutura comercial e profissional” - Brasil - 2021

F1	No Brasil, existem fornecedores, consultores e terceiros suficientes para dar apoio às empresas novas e em crescimento.	5,33
F2	No Brasil, as empresas novas e em crescimento podem arcar com os custos da contratação de fornecedores, consultores e terceiros.	2,84
F3	No Brasil, é fácil para as empresas novas e em crescimento terem acesso a bons serviços de fornecedores, consultores e terceiros.	3,84
F4	No Brasil, é fácil para as empresas novas e em crescimento obterem bons serviços de assessoramento contábil e jurídico (diversas áreas).	4,13
F5	No Brasil, é fácil para empresas novas e em crescimento terem acesso a bons serviços bancários (conta corrente para transações comerciais, transações em moeda estrangeira, cartas de crédito, e afins).	3,96
F6	No Brasil, empresas novas e em crescimento conseguem ter acesso a serviços de computação em nuvem (<i>cloud computing</i>) a preços acessíveis.	4,56

Fonte: GEM Brasil 2021.

⁵Fonte: <https://www.folhavoria.com.br/geral/noticia/03/2022/segundo-pesquisa-mercado-de-consultoria-cresce-mais-do-que-a-media-do-mercado>.

7.1.2.7. Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada

Neste tópico, os especialistas analisaram as características do mercado como um todo. Sobretudo, o objetivo foi verificar se ele oferece boas condições para o empreendedorismo. Dentre os pontos estudados estiveram questões ligadas à concorrência, à frequência de mudanças, legislação antitruste e facilidade para arcar com os custos de entrar em um mercado. Este tópico foi subdividido em dois subfatores principais: “dinâmica do mercado interno” e

“barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno”.

Este fator foi considerado pelos especialistas como o mais favorável para abertura e manutenção de novas empresas, sendo citado por 47,7%. Nenhum dos entrevistados mencionou este tópico como um fator limitador para a atividade empreendedora. Além disso, 2,6% citaram que há fatores governamentais que afetaram este tópico positivamente.

Tabela 7.19.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Abertura de mercado/ barreiras à entrada	47,7	4,4	0,0	2,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

Na avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo, a “dinâmica do mercado interno” foi o tópico que teve a pontuação mais alta, com 6,0. Com isso, ficou inclusive acima da média das 50 economias, que foi de 5,1.

Quando se trata do tema “barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno”, o Brasil teve a pontuação 3,4 na avaliação dos especialistas, ficando abaixo da média das 50 economias, que foi de 4,4.

Tabela 7.20.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Dinâmica do mercado interno	6,0	5,1
Barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno	3,4	4,4

Fonte: GEM 2021.

Ao avaliar o tópico “acesso ao mercado e barreiras à entrada” como um todo, os especialistas entenderam que o mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro no Brasil, subfator que teve pontuação de 6,09. Da mesma forma, os entrevistados analisaram que o mercado de bens e serviços para empresas (*business-to-business*) muda consideravelmente de um ano para o outro, tópico que teve nota 5,89. Isso representa tanto uma oportunidade para empreendedores, como um desafio, uma vez que a adaptação constante se faz muito necessária neste contexto.

Na contramão disto, os especialistas citaram como um limitador o fato de que “as empresas

novas e em crescimento nem sempre conseguem arcar com os custos de entrada no mercado”, subfator que teve pontuação 3,11. mostrando que isso nem sempre é possível. De maneira semelhante ao que foi apontado na seção “infraestrutura comercial e profissional”, a questão financeira muitas vezes é uma dificuldade para os empreendedores.

Outro subfator considerado como limitador pelos especialistas foi que muitas vezes “as empresas novas e em crescimento não conseguem entrar no mercado sem serem barradas deslealmente por empresas estabelecidas”, tópico que teve pontuação 3,51.

Tabela 7.21.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “acesso ao mercado e barreiras à entrada” - Brasil - 2021

G1	No Brasil, o mercado de bens de consumo e de serviços muda consideravelmente de um ano para o outro.	6,09
G2	No Brasil, o mercado de bens e serviços para empresas (<i>business-to-business</i>) muda consideravelmente de um ano para o outro.	5,89
G3	No Brasil, as empresas novas e em crescimento conseguem facilmente entrar em novos mercados.	3,63
G4	No Brasil, as empresas novas e em crescimento conseguem arcar com os custos de entrada no mercado.	3,11
G5	No Brasil, as empresas novas e em crescimento conseguem entrar no mercado sem ser barradas deslealmente por empresas estabelecidas.	3,17
G6	No Brasil, a legislação antitruste é efetiva e bem aplicada.	3,51

Fonte: GEM Brasil 2021.

Ainda nesse deste tópico, foi possível avaliar também o fator “internacionalização”. Nenhum dos especialistas classificou esse tema como algo favorável à criação ou manutenção de negócios. Da mesma forma, não houve menções a restrições ligadas a esse tópico.

Tabela 7.22.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Internacionalização	0,0	2,2	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.8. Acesso à Infraestrutura Física

Neste tópico, os especialistas avaliaram desde a possibilidade de acesso a recursos naturais até a qualidade da matéria-prima disponível para as empresas. Este fator também se dedicou a analisar os recursos físicos disponíveis para empreendedores, englobando desde água, internet, telefone, esgoto e correios até a disponibilidade de imóveis para a locação, além

de itens mais complexos ligados à logística dos negócios, como transporte terrestre, aéreo, fluvial e marítimo.

Na Avaliação dos especialistas (NES), esse fator teve a segunda nota mais alta, com pontuação de 5,2. Ainda assim, ficou abaixo da média das 50 economias, que foi de 6,6.

Tabela 7.23.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Acesso à infraestrutura física	5,2	6,6

Fonte: GEM 2021.

Nesse tópico, os especialistas afirmaram que, no Brasil, “uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês”. Esta afirmação teve a nota 6,04. Outro fator considerado como favorável foi o fato de que “há muitos espaços de escritório acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento”, item que teve pontuação de 6,00.

Um subfator considerado como desfavorável foi “a infraestrutura física (estradas, serviços de energia elétrica, fornecimento de água, comunicação, saneamento, esgoto) oferece pouco apoio para empresas novas e em crescimento”. A pontuação deste tópico foi 3,65. Outro fator limitador é que “não há tantos espaços de produção ou manufatura industrial acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento”, de acordo com os especialistas. A pontuação nesse quesito foi de 4,60.

Tabela 7.24.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “acesso à infraestrutura física” – Brasil - 2021

H1	No Brasil, a infraestrutura física (estradas, serviços de energia elétrica, fornecimento de água, comunicação, saneamento, esgoto) oferece um bom apoio para empresas novas e em crescimento.	3,65
H2	No Brasil, o custo para o acesso a serviços de comunicação por uma empresa nova ou em crescimento não é muito alto (telefone, internet, etc.).	4,60
H3	No Brasil, uma empresa nova ou em crescimento consegue acesso a serviços de comunicação em aproximadamente uma semana (telefone, internet, etc.).	5,89
H4	No Brasil, uma empresa nova ou em crescimento pode arcar com os custos de serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto).	5,02
H5	No Brasil, uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês.	6,04
H6	No Brasil, há muitos espaços de escritório acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento.	6,00
H7	No Brasil, há muitos espaços de produção ou manufatura industrial acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento.	4,60

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.9. Normas Culturais e Sociais

O quanto a cultura de um país influencia na capacidade de empreender? O capítulo 6 abordou um bom exemplo disso: a República Dominicana, país com a maior taxa de empreendedorismo total (conforme visto no capítulo 1) e no qual 82,7% das pessoas entrevistadas relataram conhecer alguém que iniciou um negócio nos últimos dois anos. Esse fator se dedicou a compreender

se o Brasil possui uma cultura que incentiva o empreendedorismo, avaliando, por exemplo, o medo frente ao risco e ao fracasso, o incentivo à criatividade e a valorização do sucesso pessoal.

Na avaliação dos especialistas (NES), as normas culturais e sociais tiveram a pontuação de 4,4, índice abaixo da média mundial, que foi de 5,0.

Tabela 7.25.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes - 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Normas culturais e sociais	4,4	5,0

Fonte: GEM 2021.

Neste fator (**tabela 7.26.**), 11,4% dos especialistas comentaram favoravelmente. Ao mesmo tempo, ele não foi considerado como limitante por nenhum dos especialistas. Além disso, 5,3% dos especialistas acreditam que há fatores governamentais que afetaram positivamente o empreendedorismo com relação a este tópico.

Tabela 7.26.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Normas culturais e sociais	11,4	17,8	0,0	5,3

Fonte: GEM Brasil 2021.

Nas menções favoráveis, os especialistas destacaram que “as normas sociais e culturais enfatizam que há de ser o indivíduo (mais do que a comunidade) o responsável em administrar a sua própria vida”, item que teve a pontuação de 4,89. Outra questão assinalada pelos especialistas foi que “as normas sociais e culturais apoiam e valorizam o sucesso individual obtido por meio de esforços pessoais”, afirmação que teve a pontuação de 4,78. Com isso, é possível perceber que o brasileiro, de forma geral, acredita que o sucesso como empreendedor depende muito mais de si mesmo do que de fatores externos.

Entretanto, os especialistas destacaram que “as normas sociais e culturais brasileiras pouco estimulam o indivíduo a assumir os riscos de empreender”. Vale lembrar, conforme visto no capítulo 6 que, o Brasil se posicionou em 18º lugar entre as 47 economias pesquisadas quanto à percepção da facilidade para abertura de negócios, com a porcentagem de 42%, isto é, menos da metade das pessoas consultadas considera ser fácil abrir um negócio no Brasil. Ainda, os especialistas avaliaram que “as normas sociais e culturais brasileiras pouco encorajam a criatividade e as ações inovadoras”, afirmação que teve a pontuação de 4,35.

