



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS

Curso de Graduação Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia

DAYANI FRANCESCHINI CÉSAR

**UMA ABORDAGEM GERAL SOBRE EMPREENDEDORISMO E
EMPRESAS *STARTUPS* DE BIOTECNOLOGIA NO BRASIL**

Araraquara, SP

2021

DAYANI FRANCESCHINI CÉSAR

**UMA ABORDAGEM GERAL SOBRE EMPREENDEDORISMO E
EMPRESAS *STARTUPS* DE BIOTECNOLOGIA NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia da Faculdade de Ciências Farmacêuticas de Araraquara, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do grau de Engenheiro(a) de Bioprocessos e Biotecnologia.

Orientador(a): Prof.(a). Dr.(a). Fernando Lucas Primo

Araraquara, SP

2021

C421u César, Dayani Franceschini.
Uma abordagem geral sobre empreendedorismo e empresas
Startups de biotecnologia no Brasil / Dayani Franceschini César. –
Araraquara: [S.n.], 2021.
70 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação - Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia) – Universidade Estadual Paulista. "Júlio de Mesquita Filho". Faculdade de Ciências Farmacêuticas. Área de Bioprocessos e Biotecnologia.

Orientador: Fernando Lucas Primo.

1. Empreendedorismo. 2. Monitor de Empreendedorismo Global. 3. Inovação. 4. *Startup*. 5. Biotecnologia. I. Primo, Fernando Lucas, orient. II. Título.

Agradecimentos

Expresso meus agradecimentos à minha mãe, Soraya, por todo o apoio e incentivo à busca pelo meu desenvolvimento pessoal e profissional. À minha avó, Clemilde, por confiar no meu sucesso. Às minhas amigas Carla, Gabriela e Rafaela, por serem minha família durante o período de graduação. Ao meu namorado, Ricardo, pelo suporte em todos os momentos. E ao professor Fernando Lucas Primo, por ter sido meu orientador e desempenhado tal função de forma empática e construtiva.

Resumo

O empreendedorismo envolve todo o processo desde a identificação de uma oportunidade a colocá-la em prática como negócio. A inovação, por sua vez, vem a ser o instrumento pelo qual a mudança é explorada como oportunidade. Unindo os dois conceitos, destacam-se as “startups”, empresas jovens e de forte base tecnológica, que trazem produtos inovadores e revolucionários. Neste contexto, o presente trabalho baseou-se no estudo dos relatórios do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2000 a 2019 e mapeamento das startups existentes no país realizado pela Abstartups para estabelecer o panorama em que se encontram as startups de biotecnologia no Brasil. Como resultado, revelaram-se altas taxas de atividade empreendedora, que colocaram o país entre as nações mais empreendedoras a nível global. Contudo, a inovação tanto em relação aos produtos e serviços ofertados quanto para a tecnologia empregada nos processos mostrou-se rara, sendo os negócios voltados majoritariamente ao setor de serviços, dispendo de pouco investimento de recursos, regulamentação e conhecimento técnico. Assim, ações como projetos pedagógicos voltados ao empreendedorismo, fortalecimento dos parques tecnológicos e incubadoras que fornecem apoio a negócios novos e em crescimento, e estreitamento da interação entre universidade e empresa, evidenciaram-se necessárias para que o país possa estender sua relevância à setores de forte inovação tecnológica, nos quais atuam as startups de biotecnologia.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Monitor de Empreendedorismo Global. Inovação. Startup. Biotecnologia.

Abstract

Entrepreneurship involves the entire process from identifying an opportunity to putting it into practice as a business. Innovation, in turn, is the instrument through which change is enjoyed as an opportunity. Combining the two concepts, "startups" stand out as young companies with a strong technological base, which bring innovative and revolutionary products. In this context, the present work was based on the study of reports from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) from 2000 to 2019 and mapping of presents startups in the country carried out by Abstartups to establish the panorama in which biotechnology startups are found in Brazil. As a result, high rates of entrepreneurial activity were revealed, which placed the country among the most entrepreneurial nations globally. However, innovation both in relation to the products and services offered and as the technology used in the processes, proved to be rare, with the businesses mostly focused on the services sector, with little investment of resources, regulation and technical knowledge. Thus, actions such as pedagogical projects aimed at entrepreneurship, strengthening technology parks and incubators that support new and growing businesses, and strengthening the interaction between universities and companies, proved necessary for the country to extend its relevance to sectors of strong technological innovation, in which biotechnology startups operate.

Keywords: Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor. Innovation. Startup. Biotechnology.

Lista de figuras

Figura 1: Principais setores indicados pelos especialistas como apresentando perspectivas de negócio – Brasil 2001	14
Figura 2: Empreendedores iniciais por gênero no Brasil – 2001 a 2007	22
Figura 3: Taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE – Brasil - 2002:2019.....	47
Figura 4: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segunda gênero no Brasil de 2000 a 2019.	48
Figura 5: Proporção da taxa de empreendedorismo inicial segundo motivação para empreender - Brasil - 2002:2018.....	50
Figura 6: Ranking dos 10 estados brasileiros com mais startups.....	51
Figura 7: Distribuição de startups por público-alvo.....	51
Figura 8: Distribuição de startups de biotecnologia por estados brasileiros.	52
Figura 9: Startups mapeadas de acordo com o ano de fundação.	53
Figura 10: Startups mapeadas de acordo com o segmento de atuação.	53
Figura 11: Startups mapeadas de acordo com o número de funcionários.	54
Figura 12: Composição de startups mapeadas de acordo com o público-alvo.	54

Sumário

Resumo	3
Abstract	5
Lista de figuras	6
1. INTRODUÇÃO	1
2. STARTUPS DE BIOTECNOLOGIA NO BRASIL	2
2.1. Empreendedorismo: conceito e contexto histórico.....	2
2.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	4
2.3. Empreendedorismo no Brasil	4
2.4. GEM Brasil	6
2.5. Conceitos abordados na metodologia de pesquisa GEM.....	8
2.5.1 Taxas gerais.....	8
2.5.2 Motivação	10
2.5.3 Características sociodemográficas.....	10
2.6. Panorama do empreendedorismo no Brasil de 2000 a 2019	11
2.6.1 GEM 2000	11
2.6.2 GEM 2001	12
2.6.3 GEM 2002	15
2.6.4 GEM 2003	16
2.6.5 GEM 2004	17
2.6.6 GEM 2005	19
2.6.7 GEM 2006	20
2.6.8 GEM 2007	21
2.6.9 GEM 2008	23
2.6.10 GEM 2009	25
2.6.11 GEM 2010	27

2.6.12 GEM 2011	28
2.6.13 GEM 2012	30
2.6.14 GEM 2013	32
2.6.15 GEM 2014	33
2.6.16 GEM 2015	35
2.6.17 GEM 2016	36
2.6.18 GEM 2017	38
2.6.19 GEM 2018	40
2.6.20 GEM 2019	41
2.7. Inovação tecnológica.....	44
2.8. <i>Startups</i>	44
2.8.1 Tipo de negócio quanto ao público-alvo.....	45
2.9. Abstartups	45
2.10. Biotecnologia	46
2.11. Evolução do empreendedorismo no Brasil.....	46
2.12. O ecossistema de startups no Brasil.....	50
2.13. O ecossistema de startups de biotecnologia no Brasil.....	52
3. CONCLUSÃO	55
Referências Bibliográficas	56

1. INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo, introduzido na idade média, passou por uma evolução à medida que se incorporava a realidade econômica de cada época. Inicialmente, chamava-se empreendedor o indivíduo que participava ou administrava grandes projetos de produção. Já nos dias atuais, abrange todo o processo de identificar oportunidades e, a partir delas, criar algo novo (BISPO, et al; 2018).