Tabela 7.27.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “normas culturais e sociais” – Brasil - 2021

I1	No Brasil, as normas sociais e culturais apoiam e valorizam o sucesso individual obtido por meio de esforços pessoais.	4,78
I2	No Brasil, as normas sociais e culturais enfatizam a autossuficiência, autonomia e iniciativa pessoal.	4,40
I3	No Brasil, as normas sociais e culturais estimulam o indivíduo a assumir os riscos de empreender.	3,63
I4	No Brasil, as normas sociais e culturais encorajam a criatividade e as ações inovadoras.	4,35
I5	No Brasil, as normas sociais e culturais enfatizam que há de ser o indivíduo (mais do que a comunidade) o responsável em administrar a sua própria vida.	4,89

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.10. Crise Internacional e Condições Relacionadas com a Pandemia de Covid-19 que Afetam o Empreendedorismo

Desde 2020, a pesquisa NES do GEM conta com tópicos relacionados à influência da pandemia de covid-19 sobre as condições para empreender nas economias. Com relação ao fator “crise interna-

cional”, nenhum dos especialistas o mencionou como favorável para o empreendedorismo, assim como também nenhum entrevistado viu restrições ligadas a este tópico.

Tabela 7.28.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Crise Internacional	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

Nesse fator, a afirmativa que fez mais sentido, segundo os especialistas, foi que “um número considerável de empresas novas e em crescimento está promovendo o trabalho remoto (*home office*) como consequência da pandemia por covid-19”, com a pontuação 7,61. No entanto, de acordo com estudo do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getulio Vargas (FGV Ibre)⁶, o trabalho remoto foi adotado por cerca de 10% dos trabalhadores do país. E a concentração foi forte nas regiões mais ricas e urbanizadas, como as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

Os especialistas também reforçaram que “um número considerável de empresas novas e em crescimento estão adotando modelos de negócios baseados em economia *gig* (baseada na contratação temporária de pessoas de acordo com a demanda, favorecida pela utilização das

plataformas digitais)”. Um dos setores que se destaca neste formato de economia *gig* é o de transporte, especialmente aqueles de aplicativos. De acordo com dados da Pnad Contínua do final de 2021, aproximadamente 1,5 milhão de pessoas estavam trabalhando na *gig economy* no setor de transportes do país⁷.

Por outro lado, os especialistas consideraram que “o governo não tomou decisões eficazes para controlar a crise de saúde”, afirmação com pontuação de 1,76. Ainda, foram poucos especialistas que acreditaram que, “como consequência da pandemia, o governo acelerou a ‘agenda verde’, ou política ambiental específica, tomando medidas eficazes para promover a sustentabilidade e a consciência ambiental entre todas as empresas”. Este índice foi de 2,09.

⁶ Fonte: <https://ibre.fgv.br/observatorio-produtividade/noticias/no-brasil-home-office-se-torna-realidade-para-poucos>.

⁷ Fonte: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=38565.

Tabela 7.29.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “crise internacional e condições relacionadas com a pandemia de covid-19 que afetam o empreendedorismo” – Brasil - 2021

CV01	No Brasil, um número considerável de empresas novas e em crescimento pode arcar com o custo da digitalização exigida pela pandemia para se manterem competitivas.	3,86
CV02	No Brasil, um número considerável de empresas novas e em crescimento está promovendo o trabalho remoto (<i>home office</i>) como consequência da pandemia por covid-19.	7,61
CV03	No Brasil, devido à pandemia, existe apoio governamental suficiente na forma de subsídios específicos, benefícios fiscais ou capacitação para ajudar todos os tipos de empresas em todos os setores a implementar e/ou adotar a digitalização de negócios.	3,24
CV04	No Brasil, devido à pandemia, a economia <i>gig</i> (baseada na contratação temporária de pessoas de acordo com a demanda, favorecida pela utilização das plataformas digitais) se tornou um importante motor para o início de novos negócios.	6,09
CV05	No Brasil, devido à pandemia, um número considerável de empresas novas e em crescimento estão adotando modelos de negócios baseados em economia <i>gig</i> (baseada na contratação temporária de pessoas de acordo com a demanda, favorecida pela utilização das plataformas digitais).	6,51
CV06	No Brasil, devido à pandemia, um número considerável de empresas novas e em crescimento estão priorizando a proteção do meio ambiente acima da lucratividade ou do crescimento.	3,29
CV07	No Brasil, como consequência da pandemia, o governo acelerou a “agenda verde”, ou política ambiental específica, tomando medidas eficazes para promover a sustentabilidade e a consciência ambiental entre todas as empresas.	2,09
CV08	No Brasil, as medidas adotadas pelo governo durante os primeiros 12 meses da pandemia têm ajudado a evitar o fechamento de um número significativo de empresas novas e em crescimento e a consequente perda de postos de trabalho.	3,04
CV09	No Brasil, o governo está tomando decisões eficazes para controlar a crise de saúde, e assim prejudicar a economia o menos possível.	1,76

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.11. Apoio ao Empreendedorismo Feminino

Em 2021, a avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo incluiu também uma análise sobre o empreendedorismo feminino. No Brasil, o

apoio a esta categoria esteve abaixo das economias mundiais estudadas - nosso país teve pontuação 3,2, enquanto a média dos demais países foi de 4,9.

Tabela 7.30.: Avaliação dos especialistas (NES) sobre as condições que afetam o empreendedorismo - Pontuação e posicionamento do Brasil em relação às economias participantes – 2021

Condições	Pontuação Brasil	Pontuação média das 50 economias
Apoio ao empreendedorismo feminino	3,2	4,9

Fonte: GEM 2021.

De acordo com a opinião dos especialistas, “o acesso a financiamento foi igualmente possível para empreendedores homens e mulheres”, afirmação que teve pontuação 4,84. Além disso, os entrevistados informaram que acreditam que “o mercado e as contratações públicas são igualmente acessíveis para empreendedores, sejam eles homens ou mulheres”, item que teve pontuação 4,39.

No entanto, os especialistas pontuaram que, “no Brasil, as regulamentações e estímulos para

empreendimentos por mulheres foram pouco favoráveis, o que não as estimula a se tornar empresárias no lugar de empregadas/funcionárias”. Esta afirmação teve a pontuação de 1,93. Ainda, os especialistas avaliaram que “existem poucos serviços de apoio suficientes e acessíveis (ou seja, creches, serviços domiciliares, programas de contrarturno escolar, assistência aos idosos, entre outros) para que as mulheres possam continuar administrando seus negócios, mesmo depois de terem começado uma família”. Esse tópico teve a pontuação de 2,22.

Tabela 7.31.: Média das notas atribuídas pelos especialistas na avaliação objetiva relacionada ao fator “apoio ao empreendedorismo feminino” - Brasil - 2021

P1	No Brasil, existem serviços de apoio suficientes e acessíveis (ou seja, creches, serviços domiciliares, programas de contrarturno escolar, assistência aos idosos...) para que as mulheres possam continuar administrando seus negócios, mesmo depois de terem começado uma família.	2,22
P2	No Brasil, as regulamentações e estímulos para empreendimentos são tão favoráveis que as mulheres preferem se tornar empresárias em vez de se tornarem empregadas/funcionárias.	1,93
P3	No Brasil, as normas culturais e sociais incentivam as mulheres, tanto quanto aos homens, a se tornarem profissionais autônomas ou iniciar um novo negócio.	3,02
P4	No Brasil, o mercado e as contratações públicas são igualmente acessíveis para empreendedores, sejam homens ou mulheres.	4,39
P5	No Brasil, o acesso a financiamento é igualmente possível para empreendedores, sejam homens ou mulheres.	4,84
P6	No Brasil, como resultado da pandemia, o aumento do teletrabalho (<i>home office</i>) melhorou o equilíbrio entre vida profissional e vida pessoal para as mulheres.	3,20

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.12. Capacidade Empreendedora

Como é o espírito empreendedor do brasileiro? Qual é a vontade e disponibilidade da população com relação a ter um negócio próprio? Como é a motivação das pessoas para ter uma empresa? Esse tópico avalia o fator “capacidade empreendedora”, que foi mencionado espontaneamente pelos especialistas.

De acordo com a **tabela 7.32.**, 43,2% dos especialistas mencionaram espontaneamente temas alinhados com este fator, sendo o segundo mais favorável junto de “políticas governamentais”. Ao mesmo tempo, nenhum especialista mencionou este fator como uma restrição para o empreendedorismo ou um fator governamental que afetou positivamente.

Tabela 7.32.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Capacidade empreendedora	43,2	8,9	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.13. Clima Econômico, Contexto Político, Institucional e Social

Como a situação macroeconômica impacta no empreendedorismo? Para entender esta questão, este tópico analisa a situação política, administração pública, políticas atuais, sistema jurídico, taxa de criminalidade e a corrupção nos órgãos governamentais ou a eles ligados.

O resultado de 2021 mostrou que 9,1% dos especialistas mencionaram este tópico como um

fator favorável, o que fez com o que este fator ocupasse a 13ª posição *ranking*. Além disso, 7,1% dos entrevistados apontaram esse tópico como um fator restritivo. Nenhum especialista acredita que fatores governamentais influenciaram positivamente neste tópico. O resultado corrobora a percepção de que o Brasil, apesar de democrático, possui uma conjuntura política e socioeconômica instável e que afeta o ambiente de negócios.

Tabela 7.33.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Clima econômico, contexto político, institucional e social	9,1	0,0	7,1	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.14. Características da Força de Trabalho

Neste tópico, levantado espontaneamente pelos especialistas, a pesquisa levou em consideração algumas características ligadas à força de trabalho, como oferta de oportunidades, qualificação e custos dos profissionais, além de acessibilidade.

Dos especialistas, 22,7% mencionaram este fator como favorável para o empreendedorismo no Brasil, um dos índices mais altos do *ranking*. E, ainda, não foi citado nenhuma vez de forma restritiva nem positiva, com relação a fatores governamentais.