Quanto ao foco, o empreendedorismo pode ser classificado, basicamente, de três formas: empreendedorismo social, corporativo e individual. No formato social busca-se o benefício de uma comunidade, único sem fins lucrativos. Já o corporativo é focado em promover ações que tragam melhorias em uma organização. Por fim, o empreendedorismo individual é o que se caracteriza com a criação de novos negócios, sendo o que representa melhor a ideia de empreendedorismo mais comum (FUNDAÇÃO DOM CABRAL, 2018; MARQUES, 2018).

Neste contexto empreendedor, destacam-se as empresas chamadas “startups”. Trata-se de um termo relativamente novo que representa as empresas jovens, em fase embrionária, em implementação. Estas empresas, geralmente de base tecnológica forte, buscam lançar no mercado produtos inovadores e revolucionários. Dentre as inúmeras áreas de atuação das *startups* está o setor de biotecnologia, que se destaca justamente quanto a inovação (DE SOUSA; LOPES, 2018).

A biotecnologia abrange tecnologias que podem ser aplicadas em inúmeros setores industriais, atingindo diversos segmentos de mercado. É uma área emergente que vem apresentando rápido crescimento nos últimos anos. Trata-se de um setor capaz de gerar produtos e serviços de alto valor agregado, empregos qualificados e cujas aplicações em saúde tendem a repercutir positivamente na melhoria da qualidade de vida da população, além de influenciar diretamente na economia local e nacional. E neste contexto, a pesquisa científica é a fonte básica e direta de conhecimentos para o desenvolvimento de produtos e serviços nesta área (JUDICE; BAETA, 2005).

As empresas de biotecnologia demandam um intenso insumo tecnológico. Desta forma, se faz necessária a existência de atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) internas, além de uma estreita relação entre empresa e universidade, e centros produtores de conhecimento, outro importante componente de P&D é, ainda, sua condução por empresários cientistas (JUDICE; BAETA, 2005).

Diante de tudo isso, o presente trabalho buscou, através do estudo da evolução do empreendedorismo no país, aliado ao mapeamento do ecossistema de startups, compreender o panorama geral das empresas deste tipo com foco no setor de biotecnologia no Brasil com suas particularidades e semelhanças.

2. STARTUPS DE BIOTECNOLOGIA NO BRASIL

2.1. Empreendedorismo: conceito e contexto histórico

O conceito de empreendedorismo pode ser definido de diversas maneiras, sendo interpretado de acordo com o contexto social, cultural e econômico em que é discutido, não existindo uma única e padronizada explanação. Ainda não há um consenso bem estabelecido quanto ao que o campo abrange, nem há clareza sobre objetivos e temas centrais do assunto, que é abordado em diversos estudos segundo inúmeros pontos de vista (VERARDI, 2012; VERGA; SOARES DA SILVA, 2012).

Shane e Venkataraman (2000, p. 218) relataram “Talvez o maior obstáculo na criação de estruturas conceituais para o empreendedorismo campo tem sido sua definição.” O que também é presente na obra de Davidsson (2004, p. 1), que declarou “Pesquisar o empreendedorismo é divertido, fascinante, frustrante – e importante, se você me perguntar. Um dos fascínios é a riqueza do fenômeno, que leva a uma das maiores frustrações, isso é, a falta de um entendimento comum sobre o que precisamente é o empreendedorismo.”

Bruyat e Julien (2000) e Murphy, Liao e Welch (2006), em seus trabalhos, trazem como apontamento a necessidade de que haja a integração entre as teorias propostas a fim de compreender o fenômeno de forma mais estável e

menos divergente. Assim, abordam as definições como ferramenta teórica elaborada de acordo com os objetivos, quebrando o elo entre significado geral da palavra e significado científico em prol de gerar conhecimentos válidos (VERGA; SOARES DA SILVA, 2012).

Um progresso importante, neste cenário, ocorreu através da definição concebida por Shane e Venkataraman (2000), que passou a ser tratada como uma das presentes interpretações mais completas, se sobressaindo com ampla aceitação. Nela, o empreendedorismo é abordado como o estudo das matrizes de oportunidades para se produzir algo novo e a metodologia de criação, exploração e verificação, por parte de quem as cria, investigando-as sob diferentes meios para alcançar um fim (VERGA; SOARES DA SILVA, 2012).

Hisrich, Peters e Shepherd (2009), destacam, ainda, que o processo vai muito além da solução de problemas administrativos, envolvendo reconhecer, avaliar e desenvolver uma oportunidade, superando as forças que venham resistir à criação de algo novo.

Sob uma ótica mais simplista, o dicionário de Cambridge explicita o termo como a habilidade de começar novos negócios, especialmente quando envolve visualizar novas oportunidades. Já o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) elucida que empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2021; BLOG DO SEBRAE/SC, 2021).

De modo geral, independente das unicidades de cada uma das inúmeras explicações existentes, trata-se de uma concepção cuja essência envolve o vislumbre de oportunidades de inovação que vão além do campo da idealização, sendo efetivamente colocadas em prática e promovendo mudanças. E, apesar de oficialmente recente como vocábulo, representa um conceito praticado há séculos e intimamente ligados à importantes mudanças ao longo da história da humanidade.

Com ainda tamanha divergência quanto à definição e abrangência, o empreendedorismo é tido como um campo de pesquisa relativamente novo, sendo considerado uma nova ciência, cuja teoria desenvolve-se em paralelo a

seu próprio desenvolvimento (HISRICH; et al, 2009). Contudo, ainda que não fosse discutido como conceito, tendo despertado interesse dos estudiosos somente a partir da evolução dos mercados econômicos, há evidências de que seu exercício seja provavelmente tão antigo quanto o próprio comércio entre indivíduos em sociedade (VERGA; SOARES DA SILVA, 2012).

2.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Um importante marco para o estudo do empreendedorismo se deu com o início do projeto “*Global Entrepreneurship Monitor*”, em 1999. Fruto da parceria entre *Babson College* (EUA) e *London Business School* (Reino Unido), o programa nasceu com o objetivo de avaliar a atividade empreendedora, atuando a nível global para compreendê-la em cada economia (GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2021; IBQP,2021).

Em seu ano de inauguração, contou com a participação de 10 países participantes, mas já foi expandido a mais de 115, sendo atualmente, considerado o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora, representando uma rica fonte de informações confiáveis sobre o estado do empreendedorismo e dos ecossistemas empreendedores em todo o mundo (GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2021; IBQP,2021).

O Brasil participa destes esforços desde sua segunda edição, nos anos 2000, onde o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) conduz a pesquisa com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Desde então, os relatórios apresentados a cada ano têm possibilitado a compreensão não só do panorama do empreendedorismo nacional, mas suas alterações, com evoluções e retrocessos, tudo isso em comparação ao cenário mundial.

2.3. Empreendedorismo no Brasil

A história do empreendedorismo no Brasil passou a ganhar forma a partir dos anos 1990, fato intimamente ligado à estruturação de importantes entidades no país: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) (DORNELAS,2005).

Antes disso, pouco se falava sobre o assunto, e os que se arriscavam a empreender dificilmente encontravam informações e apoio em sua jornada. Até que em 1990, o Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa CEBRAE que existia, vinculado ao Governo Federal, desde 1972, foi transformado no SEBRAE, um serviço social autônomo, sem fins lucrativos. Tendo entre seus principais objetivos difundir e estimular ações empreendedoras, o órgão se tornou um dos principais suportes ao pequeno empresário brasileiro (DORNELAS, 2005; SEBRAE, 2021).

Em acordo a esse movimento, em 1996, foi criada a SOFTEX, uma Organização Social Civil de Interesse Público (OSCIP) a fim de promover ações para a melhoria da competitividade da Indústria Brasileira de Software, Serviços de TI e Comunicações, proporcionando capacitações em gestão e tecnologia e concebendo programas que passaram a despertar a atenção da sociedade brasileira para o empreendedorismo (DORNELAS, 2005; SOFTEX, 2021).

A partir desse momento, então, o tema que não encontrara ambientes político e econômico favoráveis para sequer ser discutido, passou a experimentar uma atmosfera muito mais propícia a seu desenvolvimento (DORNELAS, 2005).

Com esse novo cenário se fortalecendo, o início da participação no GEM veio como consolidação do empreendedorismo como protagonista nesta nova fase do país. No primeiro relatório executivo em que participou, em 2000, o Brasil se destacou como o país com a melhor relação quanto à atividade empreendedora, onde 1 em cada 8 adultos iniciava um novo negócio, o que validou ainda mais essa realidade. Nos Estados Unidos, por exemplo, esta relação era de 1 a cada 10 (DORNELAS, 2005; IBQP,2021).

Contudo, a criação de empresas por si só não é suficiente, elas precisam focar em necessidades de mercado para que de forma bem planejada possam atingir essas oportunidades e se desenvolver, gerando lucros, empregos, e mantendo suas atividades de forma saudável, caso contrário, podem rapidamente entrar para as estatísticas de mortalidade de negócios (DORNELAS, 2005).

Nesse sentido, dois conceitos de empreendedorismo podem ser abordados. O primeiro trata-se do empreendedorismo de oportunidade, que vai justamente buscar atender essas necessidades de mercado identificadas, ocorrendo, geralmente, de forma mais embasada e com uma boa estruturação. Já o segundo, refere-se ao empreendedorismo de necessidade, em que o empreendedor abraça essa jornada por falta de outras alternativas de trabalho, o que costuma se dar de forma informal e sem organização, o que acarreta em maiores índices de fracasso (DORNELAS, 2005).

Em países em desenvolvimento é comum que se apresentem mais empreendedores do segundo tipo, o que se confirmou para o caso do Brasil nos primeiros anos de estudo, com o índice de empreendedorismo de necessidade se sobressaindo ao de oportunidade. Assim, apesar da boa colocação quanto à criação de empresas, o país precisou buscar ações para otimizar o empreendedorismo de oportunidade, o que começou a surtir efeito depois de 2002, onde a relação entre os dois casos passou a caminhar para a reversão dessa tendência (DORNELAS, 2005).

2.4. GEM Brasil

O acompanhamento pelo GEM da evolução do empreendedorismo no Brasil, iniciado nos anos 2000, sendo o primeiro relatório entregue no ano de 2001, permite um estudo mais aprofundado de grande parte deste contexto de desenvolvimento do tema no país.

Os três objetivos principais em que o GEM se concentra são a medição do nível de atividade empreendedora entre os países, identificando seus diferentes tipos e fases, a descoberta dos fatores determinantes para a atividade empreendedora em cada país, e a identificação das políticas públicas passíveis de favorecer a atividade empreendedora local.

Enquanto o mundo se desenvolvia ao longo dos anos, o próprio relatório também evoluiu, no Quadro 1, a seguir, é possível observar os temas e aprimoramentos metodológico da pesquisa GEM Brasil na sua primeira década de execução (ALANO et al, 2014).

Quadro 1: Evolução da pesquisa GEM Brasil (2001 a 2010):

Temas e Aprimoramento metodológico

2001	Principais taxas. Condições para empreender. Dados comparativos entre países. Características dos empreendimentos.
2002	Empreendedorismo de alto potencial de crescimento. Relação entre empreendedorismo e crescimento econômico dos países. Fontes de recursos para empreender. Investidores informais.
2003	Contextualização detalhada a partir de pesquisas secundárias. Tópicos especiais: investidores em capital de risco no Brasil e novos habitats do empreendedorismo e a questão de gênero. Proposições para a melhoria do empreendedorismo no Brasil.
2004	Correlações entre o empreendedorismo e a economia global. Caracterização dos grupos de países segundo renda per capita. Mentalidade empreendedora no Brasil. Empreendedorismo social.
2005	Caracterização dos empreendedores estabelecidos. Detalhamentos dos estudos comparativos com outros países. A inovação no empreendedorismo no Brasil. O negócio na composição da renda do empreendedor. Expectativa de geração de emprego e inserção internacional. Busca de orientação e aconselhamento pelo empreendedor. Resumo das atividades dos demais países participantes da pesquisa GEM.
2006	Cálculo do potencial de inovação dos empreendimentos. Identificação do empreendedorismo brasileiro. Políticas e programas educacionais voltados ao empreendedor. Descontinuidade dos negócios no Brasil. Implicações para formuladores de políticas públicas.
2007	Empreendedorismo brasileiro em perspectiva comparada. Financiamento do empreendedorismo no Brasil. Aspectos socioculturais da atividade empreendedora no Brasil sob perspectiva comparada.

	Acesso à informação e à tecnologia pelo empreendedor brasileiro. Razões para a descontinuidade dos negócios no Brasil. Empreendedores em série. Descrição de programas voltados ao empreendedorismo.
2008	Absorção de inovações na sociedade brasileira. Redes de relacionamento e de informações do empreendedor. Intraempreendedorismo. Educação e capacitação para o empreendedorismo no Brasil.
2009	Agrupamento dos países de acordo com o nível de desenvolvimento econômico, competitividade e desenvolvimento global. Novas abordagens quanto à dinâmica empreendedora a nível internacional, especialmente em relação as atividades e aspirações empreendedoras.
2010	Características demográficas do empreendedor no Brasil

Fonte: GEM, 2010, adaptado.

Após esta primeira década de aprimoramento em que os pontos levantados no relatório foram sendo lapidados de acordo com a evolução do tema tanto no Brasil como mundialmente, a partir de 2012 começou a ganhar um formato mais padronizado, de forma a facilitar o comparativo dos estudos a cada ano.

Considerando estas especificidades quanto à construção do relatório, é viável o aprofundamento em cada ano de pesquisa para o estudo da progressão do tema no país.