Tabela 7.34.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Características da força de trabalho	22,7	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.15. Composição da População Percebida

A composição da população tem o poder de afetar o empreendedorismo? A seguir, é discutido esse tópico, que novamente foi mencionado por alguns especialistas. As citações abrangem análises voltadas ao tamanho da população, bem como aspectos culturais, étnicos e religiosos.

Este tópico foi pouco percebido pelos especialistas como um fator favorável para abertura e manutenção de negócios, sendo que apenas 2,3% deles o mencionaram. Da mesma forma, nenhum dos entrevistados o citou como uma questão restritiva ou positiva em relação a fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo.

Apesar de ser um tópico pouco percebido pelos especialistas como um fator favorável, há de se observar o fato de o Brasil possuir uma população estimada em 212,6 milhões de pessoas falando um único idioma. E mais: de acordo com um estudo do Instituto Locomotiva, com base nos dados da Pnad, POF e IBGE, a classe média no Brasil, mesmo tendo caído ao menor patamar dos últimos dez anos, ainda corresponde a 47% da população (com renda familiar de R\$ 2.971,37 a R\$ 7.202,57). Em 2020, esse percentual era de 51% da população.

Tabela 7.35.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Composição da população percebida	2,3	2,2	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.16. Contexto Político, Institucional e Social

Esse fator inclui todos os efeitos sobre as atividades empreendedoras provocados por: situação política, administração pública, políticas atuais, sistema jurídico, taxa de criminalidade e corrupção nos órgãos governamentais ou a eles ligados.

Apenas 2,3% dos especialistas citaram esse fator como favorável ao empreendedorismo no Brasil. No entanto, 42,9% dos entrevistados acredita que

esse tópico influencia negativamente a atividade empreendedora, o que coloca o tema como o segundo mais limitante.

Vale destacar que o Brasil ocupou em 2021 o 128º lugar entre os 163 países analisados pelo Global Peace Index 2021 (Índice Global da Paz) do Institute for Economics & Peace (IEP), fato que corrobora a percepção negativa nesse tópico.

Tabela 7.36.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Contexto político, institucional e social	2,3	4,4	42,9	2,6

Fonte: GEM Brasil 2021.

Ao avaliar a questão da corrupção de maneira separada, nenhum dos especialistas a mencionou como um fator favorável para o empreendedorismo. Ao mesmo tempo, apenas 2,2% acreditam que este fator restringe o ato de empreender.

Tabela 7.37.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Corrupção	0,0	0,0	2,4	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.17. Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação

Um dos principais aspectos ligados ao empreendedorismo é a sua formalização, bem como a contratação de pessoas. Este tópico busca entender se aspectos como custos para contratação e gestão de recursos humanos influencia na capacidade de empreender.

Nenhum dos especialistas fez observações favoráveis com relação a este tópico. No entanto, 4,8% dos participantes mencionaram que este tópico pode apresentar restrições para a atividade empreendedora.

Tabela 7.38.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Custos do trabalho, acesso e regulamentação	0,0	4,4	4,8	42,1

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.18. Diferenças Devido ao Porte da Empresa

Este fator avalia se há uma influência dos diferentes portes das empresas ou negócios em aspectos como: operações, competência, regulamentos, impostos, estágio, etc. Na **tabela 7.39.**, é possível perceber que apenas 2,3% dos especialistas clas-

sificaram este fator como favorável. Não houve menções restritivas ou positivas com relação ao tema, quando avaliados os fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo.

Tabela 7.39.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Diferenças devido ao porte da empresa	2,3	0,0	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.19. Internacionalização

Nos últimos anos, com a globalização e até mesmo com a ampliação do *home office* pela pandemia, muitas empresas têm conseguido realizar a sua internacionalização, atendendo clientes de fora do Brasil ou até mesmo trabalhando com parceiros no exterior. Estes fatores, mencionados

espontaneamente pelos especialistas, abordam a relação com o processo internacional.

Na análise dos especialistas, nenhum deles citou este como um fator favorável para o empreendedorismo nem como um fator governamental que influenciou a vontade de ter um negócio.

Tabela 7.40.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil – 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Internacionalização	0,0	2,2	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.1.2.20. Informações

E, por fim, o tópico “informações” foi citado como favorável com 11,4 pontos pelos especialistas, o que sugere que o acesso a informações sobre empreendedorismo está adequado. Fatores governamentais nesse sentido, não foram citados nem como restritivos nem como positivos.

Tabela 7.41.: Percentual das questões abertas citadas pelos especialistas - Brasil - 2021

Fatores (EFC)	Fatores favoráveis e recomendações para a abertura e manutenção de novos negócios: possibilidades de intervenções para a melhoria das condições para empreender no país		Fatores governamentais que afetaram o empreendedorismo	
	Favoráveis	Recomendações	Restritivamente	Positivamente
Informações	11,4	4,4	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

7.2. Avaliação pela População Brasileira das Políticas e Iniciativas Governamentais nos Municípios

Além dos especialistas, a pesquisa GEM 2021 também ouviu a população adulta a respeito das condições para empreender. Este estudo se fez necessário para compreender a visão do público em geral a respeito da existência de estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras, disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de

ensino e discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio.

Ao analisar a percepção da existência de estímulos governamentais, o resultado de 2021 mostrou que 63,5% da população não conhece nenhum estímulo oferecido por quaisquer níveis de governo (municipal, estadual e federal) para os indivíduos se tornarem empreendedores (tabela 7.42.).

Tabela 7.42.: Distribuição percentual da população sobre as políticas públicas segundo a percepção quanto à existência de estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras - Brasil - 2021

Existência de estímulos governamentais	Percepção quanto à existência de estímulos governamentais suficientes para que as pessoas se tornem empreendedoras
Sim	28,3
Não	63,5
Não sabe	7,7
Recusou	0,4
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

Já ao avaliar a percepção sobre a existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino (tabela 7.43.), o resultado foi bastante dividido – 41% disseram conhecer tais iniciativas, enquanto 41,6% citaram não conhecer algo neste sentido.

Outro fator que poderia influenciar no empreendedorismo é a percepção de algum tipo de discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio. Dentre os entrevistados da pesquisa, 62,9% disseram não perceber nenhum tipo de discriminação. Já 14,7% notaram algum tipo de discriminação socioeconômica, enquanto 10,4% afirmaram perceber algum tipo de preconceito racial.

Tabela 7.43.: Distribuição percentual da população sobre as políticas públicas segundo a percepção quanto à existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino - Brasil - 2021

Existência de estímulos governamentais	Percepção quanto à existência de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo nas instituições de ensino
Sim	41,0
Não	41,6
Não sabe	16,9
Recusou	0,5
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

Tabela 7.44.: Percentual¹ da população sobre a percepção de algum tipo de discriminação no atendimento prestado pelos órgãos de apoio - Brasil - 2021

Discriminação	% da população
Não percebe nenhum tipo de discriminação	62,9
Racial	10,4
Ética	4,0
Por gênero	5,7
Socioeconômica	14,7
Por orientação sexual	5,1
Religiosa	4,3
Por opção política	7,7
Outras	0,8
Não sabe	8,1
Recusou	0,7

Fonte: GEM Brasil 2021.

¹ A soma pode ser superior a 100%, pois o respondente pode apontar mais de um tipo de discriminação.

7.3. Recomendações para Melhoria da Atividade Empreendedora no Brasil

Esta seção mostra as recomendações feitas na pesquisa realizada com a população adulta (APS) para a melhoria do contexto para empreender no país.

7.3.1. Recomendações da População Brasileira para as Políticas Públicas

Na pesquisa com a população adulta (APS) no GEM 2021, também foram levantadas ações e iniciativas com o objetivo de incentivar os brasileiros a empreender. De forma complementar, também incluiu ações para estimular públicos específicos, como mulheres e pessoas com mais de 55 anos.

A tabela apresenta os resultados ligados a diferentes ações sugeridas para incentivar a abertura

de negócios no país. O tópico que teve maior percentual foi o de “redução de impostos e taxas”, com 23,6%.

Em seguida, os itens mais citados foram “reduzir a burocracia para a abertura de empresa” e “maior facilidade de acesso ao crédito”, ambos com 14,3%. Outra ação indicada foi “a maior difusão de cursos de empreendedorismo”, apontada por 12,9% dos entrevistados.

Tabela 7.45.: Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2021

Ação	% da população
Maior difusão de cursos de empreendedorismo	12,9
Maior rapidez para abrir uma empresa	4,6
Menores custos para contratar mão de obra	4,7
Maior oferta de serviços tecnológicos	1,7
Maior facilidade de acesso ao crédito	14,3
Reduzir as taxas para abertura da empresa	5,0
Reduzir a burocracia para abertura de empresa	14,3
Redução de impostos e taxas	23,6
Mais facilidade para obter o alvará/licença para o local do negócio	10,6
Outras	2,3
Não sabe	5,9
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

A respeito do estímulo ao empreendedorismo feminino, os fatores mais ressaltados foram “cursos voltados especificamente para mulheres” (46%) e “organização de grupos femininos” (32,6%), conforme a **tabela 7.46**.

Tabela 7.46.: Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as mulheres a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2021

Ação	% da população
Por meio de palestras específicas para mulheres	16,2
Por meio de cursos voltados especificamente para mulheres	46,0
Por meio da organização de grupos de mulheres	32,6
Acesso à tecnologia	0,1
Acesso ao crédito	0,1
Incentivo fiscal/redução de impostos	0,1
Reduzir a burocracia para abertura de empresa	0,1
Promovendo campanhas sobre o empreendedorismo para mulheres	0,1
Outra forma	0,8
Não sabe	3,8
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

Ao questionar sobre as ações mais importantes para estimular o empreendedorismo em pessoas com mais de 55 anos, os resultados foram parecidos. Das pessoas entrevistadas, 41,4% informaram que acreditam que isso deve ser feito “por meio de cursos especificamente vol-

tados para essa faixa etária”, enquanto 29,5% creem que o incentivo deve ocorrer “por meio de organização de grupos dessa idade”. É possível destacar ainda a “realização de palestras específicas para pessoas dessa faixa etária”, ação mencionada por 21,8 dos entrevistados.