2.5. Conceitos abordados na metodologia de pesquisa GEM

2.5.1 Taxas gerais

As taxas gerais de empreendedorismo, são taxas calculadas a partir da pesquisa com a população adulta brasileira (18 a 64 anos), e revelam, de forma panorâmica, aspectos fundamentais para a compreensão do empreendedorismo: o estágio do empreendimento e a motivação do

empreendedor (GEM, 2018). Estas, apresentam as seguintes definições operacionais:

2.5.1.1 TTE

A taxa de empreendedorismo total (TTE) é a mais generalista, englobando todos os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, ou seja, é o conjunto dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos.

2.5.1.2 TEA

A taxa de empreendedorismo Inicial (TEA) engloba os indivíduos adultos envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio nascente ou com um empreendimento novo, com até 42 meses de existência.

Visto que o aspecto quantitativo mais objetivamente verificado no âmbito da pesquisa GEM se dá no campo das “atividades empreendedoras”, foi a principal métrica de empreendedorismo observada pela equipe GEM durante o histórico de pesquisa.

2.5.1.2.1 Taxa de empreendedorismo nascente

Taxa de empreendedorismo nascente envolve os indivíduos que estão envolvidos na estruturação de um novo negócio, porém esse empreendimento ainda não pagou qualquer tipo de remuneração (salários ou pró-labores) aos seus proprietários por mais de três meses.

2.5.2.1.2 Taxa de empreendedorismo novo

Taxa de empreendedorismo novo envolve indivíduos envolvidos no desenvolvimento de um novo negócio que, contrariamente aos nascentes, já remunerou os proprietários por um período superior a três meses e inferior a 42 meses.

2.5.1.3 TEE

A taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE), retrata os indivíduos que administram e são proprietários de negócios já consolidados que pagaram alguma remuneração aos seus proprietários por um período superior a 42 meses.

2.5.2 Motivação

Durante a pesquisa GEM, outra abordagem utilizada para estudo do empreendedorismo no país foi a divisão da motivação pela qual os indivíduos decidiam empreender. Ao longo do período de 2000 a 2018, duas parcelas foram estudadas, a de empreendedores motivados por necessidade e àqueles alavancados pelas oportunidades.

Os empreendedores por necessidade foram definidos, então, como aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação, abrindo um negócio a fim de gerar renda. Já os empreendedores por oportunidade seriam os que identificaram uma chance de negócio e decidiram empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda (GEM, 2018).

Em 2019, ano de edição mais recente da pesquisa, até o momento, porém, a metodologia passou a avaliar a motivação para empreender de forma mais abrangente, ampliando a gama de possibilidades para “escassez de emprego”, “fazer a diferença no mundo”, “ambição de construir uma grande riqueza ou obter renda muito alta” e “dar continuidade a uma tradição familiar”, termos autoexplicativos (GEM, 2019).

2.5.3 Características sociodemográficas

A Pesquisa GEM analisa, também, taxas de empreendedorismo segundo classes relativas a várias características sociodemográficas, tais como gênero, faixa etária, faixa de renda, nível de escolaridade, tamanho da família e mobilidade dos empreendedores. As taxas específicas quanto a estes aspectos se referem ao percentual de indivíduos considerados empreendedores, em relação à população de cada uma das classes.

Já a distribuição indica a porcentagem de cada característica no volume de empreendedores considerados para a TEA, informação que permite identificar a prevalência maior ou menor de empreendedores em cada uma das classes relativas a essas características sociodemográficas (GEM, 2016).

2.6. Panorama do empreendedorismo no Brasil de 2000 a 2019

2.6.1 GEM 2000

Já no primeiro relatório elaborado pela pesquisa GEM, o Brasil apresentou-se no topo, sendo o primeiro colocado dentre todos os países pesquisados em relação ao índice de empresas nascentes, que atingiu o valor de 12,3%. De acordo com esta métrica, que indica o esforço empreendedor da população, um a cada oito brasileiros estavam envolvidos na criação ou implementação de algum negócio. Já num segundo estágio, de empresas capazes de gerar proventos a seus proprietários, o Brasil posicionou-se na terceira posição, com 4,4%. Desta forma, combinando as duas medidas, obteve-se uma TEA de 16,7%, valor altamente relevante com respeito ao total da atividade empreendedora, sendo a mais elevada dentre os 21 países analisados neste ano (GEM, 2001; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2001).

Embora esses números tenham colocado o país em posições de destaque quanto a existência de uma proatividade brasileira para empreender, análises mais profundas demonstraram que as atividades, predominantemente de pequenos negócios voltados a serviços e comércio, estavam mais relacionadas a necessidade de uma população que recorria a esta prática como alternativa de complementação de renda buscando sobreviver em uma realidade econômica desfavorável (GEM, 2001).

A população empreendedora no Brasil, na primeira edição da pesquisa, também se destacou por aspectos demográficos. A taxa de participação feminina era de uma mulher para cada 1,6 homens, colocando o país entre as três primeiras posições, juntamente com Canadá e Espanha (GEM, 2001).

O envolvimento da população com negócios também apresentou um perfil etário bastante jovem, composto pelas faixas de 18 a 24 anos e 25 a 34 anos com valores bem próximos entre as maiores incidências (GEM, 2001).

Em relação à renda, em termos absolutos, a maior parcela de negócios ficou na faixa de até R\$ 906,00, quanto que em termos relativos, a faixa ficou entre R\$ 1.813,00 e R\$ 2.718,00 (GEM, 2001).

Quanto à escolaridade, população com primeiro e terceiro graus de instruções criavam mais empreendimentos, enquanto a população sem educação formal apresentava uma menor participação nestes processos (GEM, 2001).

Tendo os dados de níveis de empreendedorismo alcançado altos índices, esperava-se que o crescimento econômico acompanhasse este desempenho. Contudo, como foi observado quanto a motivação da criação destes negócios, o PIB do país era um dos mais baixos do mundo, ficando acima apenas ao da Índia, demonstrado que o país contradizia a correlação encontrada na maior parte dos países pesquisados neste ponto devido às condições econômicas em que se encontrava (GEM, 2001).

Sobre fatores influentes na atividade empreendedora depreendeu-se que embora a população fosse bastante otimista para iniciar novos negócios, sua capacidade de avaliação de oportunidades e administração era limitada. As poucas iniciativas educacionais e de programas de suporte a estes empreendedores, aliada a dificuldade acesso ao capital e altos impostos, geravam um cenário desfavorável ao desenvolvimento das iniciativas concebidas (GEM, 2001).

2.6.2 GEM 2001

Em 2001, o Brasil permaneceu em destaque quanto ao nível de empreendedorismo, mas ocupando a quinta posição entre os países estudados, com uma TEA (Taxa de Atividade Empreendedora) de 14,2%, apontando que a cada cem adultos, catorze estavam ligados a criação de negócios (GEM, 2002; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2002).

Em relação aos estágios destes empreendimentos, as empresas nascentes representavam dois terços da TEA, com cerca de 7,9 milhões de pessoas iniciando empresas. Já a parcela que já recebia algum tipo de remuneração em novas empresas, estabelecidas nos 42 meses anteriores à data considerada, era de aproximadamente 4,1 milhões de pessoas (GEM, 2002).

Trazendo métricas em relação ao empreendedorismo por oportunidade ou necessidade, o relatório a respeito do ano de 2001 demonstrou que a motivação brasileira era a sexta, entre os 29 países analisados, para oportunidade, com uma taxa de 8,5%, e a terceira para necessidade, com 5,7% (GEM, 2002).

Quanto ao perfil demográfico, entre os empreendedores brasileiros, 38% eram mulheres, 73,1% estavam presentes na faixa de 25 a 44 anos, 2/3 possuíam de 5 a 11 anos de escolaridade, e 68,5% concentravam-se nas duas classes com menor renda (GEM, 2002).

Quanto a distribuição das atividades, as atividades comerciais, atividades de varejo relacionadas a produtos alimentícios, artigos de vestuário e materiais de construção, eram 36% dos empreendimentos, o que chegava a 40% quando agrupada a serviços relacionado a automóveis. Em seguida vinha a indústria de transformação, com 18%, composta principalmente por confecções de artigos de vestuário, panificação e confeitaria, preparo de condimentos. Na sequência vinham serviços com participação familiar sendo 8% alojamento e alimentação, 9% atividades imobiliárias e apoio a empresas, e 9% outras atividades coletivas, sociais e pessoais (GEM, 2002).

A disposição deste quadro indicava, então que, por padrão geral, havia um predomínio de atividades tradicionais, de porte pequeno e com baixas requisições quanto a capital e tecnologia, mas que se apresentavam relevantes sobretudo considerando-se uma ótica ocupacional (GEM, 2002).

A avaliação dos especialistas vislumbrou, ainda, que, no momento da pesquisa, era oportuno conceber novos negócios, sendo constatadas oportunidades principalmente em áreas mais prováveis de explorar nichos de inovação. Os principais setores apontados foram, então, os de software, com 18 indicações, biotecnologia, com 15, e tecnologia da inovação, com 9 (GEM, 2002).

A figura 1, a seguir, representa essa avaliação dos especialistas, juntamente com uma pontuação para a capacitação tecnológica presente no país, em cada setor, frente ao cenário mundial. A escala utilizada varia de 1 (atraso tecnológico) a 5 (liderança mundial). Dela, depreende-se que entre os

setores em destaque, o Brasil situava-se de forma mediana quanto esta capacitação tecnológica (GEM, 2002).

Figura 1: Principais setores indicados pelos especialistas como apresentando perspectivas de negócio – Brasil 2001

SETOR	NÚMERO DE INDICAÇÕES	PONTUAÇÃO
Software	18	3,37
Biotecnologia	15	3,50
Tecnologia da Informação	9	3,55
Telecomunicações	6	3,50
Agroindústria	5	3,40
Alimentos	5	2,60
Entretenimento/TV Vídeo	5	4,20
Petróleo	5	4,00
Gráfica / Propaganda / Publicidade	4	3,25
Internet	4	3,25
Medicina e Saúde	4	3,50
Tecnologia Bancária	4	4,25
Turismo	4	2,25

Fonte: GEM, 2001.

Como conclusão, o relatório trouxe como condições necessárias ao estímulo do empreendedorismo uma cultura favorável, políticas adequadas e a disponibilidade de recursos financeiros. Enquanto que os maiores obstáculos observados foram a dificuldade de acesso a linhas de crédito, o excesso de regulamentações, e a capacidade gerencial consequente de um sistema educacional pouco voltado à uma cultura empreendedora (GEM, 2002).

Já as principais condições que contribuíram ao avanço da atividade empreendedora no país foram a criação de incubadoras e parques tecnológicos inicialmente no interior do estado de São Paulo e atualmente espalhados por todas as regiões do país, os programas e cursos de empreendedorismo implantados nas universidades públicas, e as ações independentes desempenhadas por órgãos não relacionados ao governo (ONGs). Neste contexto não podemos deixar de destacar algumas ações da década dos anos 2000 que fortaleceram a inovação e o empreendedorismo tecnológica a partir de

editais de subvenção econômica de fomento a pesquisa aplicada às empresas, destacando os Editais CNPq/FINEP e FINEP/BNDES (GEM, 2002).

2.6.3 GEM 2002

No ano de 2002, 14,4 milhões de brasileiros, ou seja, 1 a cada 7, desempenhavam algum papel quanto a atividade empreendedora do país. Com uma taxa de atividade empreendedora (TEA) de 13,5%, sétimo na classificação mundial, via-se um decréscimo em comparação ao ano anterior, quadro decorrente do cenário de incertezas política e econômica tanto a nível nacional quanto mundial (GEM, 2003; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2003).

Outra causa apontada para esta queda foi a dinamicidade do empreendedorismo, intimamente relacionado ao desenvolvimento nacional, em desaceleração no período. Presenciava-se um contexto consequente de dois anos de redução de investimento estrangeiro, encolhimento dos mercados locais, instabilidades econômica e política, limitações quanto à infraestrutura, entre outros, desfavorecendo o espírito empreendedor de explorar oportunidades e assumir riscos (GEM, 2003).

Quanto a distinção de motivação empreendedora, a oportunidade sofreu uma ligeira queda, ficando em 42,0%, enquanto a necessidade representava 55,6%, colocando o Brasil em primeiro lugar quanto a taxa de empreendedores por necessidade (GEM, 2003).

A participação de mulheres neste campo continuou se destacando, com cerca de 42%, superior à média mundial de 39,9%. Pessoas de 25 a 34 anos continuaram representando a maior faixa de empreendedores, 27%. O grau de escolaridade também se manteve, sendo a maioria das empresas administradas por pessoas com 5 a 11 anos de estudo. Quanto a renda familiar, a maior taxa, 17,9%, foi observada para a faixa de 6 a 9 salários mínimos (GEM, 2003).

Os principais setores explorados pelos novos negócios foram, novamente, o de comércio e serviços, com destaque para a alimentação. No setor de transformação, continuaram a predominar as atividades tradicionais (GEM, 2003).

A avaliação dos especialistas seguiu as premissas do ano anterior, evidenciando a disponibilidade e facilidade de acesso ao capital, formulação de políticas e programas em conformidade a realidade do empreendedor, revisão da carga tributária e trâmites legais, capacitação para gestão de negócios e acesso a tecnologia, como fatores estratégicos para se fortalecer as condições para a criação e consolidação de empresas (GEM, 2003).

2.6.4 GEM 2003

A TEA registrada para o ano de 2003, no Brasil, foi de 12,9%, representando o sexto lugar no ranking mundial. Desta fatia, a taxa de empresas nascentes representava 6,5%, enquanto que para empresas novas esse valor era de 6,9%, números que colocaram o Brasil em 6º lugar para a TEA de empresas novas, e 9º em relação a empresas nascentes (GEM, 2004; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2004).

Em relação a motivação, as taxas de empreendedorismo por oportunidade ficaram em torno de 6,9%, já para necessidade, eram cerca de 5,5% (GEM, 2004).