Tabela 7.47.: Opinião sobre as ações mais importantes para estimular as pessoas com mais de 55 anos a se tornarem empreendedoras: percentual da população - Brasil - 2021

Ação	% da população
Por meio de palestras específicas para pessoas dessa faixa etária	21,8
Por meio de cursos voltados especificamente para essa faixa etária	41,4
Por meio de organização de grupos de pessoas dessa faixa etária	29,5
Acesso à tecnologia	0,2
Acesso ao crédito	0,4
Incentivo fiscal/redução de impostos	0,2
Reduzir a burocracia para abertura de empresa	0,0
Promovendo campanhas sobre o empreendedorismo para pessoas acima de 55 anos	0,2
Outra forma	0,9
Não sabe	5,3
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2021.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é fundamental para a economia de um país, pois impacta diretamente na geração de novos empregos e de renda, fomenta a criação de novos produtos e serviços, além de estimular a competitividade, a qualidade, a produtividade e a inovação. Por isso, a participação do Brasil ininterrupta desde 2000 nesta que é a maior pesquisa mundial sobre o tema, traz importante fonte de informações para acompanhar, ano a ano, a evolução do mercado brasileiro frente às demais economias participantes.

As condições e particularidades do empreendedorismo no Brasil, assim como os sonhos e principais atividades escolhidas pelos empreendedores locais, são alguns dos achados deste estudo, que propiciam a criação e alteração de políticas públicas, novas pesquisas no campo acadêmico, além de significativos *insights* para empreendedores, investidores, patrocinadores e organizações nacionais e internacionais. A Pesquisa GEM no Brasil é conduzida desde a primeira edição pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), com o

apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). E em 2021 contou com o patrocínio da empresa de alimentos Nutrimental.

Em 2021, o GEM Brasil entrevistou 46 especialistas de todas as regiões do país e realizou uma segunda pesquisa com 2 mil pessoas, com idades entre 18 e 64 anos. No total, a edição mundial do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entrevistou 150 mil pessoas em 50 diferentes economias, que juntas representam em torno de 68% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e 45% da população mundial.

Este último capítulo tem como objetivo trazer as principais descobertas da pesquisa GEM Brasil 2021 e fomentar estudos futuros. Ele segue uma estrutura fracionada em três partes: uma síntese dos sete capítulos anteriores; uma lista de forças, fraquezas, ameaças e oportunidades para o empreendedorismo brasileiro (SWOT); E, por fim, as recomendações da população brasileira para políticas públicas e ações da sociedade civil.

8.1. Achados deste relatório

Mesmo com as altas taxas de empreendedorismo no Brasil, a maioria dos especialistas considerou que as condições para empreender no país foram muito desafiadoras em 2021.

A taxa de empreendedorismo inicial (TEA) foi a sétima maior, com 21% (abaixo de 2020, quando o país obteve 23,4%), mas ainda alta quando comparada aos demais participantes do GEM. Outro destaque positivo foi a taxa de empreendedorismo nascente, que seguiu em 10,2%, mesmo resultado de 2020 e recorde desde 2002.

A taxa de empreendedorismo total (TTE) foi de 30,4%, colocando o país na quinta posição entre

as 47 economias pesquisadas e em quarto lugar entre os países da América Latina e do Caribe. A taxa de empreendedores estabelecidos (EBO) aumentou de 8,7% em 2020 para 9,9% em 2021.

O número de novos empreendedores (NBO), entretanto, caiu um pouco em relação ao ano anterior, indo de 13,4% para 11,1%. Isso equivale a quase 43 milhões de pessoas à frente de um negócio no Brasil, sendo que aproximadamente 14 milhões foram criados nesse mesmo ano, 15,5 milhões tinham entre três meses e três anos e meio e quase 14 milhões tinham mais do que três anos e meio.

Tabela 8.1.: Taxas¹ (%) e estimativas² (número de pessoas) de empreendedorismo segundo o estágio e potenciais empreendedores³ - Brasil - 2020:2021

Taxas		Taxas		Estimativas	
		2020	2021	2020	2021
Empreendedorismo total	TTE	31,6	30,4	43.986.939	42.765.008
Empreendedorismo inicial	TEA ⁴	23,4	21,0	32.646.954	29.482.295
Novos	NBO	13,4	11,1	18.730.815	15.569.870
Nascentes	NEA	10,2	10,2	14.200.981	14.351.515
Empreendedorismo estabelecido	EBO	8,7	9,9	12.061.053	13.980.790
Empreendedorismo potencial		52,7	53,0	50.236.344	51.823.037

Fonte: GEM Brasil 2021.

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 2020: 139,4 milhões e 2021: 140,5 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 2021).

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.

Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira não empreendedora de 18 a 64 anos para o Brasil, em 2020: 95,4 milhões e 2021: 97,8 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 2021).

⁴ O valor da TEA (2021: 21,0) é ligeiramente diferente da soma das taxas NBO + NEA (11,1 + 10,2 = 21,3) porque há de se considerar a dupla contagem para aqueles empreendedores que estão nas duas categorias simultaneamente.

No Brasil, o levantamento permitiu observar a diminuição da porcentagem de novos negócios ligados ao Setor Extrativo e ao de Transformação, e o franco aumento da importância do Setor de Serviços para o Consumidor. Isso ficou evidente nos tipos de negócios mais abertos em 2021, com destaque para o Setor de Restaurantes e Outros Estabelecimentos de Serviços de Alimentação e Bebidas, que permaneceu entre as cinco primeiras posições em todos os estágios de negócios no país: nascentes, novos e estabelecidos.

O Brasil também figurou entre as dez economias que mais relataram oportunidades devido à pandemia do novo coronavírus: 53,5% dos empreendedores iniciais (TEA) e 49,7% dos estabelecidos afirmaram ter obtido novas oportunidades nesse cenário, números acima da média mundial, que foi respectivamente de 42,6% nos iniciais e 31,7% nos estabelecidos.

Em contrapartida, também foi expressivo o número de brasileiros que descontinuaram um empreendimento alegando como motivo principal a pandemia: 46,2%. Nesse ponto, o país atingiu o sétimo lugar entre as 47 economias participantes do GEM. No geral, o país foi o quinto com maior percentual de descontinuidade de negócios e ficou atrás apenas de Cazaquistão, com os expressivos 16,6%, África do Sul (10,5%), Omã (10,1%) e República Dominicana (10,1%).

As motivações para empreender foram alvo do capítulo 2. A grande motivação em 2021 para os empreendedores iniciais brasileiros foi ganhar a vida porque os empregos são escassos, impulso sinalizado por 76,8% dos participantes. Nota-se, entretanto, o crescimento da categoria fazer a diferença no mundo, a qual, embora já tenha figurado como a segunda colocada nos dois anos anteriores deste estudo, obteve um crescimento expressivo de dez pontos percentuais em relação ao GEM 2020, e ficou apenas 1,1 ponto da primeira colocação em 2021.

Outro dado que chamou a atenção foi a diminuição da diferença entre os empreendedores nascentes que empreenderam por oportunidade (48,6%) em relação aos que fizeram por necessidade (49,6%), o que demonstra uma evolução do empreendedorismo por oportunidade no país. Entre os empreendedores iniciais, a diferença foi um pouco maior, visto que as porcentagens sobre a TEA foram de 47,8% para oportunidade e 49,3% para necessidade.

Em relação às atividades realizadas pelos empreendedores iniciais que empreenderam por necessidade ou por oportunidade, as áreas mais procuradas para empreender convergiram. Duas das mais citadas estão na área de serviços de alimentação (serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada; e restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebida). Estiveram entre as mais citadas também comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal. Somando essas cinco atividades, tem-se para os empreendedores por oportunidade 32,2% e para os empreendedores por necessidade 35,3%.

O capítulo 3 foi dedicado a compreender as características socioeconômicas dos empreendedores brasileiros. A menor diferença entre os sexos ocorreu no grupo dos **empreendedores nascentes (NEA)**: 48,5% das mulheres e 51,5% dos homens. Entre os nascentes empreenderam mais os integrantes das faixas etárias compreendidas entre 25 e 44 anos; com Ensino Médio completo e grande parcela com Ensino Superior; e pertencentes a famílias com renda entre dois e seis salários-mínimos.

Os **empreendedores novos (NBO)** em 2021 foram principalmente homens, nas faixas etárias compreendidas entre 25 e 44 anos, com Ensino Médio completo e pertencentes a famílias com renda entre dois e seis salários-mínimos.

E, por fim, entre os **empreendedores estabelecidos (EBO)** estiveram, na maioria, homens,

entre 35 e 54 anos; com um nível de escolaridade proporcionalmente menor do que os nascentes, novos e iniciais e pertencentes a famílias com renda proporcionalmente maior do que a dos demais estágios iniciais.

O capítulo 4 do presente relatório dedicou-se às características dos empreendimentos. Uma descoberta importante do estudo foi o significativo aumento do número de empresas com CNPJ, evoluindo de 15,2% em 2017 para 44,2% em 2020, com uma leve retração em 2021, para 41,8%. Embora os brasileiros ainda estejam, em sua grande maioria, empreendendo na informalidade, é nítida a evolução ao longo dos anos.

Um ponto que chamou a atenção nesse sentido foi o número de entrevistados que alegou “outros motivos” para procurar a formalização. Essa razão ficou atrás apenas da intenção de “estar regularizado”, assinalada tanto pelos empreendedores nascentes (62,5%) quanto pelos novos (53,8%) e estabelecidos (53,6%). Tais dados instigam um estudo aprofundado de quais seriam os outros motivos que estão motivando a formalização.

Entre todas as atividades, a principal escolhida pelos empreendedores com CNPJ foram “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”. Esse mesmo item ficou em quarto colocado na categoria sem CNPJ. Já entre os não formalizados, o líder da categoria foi “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”, sendo que esse foi o terceiro colocado entre os negócios com CNPJ. E, por fim, dentre os destaques, “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” ficaram em segundo lugar entre os negócios com CNPJ e em terceiro lugar entre os sem CNPJ.