Neste ano, o relatório apresentou dados, também, para a distribuição destes empreendedores pelo país. A região Norte destacou-se em primeiro lugar, com uma taxa de empreendedorismo de 23%, o Sul veio em seguida com 19%. Centro-Oeste, Sudeste e Nordeste demonstraram cerca de 14%. Contudo, em termos absolutos, por possuir a maior população, o Sudeste, representava o maior número, 6.266.400 empreendedores. Considerando o número de empreendimentos iniciados de 200 a 2003, a concentração também é maior no eixo Sul-Sudeste representando em torno de 60% (GEM, 2004).

Neste período, 36% dos responsáveis por novos negócios no Brasil eram mulheres. Verificou-se, assim, o crescente envolvimento do gênero nestas atividades, onde a TEA para os homens ficou em 14,2%, 8º no ranking mundial, enquanto os 11,7% das mulheres, conquistou a 5ª posição (GEM, 2004).

Ambas as faixas etárias de 25 a 34 anos e 35 a 44 anos, representaram TEA de 19%, sendo 64% dos empreendedores brasileiros tendo de 25 a 44 anos. As maiores taxas de empreendedorismo 21%, foram apresentadas por aqueles

que recebiam entre 6 a 15 salários mínimos, embora 40% dos empreendedores recebiam menos de 3 salários mínimos. A faixa de escolaridade com maior TEA, 19%, foi a de pessoas com mais de 11 anos de estudo, embora 50% dos empreendimentos criados fossem resultado da iniciativa de pessoas com 1 a 4 anos de estudo (GEM, 2004).

Quanto aos segmentos de atuação dos empreendimentos, das 17 categorias consideradas, apenas 4 correspondiam a 72% do total. Comércio varejista/atacadista, venda e manutenção de veículos se manteve na primeira posição, representando 34,6%. Em seguida, ficou a indústria de transformação, com 14,4%. Na sequência, alojamento e alimentação, e outras atividades, serviços coletivos, vieram em terceiro e quarto lugar, com 12,3 e 10,9%, respectivamente (GEM, 2004).

Os resultados apresentados até então, revelavam uma sociedade fortemente envolvida com o empreendedorismo. Embora sob limitações estruturais, a população, cuja situação macroeconômica se caracterizava por baixo crescimento econômico, desemprego e precarização do trabalho, se via na necessidade de recorrer às atividades empreendedoras como forma de sobrevivência. Além do mais, o mercado carente do país, configurava um cenário de oportunidades, ainda que os negócios fossem tipicamente abertos em setores já consolidados (GEM, 2004).

Assim, via-se, no país, um quadro conseqüente da falta de conexões entre centros produtores de conhecimento e empresas, e de baixos investimentos privados em P&D, que necessitava da criação de negócios em áreas novas, inovadoras e impulsionadoras de novas demandas (GEM, 2004).

2.6.5 GEM 2004

Mantendo-se no topo, em 2004, o Brasil ocupou a sétima posição quanto à TEA, com 13,5%, demonstrando que a taxa oscilava em torno de 13% nos 5 primeiros anos de pesquisa. Quanto ao estágio dos empreendimentos que surgiam, 65% se enquadravam em negócios novos e 35%, nascentes (GEM, 2005; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2005).

Em relação à motivação, taxa de empreendedorismo por necessidade aumentou para 6,2%, deixando o Brasil na 4ª posição no ranking global, enquanto que a taxa de empreendedorismo por oportunidade praticamente se manteve, ficando em 7%, 11ª posição no ranking (GEM, 2005).

Quanto ao gênero, a taxa de empreendedorismo feminino ficou em 12,1%, representando 45% em termos globais, e, embora a proporção de homens liderando novos negócios seja maior em ambas as motivações consideradas, a participação das mulheres é mais evidente em empreendimentos que surgem por necessidade (GEM, 2005).

Assim como observado na totalidade de países pesquisados, a faixa etária predominante em que os empreendedores estão inseridos se mantém entre 25 e 34 anos, passando a decair de maneira progressiva a partir desta idade (GEM, 2005).

A escolaridade do empreendedor brasileiro caracterizava-se pela baixa qualificação acadêmica. No período estudado, apenas 14% possuíam formação superior (completa ou incompleta), sendo que 30% havia passado menos de 5 anos estudando. A maior parcela, 54%, havia parado os estudos antes de completar o ensino médio (GEM, 2005).

Cerca de 80% das pessoas a frente de novos negócios no país possuíam renda familiar menor que 6 salários mínimos, sendo que para 50% deles este número sequer passava de 3 salários mínimos (GEM, 2005).

Estes dados correspondem aos números apresentados quanto à motivação para empreender. Durante os estudos, depreendeu-se que a TEA por oportunidade cresce em conformidade com o aumento da renda familiar, enquanto que por necessidade, o comportamento se dá de forma oposta, diminuindo à medida que a renda aumenta (GEM, 2005).

No quesito situação labora, 70% dos empreendedores encontravam-se empregados (com ou sem registro formal ou como trabalhadores autônomos formalizados), um número inferior até mesmo em relação à média dos países de baixa renda per capita, 77%. Este quadro, correspondia a situação de desemprego no Brasil, onde a população passou a buscar alternativas, como

novos negócios, para garantir a sobrevivência em um ambiente precário de assistência social (GEM, 2005).

No que se refere aos setores da economia nos quais as pessoas desenvolviam iniciativas empreendedoras, a maior parte, 58%, encontrava-se no de serviços orientados ao consumidor. Essa realidade se explicava visto que estes segmentos tradicionais requeriam baixo teor de inovação e investimento inicial, além do fato de os serviços orientados ao consumidor serem, em geral, menos intensivos em necessidade de formalização, capital, tecnologia e conhecimento (GEM, 2005).

A opinião dos especialistas a respeito das condições para empreender no Brasil, concentraram-se em apontar que os fatores limitantes ao empreendedorismo do país baseavam-se em três tópicos: Apoio Financeiro, Políticas Governamentais e Educação e Treinamento (GEM, 2005).

2.6.6 GEM 2005

No ano de 2005, o Brasil manteve-se na sétima posição entre as nações estudadas onde mais se criaram negócios, com uma TEA de 11,3%. Já a taxa de empreendedores novos ficou em 8,2%, enquanto que, para os nascentes, foi de 3,2% (GEM, 2006; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2006).

Com uma taxa de 6,0%, o país ficou na 15ª posição no ranking de empreendedorismo por oportunidade. Já para necessidade, ocupou a 4ª posição, com uma taxa de 5,3%, evidenciando o peso deste segundo tipo para a colocação do Brasil quanto à taxa total dentre os países pesquisados (GEM, 2006).

No período analisado, os dados apresentados pelo país se situaram em uma boa posição quanto à igualdade de gênero no conjunto dos países pesquisados. Com 10,8%, o país ficou em 6º lugar quanto ao empreendedorismo feminino, valor próximo aos 11,8% de empreendedorismo masculino, 13º na classificação global (GEM, 2006).

Em valores absolutos, as empreendedoras iniciais brasileiras ocuparam o 3º lugar global, com uma população de cerca de 6,3 milhões, ficando atrás

apenas das norte-americanas e chinesas, países com populações maiores (GEM, 2006).

No quesito faixa etária, o Brasil continuou a corresponder à dinâmica geral, com uma taxa de empreendedores em estágio inicial mais representativa entre 25 e 34 anos, de 16,6%, seguida pela categoria dos 35 aos 44 anos, com taxa de 14,7% (GEM, 2006).

No aspecto escolaridade, a taxa de atividade empreendedora para empreendedores iniciais foi mais representativa para pessoas com mais de 11 anos de estudo, 16,7%, da mesma forma que para os empreendedores estabelecidos, 12%. Em ambos os casos a taxa aumento gradativamente a medida de a escolaridade aumentou (GEM, 2006).

No que se refere à renda familiar, o Brasil também segue a dinâmica internacional, na faixa de renda familiar superior a 18 salários mínimos, a taxa de empreendedores iniciais é de 18,4%, e estabelecidos 25,4%, indicando a sobrevivência dos negócios como um fator de aumento na renda das famílias que optam por esta atividade (GEM, 2006).

No âmbito das dificuldades para empreender, o principal apontamento citado pelos empreendedores questionados em 2005 diz respeito ao clima econômico do País, referindo-se à falta de dinheiro e dificuldade de acesso á financiamentos. Na sequência, vinham as políticas governamentais, ou seja, a burocracia envolvida na abertura de negócios. Por fim, o terceiro fator mais mencionado foi o acesso à infraestrutura física, dificuldade em conseguir espaço físico para suas atividades, para os empreendedores iniciais, enquanto que, para os estabelecidos, foi a abertura de mercado, sobretudo a dificuldade de conquistar clientes para seus produtos (GEM, 2006).

No ponto de vista dos especialistas, as principais dificuldades identificadas são a falta de apoio financeiro e de políticas governamentais. Além de problemas relacionados à educação e treinamento (GEM, 2006).

2.6.7 GEM 2006

A TEA em 2006 não sofreu variações significativas em relação ao ano anterior, ficando em 11,7%. Contudo, a nível internacional, o país caiu para a 10ª

posição no ranking para esta atividade empreendedora inicial. A taxa de empreendedores novos ficou em 8,6%, e para os nascentes, o número foi de 3,5%, mantendo-se bem próximas ao ano anterior (GEM, 2007; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2007).

No que diz respeito ao estágio do empreendimento, também não houveram alterações significativas. A taxa de empreendedores estabelecidos ficou em 12,1%, mantendo a 5ª colocação no ranking. Contudo, este dado demonstrou que pela primeira o número de empreendedores estabelecidos foi maior que o de empreendedores em estágio inicial, indicando uma tendência de manutenção das empresas que vinham sendo criadas (GEM, 2007).

A mesma continuidade foi demonstrada quanto a motivação para empreender. O empreendedorismo por oportunidade apresentou uma taxa de 6%, caindo para a 20ª posição global. Já o empreendedorismo por necessidade passou para 5,6%, também representando uma queda no ranking, em que o país ficou na 6ª posição. Visto a proximidade de ambas as taxas, via-se um cenário em que existia, proporcionalmente, um indivíduo empreendendo por oportunidade para cada um que o fazia por necessidade (GEM, 2007).

Quanto às condições limitantes ao empreendedorismo no Brasil, cerca de 70% das menções feitas pelos especialistas ouvidos pelo GEM em 2006 concentram-se em três condições: Políticas Governamentais (26,7%), Apoio Financeiro (23,8%) e Educação e Capacitação (17,1%). Já as condições favoráveis correspondentes a cerca de 60% das menções consideram quatro condições: Clima Econômico (19,2%), Programas Governamentais (15,4%), Normas Culturais e Sociais (12,5%) e Capacidade Empreendedora (12,5%) (GEM, 2007).

Num comparativo entre os aspectos pontuados pelos especialistas e a visão dos próprios empreendedores, apenas a condição “política governamental” coincide, representando a segunda maior dificuldade para empreender no País para os empreendedores (18,8%), independentemente do estágio do negócio e da motivação (GEM, 2007).

2.6.8 GEM 2007

A partir de 2007, os dados coletados nos relatórios realizados pelo GEM, passaram a diversificar os parâmetros estudados, mantendo, contudo, a TEA como principal indicador verificado no âmbito da pesquisa (GEM, 2008; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2008).

Neste ano, o Brasil apresentou uma taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) de 12,7%, indicando que quase 13 a cada 100 brasileiros desenvolviam alguma atividade empreendedora. E, embora no ranking global, o país tenha ficado na 9ª posição, sua taxa ainda era 39% maior que a média mundial (GEM, 2008).

A proporção de empreendedores nascentes e novos, no ano em questão, apresentou uma tendência um pouco maior para empreendimentos nascentes do que nos dois anos anteriores, com cerca de 33,4%. Proporcionalmente, os novos ficaram com a fatia aproximada de 66,6% (GEM, 2008).

A motivação para a ação empreendedora assumiu, ainda neste ano, taxas de 57% dos empreendedores para oportunidade, enquanto que necessidade representou cerca de 42%. Já os representantes do 1% restante demonstraram outras motivações (GEM, 2008).

Foi em 2007 que a tendência histórica de empreendedores quanto a distribuição por gênero no país se inverteu, quando mulheres passaram a representar 52,4% das pessoas a frente destes negócios (GEM, 2008).

Pegando-se o histórico até então, vide figura 2, foi possível perceber o quanto esta proporção iniciou-se com uma representatividade masculina muito maior, sendo de 70,9% em 2001, e foi diminuindo, até ser ultrapassada em 2007, quando ficou em 47,6% (GEM, 2008).

Figura 2: Empreendedores iniciais por gênero no Brasil – 2001 a 2007

Gênero	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2001 - 2007
	Proporção (%)							
Homem	47,6	56,2	50,0	56,6	53,2	57,6	70,9	56,3
Mulher	52,4	43,8	50,0	43,4	46,8	42,4	29,1	43,7

Fonte: GEM, 2008.

Do público considerado para o cálculo da TEA, a categoria mais representativa quanto à situação laboral foi a de autônomos com registro, que representaram 33%. Os que se qualificaram exclusivamente como empreendedores, foram apenas 16% (GEM, 2008).

O setor de atividades em a maioria dos empreendedores do Brasil se concentrava ainda era voltado para prestação de serviços, relacionados principalmente á comercialização de alimentos, vestuário no varejo, estética e beleza. Em seguida, aparecia o setor de transformação, com destaque, também, para a produção de alimentos e confecções (GEM, 2008).

Um fator interessante, observado em 2007, foi de que 55% dos empreendedores considerados no estudo afirmaram ser de até R\$2.000,00 a quantia necessária para a abertura de seus negócios. Sendo que que, destes, mais de um terço não necessitou de recurso algum. Dados, que demonstraram quão simplória era a efetivação dos empreendimentos que surgiam no país (GEM, 2008).

Além disso, a principal fonte desses recursos declarada pelos entrevistados foram algum familiar próximo, sendo que as linhas de crédito bancário específicas para novos empreendimentos não chegaram a ser citadas por nem 10% destes (GEM, 2008).

Outro ponto foram as orientações recebidas para a estruturação do negócio. A maioria dos empreendedores não citou nenhuma orientação no processo de abertura de seus negócios. Porém, demonstraram interesse em buscar essas orientações, principalmente com relação ao processo de execução do produto ou serviço, seguido por aspectos comerciais e de vendas (GEM, 2008).