Os empreendedores nascentes relataram uma expectativa bastante otimista para a geração de novas ocupações: 38,8% dos empreendedores nessa categoria afirmaram o objetivo de ter seis ou mais pessoas ocupadas em até cinco anos de negócio. O número, entretanto, é muito acima do efetivamente trazido pelos novos

empreendedores, já que 7,4% deles informaram ter atingido esse número de ocupações ou mais e 11,1% dos estabelecidos relataram seis ou mais ocupações.

Um ponto que merece foco das políticas governamentais, da área de educação e capacitação e de pesquisa e desenvolvimento é a necessidade de estimular a inovação no Brasil. Quase 70% dos negócios nascentes informou que não inovou nem em produto, tampouco em serviço e 78% não trouxe novidade em processo ou tecnologia. Entre os estabelecidos, os números foram ainda maiores: 94% e 90%, respectivamente, dos entrevistados informou que o empreendimento no qual atua não inova.

Em 2021, o Brasil contou com cerca de 15 milhões de pessoas como investidores informais, e ocupou a quarta posição geral dentre as 47 economias participantes do estudo, com 10,7%. O valor médio investido, entretanto, obteve uma queda significativa com relação a 2020, marcando R\$ 15.188,20 contra R\$ 22.826,17 obtido no ano anterior.

Esse tipo de investimento mostrou-se relevante, em especial, para as economias da América Latina e Caribe, onde o Brasil ficou na terceira posição da região. Essa é uma importante alternativa no país, frente às dificuldades na obtenção de crédito pelo sistema financeiro para pequenos e novos empreendimentos e ao alto custo do crédito no Brasil.

Observa-se, entretanto, que, embora os investidores informais no Brasil sejam bastante relevantes para os novos empreendimentos, em termos de percentual, o montante investido foi baixo e colocou o Brasil como o 43º colocado entre as 47 economias analisadas em 2021 pelo GEM, atrás apenas das duas economias da mesma região, Uruguai e Guatemala, e da Croácia e da Índia. Nesse ponto, o país perdeu posições em relação à pesquisa GEM 2020, quando ocupou a 32ª posição, entre as 43 economias pesquisadas.

A proporção de investidores informais permaneceu aumentando conforme a renda familiar

foi crescendo, e dentre aqueles que possuíam renda familiar de mais de seis salários-mínimos, o índice foi de 21,5%. No entanto, foi possível observar também um movimento entre os com renda familiar de até um salário-mínimo. Dentre esses, as taxas foram de 15,8%, ocupando a segunda posição. Esse segundo valor foi muito superior ao apresentado em 2020, quando a taxa ficou em 2,3%, o que chama especial atenção. Ao cruzar esse dado com o percentual de investidores classificados como familiares, que em 2021 somou 53,5%, uma possível conclusão foi que a família nessa faixa de renda esteja contribuindo para que a mudança de vida ocorra por meio do empreendedorismo.

O capítulo 6 evidenciou que o Brasil ficou em 18º lugar entre as 47 economias pesquisadas quanto à percepção da facilidade para abertura de negócios, com a porcentagem de 42%. Em outras palavras, menos da metade das pessoas consultadas consideraram fácil abrir um negócio no Brasil. Esse índice se manteve estável em relação a 2020, quando era de 41,4%.

A percepção obtida pelo GEM confirma a imagem do ambiente brasileiro como difícil para os negócios, em especial pelos resultados apresentados no capítulo 7, no qual os entrevistados sinalizaram que o contexto político, institucional e social e a burocracia nos processos de abertura foram fatores que mais influenciaram restritivamente o empreendedorismo. Além disso, as avaliações sobre pontos relacionados ao apoio por parte do governo tiveram notas mais baixas dentre os diversos quesitos analisados.

O Brasil ficou na 12ª colocação no *ranking* geral, com 66,7%, no quesito conhecimentos, habilidades e experiências para iniciar um negócio – mesma posição ocupada em 2020.

Na América Latina e Caribe foi superado pela República Dominicana (88,7%), Guatemala (88,7%), Chile (70,7%) e Panamá (69,8%). Em contrapartida, as dez economias nas quais as populações se consideraram menos preparadas para o empreendedorismo ficaram concentradas surpreendentemente em economias com

acesso a bons sistemas educacionais e alta renda (com exceção da Rússia, que foi classificada como média renda), o que demonstrou que a autopercepção de preparo para empreender vai além do acesso à educação ou da renda local.

O sonho do empreendedorismo permanece alto em todos os estágios no Brasil, e mesmo entre os não empreendedores. Foi de 46,2% na população em geral e variou de 61,4% entre os empreendedores nascentes até 33,1% entre os estabelecidos. Os não empreendedores somaram 45,1% nesse sonho. Em todos os estágios de empreendimento (de inicial a estabelecido), “ter o próprio negócio” superou o sonho de “fazer carreira em empresa” em pelo menos 20 pontos percentuais e a diferença foi maior em comparação com o sonho de “fazer carreira no serviço público”, em ao menos 23 pontos percentuais.

Em 2021, outro dado também chamou a atenção para o oposto: o sonho menos manifestado pelos entrevistados em geral, que marcou apenas 0,1% (e inclusive foi uma resposta nula entre os empreendedores), foi o de ter filhos. Esse dado se destaca tanto pelo potencial que possui de influenciar nos próximos anos os negócios voltados para a faixa infantil quanto traz algumas hipóteses de mudanças de comportamento na sociedade e até mesmo de possível receio que a população esteja construindo com relação ao futuro. Ele abre espaço para um estudo complementar para entender os motivos dessa baixa.

Com relação à faixa etária, aqueles que demonstraram maior interesse pelo empreendedorismo têm entre 25 e 44 anos. No entanto, com relação a 2020, houve também uma diminuição substancial no percentual de jovens que desejam empreender. Enquanto em 2020 esse índice era de 68,8%, em 2021 passou a 18,1%.

Quanto à escolaridade, percebe-se que é um sonho mais frequente entre pessoas com Ensino Médio completo (50,3%) do que nos demais graus de escolaridade. Em termos de renda familiar, o sonho de empreender foi mais intenso na faixa de mais de três até seis salários-mínimos (34,6%).

Ao contrário do que aconteceu em 2020, quando o sonho de empreender estava mais intenso entre as pessoas de classes mais desfavorecidas, de menor escolaridade, mais jovens e com menor experiência, em 2021, percebeu-se que as pessoas com faixas medianas de salário, de escolaridade e idade estão mais propensas a abrir um novo negócio. Cruzando esse dado com o aumento de empreendedorismo por oportunidade, tende aqui mais um ponto que merece aprofundamento.

E, por fim, o capítulo 7 exibiu o National Entrepreneurship Context Index (NECI, em português: Índice Nacional de Contexto de Empreendedorismo), que considera a média ponderada das notas atribuídas pelos especialistas em 14 condições que afetam o empreendedorismo. Em 2021, 50 economias participaram desse estudo e o Brasil pontuou abaixo em 13 das 14 categorias, ficando acima apenas no item “**dinâmica do mercado interno**”. Esse capítulo trouxe importantes considerações para cada um dos pontos em que o país precisa melhorar sua performance (ver a partir da **tabela 7.1.**).

Tal performance fez o Brasil ocupar uma das últimas posições no NECI. Com um índice de 3,6%, obteve o 47º lugar, equiparou-se à Bielorrússia e ficou à frente apenas do Irã e do Sudão. O índice foi inferior ao obtido em 2020, quando obteve 4,2 e figurou na 32ª posição entre os 45 países participantes em 2020.

O potencial dos empreendedores brasileiros vem sendo restringido, sobretudo, pela baixa facilidade de acesso a financiamentos, que obteve apenas 3,2 de nota contra uma média mundial de 4,4, e pela falta de políticas mais efetivas. Os impostos e a burocracia brasileira, que marcaram 2,3 de nota contra 4,7 de média das demais economias, contribuíram diretamente para diminuir a produtividade e a competitividade e também impactaram o número de formalizações de negócios.

Outro ponto da pesquisa foi que os empresários brasileiros até demonstraram o desejo de contratar e o sonho de empreender, mas efetivamente contrataram poucos funcionários, o

que pôde ser visto inclusive nos altos índices de empreendedorismo individual (conforme detalhado no **capítulo 4**).

Em contrapartida, a dinâmica do mercado interno brasileiro foi a que obteve pontuação mais alta no NECI, com 6,0. Com isso, ficou inclusive acima da média das 50 economias, que foi de 5,1.

Aprofundando os itens, observa-se que, dos 78 itens analisados nas questões objetivas, apenas dez obtiveram nota acima de 5,0. O maior destaque foi para as “**oportunidades surgidas devido à crise financeira e a pandemia**”. Três pontos nessa categoria alcançaram as quatro maiores notas: o número considerável de empresas novas e em crescimento promovendo trabalho remoto (*home office*) como consequência da pandemia de covid-19, com 7,61; o número considerável de empresas novas e em crescimento adotando modelos de negócios baseados em economia *gig* (ou seja, na contratação temporária de pessoas de acordo com a demanda, favorecida pela utilização das plataformas digitais), com 6,51; e o fato de que a economia *gig* se tornou um importante motor para o início de novos negócios, com 6,09.

Na sequência, o item “**acesso ao mercado e barreiras à entrada**” teve duas citações com maiores notas, ambas reforçando a dinâmica do mercado brasileiro: as mudanças consideráveis de um ano para o outro no mercado de bens de consumo e de serviços (com 6,09); e no mercado de bens e serviços para empresas (*business-to-business*, com 5,89).

O “**acesso à infraestrutura física**” pontuou acima em quatro categorias: serviços básicos (como gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês para empresa nova ou em crescimento, com 6,04; e a abundância de espaços de escritório acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento, com 6,0. Completaram a lista: o acesso a serviços de comunicação em aproximadamente uma semana (como telefone, internet, etc.), com 5,89; e o fato de uma empresa nova ou em crescimento poder arcar com os custos de serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto), com 5,02 de nota.

E, por fim, a “**infraestrutura comercial e profissional**” se destacou pela existência de fornecedores, consultores e terceiros suficientes para dar apoio às empresas novas e em crescimento, com nota 5,33.

Em contrapartida, nove itens na avaliação do Brasil tiveram nota inferior a 2. A menor nota entre todos os itens ocorreu na categoria de “**pesquisa e desenvolvimento**”. Com apenas 1,46 de nota ficou o poder de custear o acesso a tecnologias de ponta para empresas novas e em crescimento.

Na área de “**oportunidades surgidas devido à crise financeira e à pandemia**”, a avaliação de que o governo tomou decisões eficazes para controlar a crise de saúde, para assim prejudicar a economia o menos possível, obteve apenas 1,76.

A categoria “**educação e capacitação**” obteve o pior em três itens, todos eles relacionados ao Ensino Fundamental e Médio: o incentivo à criatividade, à autossuficiência e à iniciativa pessoal, com 1,83; o fornecimento de instrução adequada acerca dos princípios da economia de mercado, com 1,70; e atenção suficiente ao empreendedorismo e à criação de novas empresas, com 1,55.

A área de “**políticas governamentais**” também se destacou negativamente em três itens: as novas empresas conseguirem realizar todos os trâmites administrativos e legais (obtenção de permissões, licenças e concessões) em aproximadamente uma semana, com 1,84; a carga de impostos e taxas não constituir uma barreira para a criação de novas empresas e impulsionar o crescimento das empresas em geral, com 1,74; e os trâmites burocráticos, regulamentações e licenças necessárias para atuar legalmente não representar uma dificuldade especial para as empresas novas e em crescimento, com 1,70.

Fechou a lista um item na categoria de “**apoio ao empreendedorismo feminino**”: regulamentações e estímulos para empreendimentos serem tão favoráveis que as mulheres prefiram se tornar empresárias em vez de se tornarem funcionárias, com apenas 1,93 de nota.

8.2. Matriz SWOT

Após contextualizar os achados deste relatório, o próximo item se dedica a fazer uma matriz SWOT com os dados que mais se destacaram positiva ou negativamente em cada capítulo e configurar as ameaças e oportunidades vistas pelos especialistas entrevistados (NES) e pela pesquisa com a população adulta (APS), além de abordar outras informações de fontes externas. Técnica de planejamento estratégico, essa análise tem como objetivo elencar as principais influências para a competitividade dos negócios no Brasil.

8.2.1. Forças (*Strengths*)

- Manutenção do recorde nas taxas de empreendedorismo nascente, marcando 10,2%, mesmo resultado de 2020 e o recorde desde 2002 (**capítulo 1**).
- Quarto melhor resultado no índice de empreendedorismo inicial (TEA) da série histórica iniciada em 2002, com 21%, valor inferior aos 23,4% obtidos em 2020, mas ainda assim figurando em 7º lugar entre as 47 economias do GEM 2021 (**capítulo 1**).
- O Brasil figurou na décima posição entre os países que mais relataram oportunidades devido à pandemia para os empreendedores iniciais (TEA), com 53,5%. Já entre os estabelecidos, o percentual foi de 49,7%, colocando o país na sexta posição (**capítulo 1**).
- Aumento dos negócios abertos na área de Serviços Orientados para o Consumidor (**capítulo 1**).
- Crescente número de potenciais empreendedores, ou seja, brasileiros que pretendem abrir um negócio no país nos próximos três anos, 53%, contra 52,7% em 2020. O resultado é estimado em 51.823.037 novos negócios potenciais (**capítulo 1**).
- Aumento significativo da taxa da motivação “Fazer diferença no mundo” (75,7%) entre os empreendedores iniciais e quase equiparação com a motivação principal no país, que segue sendo “Ganhar a vida porque os empregos são escassos”, com 76,8% (**capítulo 2**).
- Diminuição da diferença entre os empreendedores nascentes que empreenderam por oportunidade (48,6%) e dos que fizeram por necessidade (49,6%) quando comparada a 2020, o que demonstra um crescimento do número de empreendedores por oportunidade no Brasil (**capítulo 2**).
- Ao contrário do que aconteceu em 2020, quando o sonho de empreender estava mais intenso entre as pessoas de classes mais desfavorecidas, de menor escolaridade, mais jovens e com menos experiência, em 2021, percebeu-se que as pessoas com faixas medianas de salário, de escolaridade e idade estão mais propensas a abrir um novo negócio (**capítulo 3**).
- A significativa evolução do número de empresas com CNPJ, que saiu de 15,2% em 2017 para 44,2% em 2020, ainda que tenha apresentado uma leve retração em 2021, para 41,8% (**capítulo 4**).
- Em 2021, o Brasil contou com cerca de 15 milhões de pessoas como investidores informais, e ocupou a 4ª posição geral dentre as 47 economias participantes do estudo, com 10,7% com maior número de investidores informais (**capítulo 5**).
- Manutenção da 12ª colocação no ranking geral, com 66,7%, no quesito conhecimentos, habilidades e experiências para iniciar um negócio, a mesma posição ocupada em 2020 (**capítulo 6**).

- O sonho do empreendedorismo permaneceu alto em todos os estágios no Brasil, e mesmo entre os não empreendedores. Foi de 46,2% na população em geral e variou de 61,4% entre os empreendedores nascentes até 33,1% entre os empreendedores estabelecidos. Figurou acima em todos os estágios de empreendedorismo em relação aos sonhos de fazer carreira numa empresa ou no serviço público (**capítulo 6**).
- A alta dinâmica brasileira tanto no mercado de bens de consumo e de serviços quanto no mercado de bens e serviços para empresas (business-to-business), que performaram acima da média mundial (**capítulo 7**).

8.2.2. Fraquezas (*Weaknesses*)

- Queda na taxa de empreendedorismo total em relação a 2010, quando, pela primeira vez na série histórica, o Brasil atingiu um valor superior a 30%, marcando naquela oportunidade 32,3%. Em 2021, o valor de TTE foi de 30,4%, o décimo maior resultado atingido na série histórica e o terceiro menor resultado desde 2010 (**capítulo 1**).
- Piora no índice de novos empreendimentos (NBO) em 2021, obtendo 11,1%, sendo o segundo pior resultado desde 2010, e significativamente inferior ao 13,4 registrado em 2020 (**capítulo 1**).
- Diminuição na taxa de empreendedorismo estabelecido (EBO), para 9,9%, o quinto pior resultado da série histórica desde 2002, mas à frente do obtido em 2020, quando o país marcou 8,7% (**capítulo 1**).
- Expressivo número de brasileiros que descontinuaram um empreendimento alegando como motivo principal a pandemia de coronavírus: 46,2%, o que colocou o país no sétimo lugar entre as 47 economias participantes do GEM (**capítulo 1**).
- O Brasil foi o quinto com maior percentual de descontinuidade de negócios (9,1%) e ficou atrás apenas de Cazaquistão, com os expressivos 16,6%, África do Sul (10,5%), Omã (10,1%) e República Dominicana (10,1%) (**capítulo 1**).
- Aumento na desigualdade de empreendedorismo masculino em relação ao feminino (**capítulo 3**).
- Baixa inovação. Quase 70% dos negócios nascentes não inovou no Brasil em produto e/ou serviço e 78% não trouxe novidade em processo ou tecnologia. Entre os estabelecidos, os números foram ainda maiores: 94% e 90%, respectivamente, dos entrevistados informaram que o empreendimento no qual atuam não inovou em nenhum dos itens retratados acima (**capítulo 4**).
- Embora o número de investidores informais tenha aumentado em 2021, o valor médio investido de modo informal pelos brasileiros obteve uma significativa queda para R\$ 15.188,20, ante os R\$ 22.826,17 investidos em 2020 (**capítulo 5**).
- Diminuição na percepção de oportunidades. O Brasil marcou 54,8%, conquistando o 24º lugar entre as 47 economias e caindo posições em relação a 2020, quando ocupou o 15º lugar (**capítulo 6**).
- Piora no índice NECI, marcando 3,6 e ficando na 47ª posição, junto à Bielorrússia e ficando à frente apenas do Irã e do Sudão. O índice foi inferior ao obtido em 2020, quando o Brasil marcou 4,2 e figurou na 32ª posição dos 45 países participantes daquele ano (**capítulo 7**).
- Atingimento de valor inferior à média em 13 das 14 condições que afetam o empreendedorismo avaliadas pelos especialistas para compor o índice NECI (**capítulo 7**).
- Baixa facilidade para obtenção de “apoio financeiro” para novas empresas, com nota de 3,2, inferior à média mundial (**capítulo 7**).

- Um item na área de “pesquisa e desenvolvimento” obteve a pior nota dentre todos os 78 itens avaliados. Com apenas 1,46 de nota ficou o poder de custear o acesso a tecnologias de ponta para empresas novas e em crescimento (**capítulo 7**).
- A baixa performance na categoria “educação e capacitação”, em relação ao Ensino Fundamental e Médio, quando avaliados o incentivo à criatividade, à autossuficiência e à iniciativa pessoal; o fornecimento de instrução adequada acerca dos princípios da economia de mercado; e a atenção suficiente ao empreendedorismo e à criação de novas empresas (**capítulo 7**).
- A área de “políticas governamentais” também se destacou negativamente, com três itens configurando barreiras importantes para a criação de novas empresas e para o crescimento das empresas em geral: trâmites administrativos e legais; trâmites burocráticos, regulamentações e licenças necessárias; e carga de impostos e taxas (**capítulo 7**).
- Baixo apoio ao “empreendedorismo feminino”. O item regulamentações e estímulos para empreendimentos serem tão favoráveis que as mulheres prefiram se tornar empresárias em vez de se tornarem empregadas/funcionárias, obteve apenas 1,93 de nota (**capítulo 7**).
- A avaliação de que o governo tomou decisões eficazes para controlar a crise de saúde, para assim prejudicar a economia o menos possível, obteve apenas 1,76 de nota dada pelos especialistas (**capítulo 7**).

8.2.3. Oportunidades (*Opportunities*)

- Retomada do turismo, com a melhora nos índices da pandemia.
- Maior oferta de cursos e palestras, inclusive gratuitos, pelas plataformas digitais.
- Aumento da importância do conceito ESG, que fomenta diversidade, sustentabilidade e melhora nos níveis de governança corporativa.
- Menor apetite para o empreendedorismo nas economias de alta renda, o que gera oportunidades a serem exploradas por empresários brasileiros.
- Implementação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), com aumento da segurança e dos treinamentos empresariais visando à melhora na privacidade de dados.
- Aumento na expectativa de vida da população e melhora nos índices de busca por empreendedorismo na faixa etária acima dos 55 anos.
- Aumento de acesso à mão de obra qualificada em diferentes estados com a consolidação do *home office*.

8.2.4. Ameaças (*Threats*)

- Inovação baixa no Brasil, o que deixa o país muito dependente das inovações externas.
- Aumento da inflação e do endividamento das famílias brasileiras e perda de riqueza no país em consequência dos efeitos econômicos da pandemia.
- Polaridade política, acarretando aumento da fragilidade e diminuição do poder de articulação das instituições governamentais e de apoio e suporte.
- Crescimento da concorrência externa com o aumento das possibilidades digitais dos negócios, trazendo inclusive um desafio extra à retenção de talentos.
- Aumento dos empregos informais e perda de competitividade das empresas devido às consequências da pandemia.
- Aumento da rotatividade nas empresas devido à oferta – inclusive externa – de oportunidades.
- Aumento de *burnout* e outras doenças laborais e psicossociais.
- Aumento nos preços dos combustíveis.

8.3. Recomendações para Políticas Públicas e Ações da Sociedade Civil

A pesquisa com a população adulta (APS) considerou o desenvolvimento de políticas públicas e as ações da sociedade civil para fortalecer o empreendedorismo. O tópico que teve maior percentual de pontuação da população foi o de redução de impostos e taxas, com 23,6%, o que parece indicar a necessidade de reduzir o peso do Estado na vida das pessoas. Em seguida, os itens mais citados foram reduzir a burocracia para a abertura de empresa e maior facilidade de acesso ao crédito, ambos com 14,3%.

Outra ação indicada foi a maior difusão de cursos de empreendedorismo, apontada por 12,9% dos entrevistados. Os cursos, aliás, configuraram como importante item também para estimular o empreendedorismo feminino

e o empreendedorismo de pessoas com mais de 55 anos. Cursos voltados especificamente para mulheres obtiveram 46% das citações e organização de grupos femininos, 32,6%. Além disso, 41,4% das pessoas entrevistadas informaram que acreditam que o estímulo ao empreendedorismo para maiores de 55 anos deve ser feito por meio de cursos voltados especificamente para essa faixa etária, enquanto 29,5% afirmaram que esse incentivo deve ocorrer por meio de organização de grupos dessa idade.

Destacou-se também a importância da realização de palestras específicas para pessoas dessa faixa etária, ação mencionada por 21,8% dos entrevistados.

APÊNDICE



A.1. Metodologia

O **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** é uma pesquisa desenvolvida anualmente desde 1999 e da qual o Brasil participa desde 2000. Ela tem como objetivo trazer um panorama geral da atividade empreendedora das economias participantes e, com isso, oferece referências importantes para acompanhar evolução do empreendedorismo. Isso permite reunir uma série de informações úteis a diversos públicos, principalmente:

- **Acadêmicos:** a metodologia do GEM consistente ao longo dos anos e validada internacionalmente permite não só acompanhar evoluções e desafios de mercado, como gerar informações para outros estudos e análises sobre o comportamento empreendedor.
- **Agentes de políticas públicas:** o GEM traz um panorama das condições para empreender no país e das dificuldades encontradas, o que permite analisar e desenvolver

novas ações e melhorias e comparar com a realidade apresentada nas demais economias participantes.

- **Empreendedores:** o estudo permite entender profundamente o cenário do empreendedorismo no Brasil e comparar com a própria performance, observando seu perfil, motivações, ambições, sonhos, resultados, expectativas e oportunidades de mercado a serem exploradas.

O GEM conta com duas pesquisas principais: a **Pesquisa com a População Adulta (Adult Population Survey (APS))**, realizada com a população adulta, de 18 a 64 anos. E a **Pesquisa com Especialistas Nacionais (National Expert Survey (NES))**, feita com especialistas nacionais com ampla experiência em pelo menos uma das condições que afetam o contexto do país para os empreendedores. A seguir, detalha-se como ambas as pesquisas foram realizadas nesta edição.

A.1.1. Pesquisa com a População Adulta (Adult Population Survey (APS)):

A coleta de dados com a população adulta ocorreu entre os dias 26 de abril a 24 de junho de 2021, totalizando 90 dias corridos para o campo. Foram realizadas 2 mil entrevistas nas cinco regiões do país, sendo que a quantidade de entrevistas realizadas cumpriu integralmente o plano amostral previamente aprovado.

Tabela A.1.1.: Plano Amostral GEM Brasil - 2021

	Estados	Pop. estado	Pop. região	% Estado e região/BR	Amostra final
Brasil			213.317.639	100,00	2.000
Norte	Amazonas	4.269.995		2,00	58
	Pará	8.777.124		4,11	119
	Total região		18.906.962	8,86	177
Nordeste	Maranhão	7.153.262		3,35	94
	Ceará	9.241.366		4,33	122
	Pernambuco	9.675.249		4,54	127
	Bahia	14.985.070		7,02	197
	Total região		57.667.842	27,03	540
Sudeste	Minas Gerais	21.411.923		10,04	210
	Rio de Janeiro	17.463.349		8,19	172
	São Paulo	46.649.132		21,87	459
	Total região		89.632.912	42,02	841
Sul	Paraná	11.597.484		5,44	109
	Santa Catarina	7.338.473		3,44	69
	Rio Grande do Sul	11.466.630		5,38	108
	Total região		30.402.587	14,25	286
Centro-oeste	Mato Grosso do Sul		2.839.188	1,33	34
	Goiás		7.209.247	3,38	85
	Distrito Federal		3.091.667	1,45	37
	Total região		16.707.336	7,83	156

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Gerência de Estudos e Análises da Dinâmica Demográfica. Projeção da população do Brasil por sexo e idade para o período 2010:2060.

De acordo com os dados acima, as entrevistas ocorreram considerando os seguintes percentuais:

- 40% das entrevistas foram realizadas nas capitais e/ou município de porte grande;
- 35% das entrevistas foram realizadas em municípios de porte médio;
- 25% das entrevistas foram realizadas em municípios de porte pequeno.

Na **tabela A1.2.** abaixo, detalha-se o número de municípios envolvidos em cada porte.

Tabela A.1.2.: Resumo sobre número de municípios pesquisados por porte dos municípios

Municípios	Número	%
Grandes e capitais	70	10%
Médios	174	25%
Pequenos e micro	452	65%
Total	696	100%

Fonte: GEM Brasil 2021.

**Tabela A.1.3.: Taxas e contagens de empreendedorismo segundo o estágio
- Brasil - 2020:2021**

Estágio	Contagem	Taxas 2021	Taxas 2020
Empreendedorismo total	608,6	30,4	31,6
Empreendedorismo inicial	419,6	21,0	23,4
Novos	221,6	11,1	13,4
Nascentes	204,2	10,2	10,2
Empreendedorismo estabelecido	199,0	9,9	8,7
Amostra	2000,0	--	--

Fonte: GEM Brasil 2021.

Para esta realização foi utilizado o método denominado Phone Cluster Sampling, que consistiu na combinação do método RDD (discagem aleatória de dígitos) com a definição de uma amostra estratificada por clusters. Esse procedimento seguiu os seguintes passos:

- a – Relação dos DDDs dos Estados que compuseram a amostra;
- b – Relação de todos os prefixos de operadoras para cada DDD;
- c – Geração de todas as combinações possíveis para os 4 últimos dígitos;
- d – Discagem aleatória para os números gerados para cada DDD, completando o número de entrevistas previstos no plano amostral;
- e – Para cada número selecionado pela discagem aleatória foram feitas 5 tentativas até que o telefone fosse atendido;

- f – Atendido o telefone, foi explicado pelo entrevistador ao seu interlocutor sobre o objetivo da ligação e solicitada a entrevista. O interlocutor podia aceitar ou recusar.
 - » f.1 – Nos contatos em que o interlocutor aceitou, a entrevista foi realizada durante a mesma ligação, ou agendada para outro dia e horário. Até a entrevista ser efetivamente iniciada, o entrevistador fez até mais quatro abordagens (*callbacks*) junto ao interlocutor, antes do entrevistador desistir e buscar um novo número, repetindo o processo.
 - » f.2 Nos casos em que o interlocutor recusou, o entrevistador buscou um novo número e reiniciou o processo.

A entrevista foi realizada por meio da aplicação de questionário, contendo perguntas abertas e fechadas, e blocos específicos para determinadas categorias de respondentes.

A.1.1.1. Controle de qualidade

A coleta de dados foi monitorada e avaliada pela equipe do IBQP e pela coordenação internacional do projeto, solicitando dados tabulados de cada grupo de entrevistas realizadas, como proceder para fazer a reposição dos questionários, geralmente com o retorno ao campo ou iniciando uma nova coleta.

A.1.1.2. Equipe de campo

A equipe de campo foi formada por entrevistadores e supervisores com experiência em pesquisas de opinião por telefone. Entrevistadores qualificados realizaram entrevistas por telefone nas cidades que compõem a amostra. Supervisores de campo foram responsáveis pelo gerenciamento e orientação dos entrevistadores,

verificando e ouvindo 20% dos questionários de cada entrevistador.

As equipes foram monitoradas e avaliadas diariamente pela coordenação geral do estudo, monitorando o banco de dados, ouvindo as entrevistas e fazendo verificações.

A.1.2. Pesquisa com Especialistas Nacionais (National Expert Survey (NES))

A pesquisa com especialistas do GEM Brasil 2021 foi iniciada em 21 de maio de 2021 e concluída em 15 de julho de 2021. Foram prospectados 114 especialistas e destes, 46 responderam aos questionários. Nas **páginas 6 e 7** deste relatório estão os nomes e instituições dos participantes desta edição.

Os especialistas responderam a questões abertas e fechadas sobre quais fatores favoreceram ou limitaram a atividade empreendedora no Brasil em 2021 e puderam comparar com outras 49 economias que participaram da **Pesquisa NES** nesta edição. Vale ressaltar que Jamaica, Lituânia e México participaram apenas dessa pesquisa em 2021.

Para atender a metodologia do GEM são necessários o mínimo 36 especialistas entrevistados, sendo pelo menos três especialistas em cada categoria e subcategoria das *Entrepreneurial Framework Conditions* (EFC), em português: “Condições que Afetam o Empreendedorismo”. Além disso, a cada ano procura-se manter 25% dos especialistas participantes da edição anterior, como forma de diminuir possíveis vieses. Cada participante foi classificado quanto à área de conhecimento e experiência, sendo que a soma de cada classificação está apresentada no **tabela A1.4.** a seguir.

Tabela A.1.4.: Classificação dos especialistas segundo principal área de conhecimento ou experiência (EFCs) - GEM Brasil 2021

Brasil	EFC 1	EFC 2	EFC 3	EFC 4	EFC 5	EFC 6	EFC 7	EFC 8	EFC 9	Total
Empreendedores	--	1	1	--	--	1	1	2	--	6
Profissionais	4	4	4	1	5	3	2	3	2	28
Ambos	1	--	--	4	--	1	2	--	4	12
Total	5	5	5	5	5	5	5	5	6	46

Fonte: GEM Brasil 2021.

Quadro A.1.1.: Descrição das condições que afetam o empreendedorismo (EFC) segundo o modelo GEM

<p>EFC 1: Apoio Financeiro</p>
<p>1. Avalia a disponibilidade de recursos financeiros (ações, capital de giro, etc.) para a criação de negócios ou sua sobrevivência, incluindo doações e subsídios. Essa dimensão também examina os tipos e a qualidade do apoio financeiro (formas de participação, capital inicial e de giro) e o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo (conhecimento e habilidade para avaliar oportunidades, planos de negócios e necessidades de capital de negócios de pequena escala, disposição para lidar com empreendedores e postura diante do risco).</p>
<p>EFC 2: Políticas Governamentais</p>
<p>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.</p>
<p><i>EFC 2.1: Avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral.</i></p>
<p><i>EFC 2.2: Trata da regulamentação.</i></p>
<p>EFC 3: Programas Governamentais</p>
<p>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 governamentais, bem como a habilidade destes em gerenciarem programas especificamente voltados ao empreendedor e a efetividade dos programas.</p>
<p>EFC 4: Educação e Capacitação</p>
<p>4. Avalia até que ponto a capacitação para a criação ou gerenciamento de novos negócios é incorporada aos sistemas educacionais formais e de capacitação em todos os níveis (ensinos fundamental, médio, superior e profissionalizante e cursos de pós-graduação, além de cursos especificamente voltados a empreendedorismo/negócios). Essa dimensão também examina a qualidade, a relevância e a profundidade da educação e dos programas de capacitação voltados à criação ou ao gerenciamento de novos negócios, a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e à criatividade, a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo, bem como a experiência dos gerentes e empreendedores na gestão de pessoas.</p>
<p><i>EFC 4.1: Trata do Ensino Fundamental e Médio.</i></p>
<p><i>EFC 4.2: Aborda o Ensino superior.</i></p>
<p>EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento (Transferência de Tecnologia)</p>
<p>5. Avalia em que medida Pesquisa e Desenvolvimento levam a novas oportunidades empresariais e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas.</p>
<p>EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional</p>
<p>6. Avalia a disponibilidade, o custo e a qualidade dos serviços de contabilidade, comerciais ou outros serviços de ordem legal e tributária, bem como de instituições que permitam ou promovam a criação de novos negócios ou a sobrevivência de negócios em crescimento. Também examina a acessibilidade às informações de variadas fontes, como internet, revistas, jornais e periódicos sobre economia nacional e internacional, processos de start-up, como escrever um plano de negócios e demandas de mercado.</p>
<p>EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada</p>
<p>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 do mercado (informação assimétrica, a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores), as políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.), a estrutura do mercado (facilidade de entrada, dominação por parte de algumas empresas, vantagens para propaganda, competição de preços etc.) e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições.</p>
<p><i>EFC 7.1: Avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro.</i></p>
<p><i>EFC 7.2: Avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados já existentes.</i></p>
<p>EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física</p>
<p>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; áreas e espaços; e custos para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos.</p>
<p>EFC 9: Normas Culturais e Sociais</p>
<p>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 que, por sua vez, levam a uma maior dispersão em ganhos e riquezas. Esta dimensão também examina as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; as atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; os efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; a valorização do empreendedor; a influência dos comportamentos e atitudes determinados pela cultura e pela sociedade no que se refere à posição da mulher na sociedade, a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.</p>

Fonte: GEM 2021.

A.1.2.1. Perfis dos Entrevistados na Pesquisa com Especialistas Nacionais

Para a entrevista NES são escolhidos anualmente profissionais considerados com conhecimento e experiência relacionados às condições acima citadas, ou seja, pessoas envolvidas diretamente com temas relevantes para o empreendedorismo – que podem ser

políticos, acadêmicos, empresários, agentes do governo entre outros. Para cada condição procura-se identificar profissionais com o seguinte perfil abaixo descrito no **quadro A1.2.** para cada EFC.

Quadro A1.2. Profissionais Entrevistados na Pesquisa com Especialistas Nacionais –NES – Brasil - 2021

EFC 1: Apoio Financeiro	Banqueiros, cargos públicos em gerência de programas financeiros, business angels e pessoas de negócios em geral.
EFC 2: Políticas Governamentais	Cargos públicos relacionados à economia e ambiente das empresas, agências de desenvolvimento e empreendedores provenientes dessas políticas.
EFC 3: Programas Governamentais	Cargos públicos relacionados aos programas governamentais, associações comerciais, agências de desenvolvimento e empreendedores e pessoas ligadas a esses programas.
EFC 4: Educação e Capacitação	Professores, cargos públicos relacionados à educação e empreendedores.
EFC 5: Pesquisa e Desenvolvimento	Pessoas ligadas à indústria, inovação, agências de desenvolvimento e crescimento públicas ou privadas, parques tecnológicos, pesquisadores de universidades e empreendedores ligados a ciência e tecnologia.
EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional	Advogados, contadores, analistas de mercado, institutos de pesquisa, empreendedores que necessitam dessas pessoas.
EFC 7: Acesso ao Mercado e Barreiras à Entrada	Analistas de mercado, alguns pesquisadores de universidades ou business schools, associações comerciais, câmaras comerciais, agências governamentais ligadas à economia e desenvolvimento e empreendedores.
EFC 8: Acesso à Infraestrutura Física	Todo tipo de empresa ligada ao fornecimento de energia elétrica, água, telefone, gás, etc. Engenheiros, agências governamentais ligadas à infraestrutura física, parques industriais e empreendedores.
EFC 9: Normas Culturais e Sociais	Associações comerciais, imprensa e mídia em geral, sociólogos, empreendedores, fundações e pesquisadores.

Fonte: GEM Brasil 2021.

A.1.2.2. Métodos de Coleta

A abordagem foi feita por meio de ligações telefônicas ou e-mails com finalidade de mostrar a importância da pesquisa e convidar cada especialista a participar. Em seguida, a aplicação do questionário padronizado foi feita por meio eletrônico.

O questionário teve cerca de 100 perguntas com **escala Likert** de 9 pontos: 1 = completamente

falsa e 9 = completamente verdadeira e foi finalizada por uma questão aberta que solicitou ao entrevistado indicar três aspectos que considera mais limitantes ao empreendedorismo, os três mais favoráveis e três recomendações. A estimativa para o retorno do questionário foi de 15 a 30 minutos, mas houve quem levasse mais tempo dependendo das respostas.

A.1.3. Índice Nacional de Contexto para Empreender (NECI)

Desde 2018, o GEM calcula o índice National Entrepreneurship Context Index (NECI), que é composto pela média ponderada de notas atribuídas pelos especialistas respondentes da pesquisa NES nas 12 condições que afetam o empreendedorismo (9 categorias e suas subcategorias), as EFCs. Em 2021, participaram 50 economias, sendo que as notas

desses locais em cada uma das EFCs mostram quais condições são mais favoráveis ou menos favoráveis para o empreendedorismo, o que permite fazer análises e comparações entre países, regiões geográficas, níveis de renda, ou até mesmo entre as taxas gerais de empreendedorismo TEA.

A.1.4. Pesquisa em Fontes Secundárias

Além das entrevistas, este relatório também com informações de outras fontes renomadas nacional e internacionalmente, sobretudo quando os dados levantados indicaram uma necessidade de compreender melhor e contextualizar a informação obtida. Afinal, tais análises levam em conta variáveis culturais, demográficas, econômicas, institucionais, políticas e sociais.

A.1.5. Tratamento de Dados

Os dados das duas pesquisas nacionais, APS e NES, foram enviados para a coordenação internacional do GEM que, por sua vez, ficou responsável por consolidar os dados das demais economias participantes e redigir o Relatório Global. Este pode ser acessado no endereço:

<https://www.gemconsortium.org/report>

COORDENAÇÃO DO

GEM

INTERNACIONAL:

.....



**Global
Entrepreneurship
Monitor**



NACIONAL:

.....



PATROCINADOR:

.....



PARCEIRO MASTER
NO BRASIL:

.....