2.6.9 GEM 2008

No ano de 2008, o Brasil ocupou a 13ª posição mundial quanto à TEA, com uma taxa de 12,0%. Assim, a cada 100 brasileiros adultos (18 a 64 anos), 12 estavam a frente de alguma atividade empreendedora (GEM, 2009; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2009).

Apesar do número apresentado estar bem próximo à então média histórica para o país, 12,72%, os números apresentados deixaram o Brasil fora do grupo das dez nações mais empreendedoras segundo este índice. Contudo, a causa mais provável para este acontecimento foi mais atrelada à alteração nos países participantes da pesquisa do que a uma piora da atividade empreendedora em si (GEM, 2009).

Mesmo diante deste cenário, a taxa apresentada pelo país continuou a superar a média global, que foi de 10,48%. Historicamente, nos anos de pesquisa até então, a média brasileira de 2001 a 2008, de 12,72%, ultrapassa bastante a média geral, de apenas 7,25%, reforçando a alta capacidade empreendedora do país (GEM, 2009).

De 2001 a 2008, foi possível observar, ainda, uma inversão na proporção entre empreendedores novos e nascentes. A estabilidade macroeconômica do período, propagada para o sistema econômico produtivo permitiu que os números passassem de 65% de empreendedores nascentes e 35% novos, em 2001, para 24% e 76%, respectivamente, em 2018 (GEM, 2009).

Com relação à motivação para empreender, pela primeira vez, o Brasil atingiu a razão de empreendedores por oportunidade em relação à necessidade de 2:1, representando um avanço importante quanto ao desenvolvimento do empreendedorismo no país (GEM, 2009).

Em termos de Atividade Genuína, ou seja, na qual o objetivo é apenas maior independência ou aumento de renda, essa proporção passou de 38,5% para 45,8%, ou seja, cresceu 18,96% em apenas um ano (GEM, 2009).

Neste ano, foram observados, também, fatores característicos dos empreendimentos, em que o Brasil se apresentou com uma das mais baixas taxas para lançamento de produtos novos, 3,3%, e uso de novas tecnologias (disponíveis há menos de um ano no mercado), 1,7% (GEM, 2009).

Essa estatística reflete o comportamento do mercado interno. Segundo entrevistas realizadas com a população, a proporção da parcela que considerava que novos produtos e serviços podem melhorar suas vidas supera a que se mostrou disposta a efetivamente adquiri-los. O que demonstrava que embora

houvesse uma consciência quanto a importância dessa inovação, não havia uma movimentação rápida por parte dos indivíduos para absorvê-la (GEM, 2009).

O Brasil foi considerado, ainda, o país cujos empreendimentos apresentaram a menor expectativa de exportação, com taxas de 0,5% de negócios criados com expectativa de que mais de 75% dos consumidores pertençam ao mercado externo (GEM, 2009).

2.6.10 GEM 2009

Para o ano de 2009, os dados coletados na pesquisa GEM demonstraram uma taxa de empreendedorismo inicial (TEA) de 15,3%, a maior até então, superando a certa estabilidade que se apresentava na média dos 13% (GEM, 2010; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2010).

Apesar do crescimento, considerando os valores alcançados ao redor do mundo, o país ficou atrás de outras 13 nações. Neste ano, porém, o relatório apresentou uma divisão dos países participantes quanto suas fases de desenvolvimento econômico. Assim, no grupo “Efficiency-driven” (países impulsionados pela eficiência), faixa intermediária composta por 22 países incluindo o Brasil, o país ficou na 6ª posição (GEM, 2010).

Através dessa divisão notou-se de forma muito evidente a disparidade entre as taxas de empreendedorismo de países latino-americanos frente aos países europeus, que representam as maiores e menores taxas, respectivamente (GEM, 2010).

A evolução observada também se refletiu no momento de atividade desses negócios. A taxa de empreendedores nascentes apresentou um aumento de 5,78%, enquanto para os empreendedores novos a evolução foi de 9,75% (GEM, 2010).

Dentre as causas possíveis para esse comportamento, a valorização da carreira empreendedora e aumento da instabilidade para o emprego formal, foram fatores apontados como mais pertinentes até o momento (GEM, 2010).

A razão entre empreendedores motivados por oportunidade e necessidade reduziu-se ainda mais do que já havia sido observado no ano anterior, ficando em 1,6:1 (GEM, 2010).

Neste ano, ainda, as mulheres voltaram a se sobressair aos homens com relação à atividade empreendedora, representando 53% destes profissionais. Demonstrando o equilíbrio entre gêneros no âmbito empreendedor atingido no país, onde apesar das constantes oscilações, historicamente já se encontravam as mulheres mais empreendedoras do mundo (GEM, 2010).

Observando outros aspectos demográficos, a faixa etária mais representativa dentre os empreendedores em 2009 foi a de 35 a 44 anos, com cerca de 18,7%, contrastando com a média global em que prevaleceu a faixa entre 25 a 34 anos (GEM, 2010).

Neste ano a orientação à inovação também foi avaliada. Mais uma vez, a grande maioria, mais 80%, dos entrevistados afirmou que seus produtos ou serviços ofertados já eram de conhecimento geral. Sendo assim, o país apresentou um dos menores índices quanto a “novidade do produto”, com cerca de 15%. Observou-se, ainda, que quanto menos familiar o produto para o público-alvo do empreendimento, maior conteúdo inovador apresentava (GEM, 2010).

Novamente, também, o país apresentou uma das menores taxas de intenção de exportação, que chegou a ser reduzida em 30% em relação ao ano anterior, com 10,6% dos empreendedores manifestando intenção de atuar no mercado externo (GEM, 2010).

Um fato importante a ser considerado para os dados obtidos neste período é o cenário de crise econômica iniciado em setembro de 2008. Iniciada nos Estados Unidos da América com a falência do banco Lehman Brothers, repercutiu na economia de todo o mundo, inclusive no Brasil, tendo seus impactos sentidos com maior força em 2009, com um período de recessão que resultou em três trimestres consecutivos de recuo do PIB tanto na economia americana quanto na brasileira (GEM, 2010).

Com relação à atividade empreendedora, verificou-se ao longo dos anos um comportamento semelhante à variação no PIB, com exceção justamente do ano de 2009, em que os dois fatores caminharam em direções opostas (GEM, 2010).

2.6.11 GEM 2010

No ano de 2010, dentre as 50 economias estudadas, metade aumentou ou ao menos manteve a TEA em comparação ao ano anterior. No Brasil, a taxa ficou em 17,5%, maior índice desde o início da pesquisa, demonstrando uma tendência de crescimento da já bastante representativa atividade empreendedora no país (GEM, 2011; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2011).

Os valores referentes ao estágio dos empreendimentos observados demonstraram uma razão crescente de empreendedores nascentes em comparação aos novos, que já superava a TEA desde 2004 (GEM, 2011).

Este foi o ano, também, em que, assim como ocorrido em 2008, superou-se a razão de empreendedores por oportunidade versus necessidade, com o valor de 2,18:1 (GEM, 2011).

Mantendo o padrão observado durante todos os anos de pesquisa, a mulher brasileira, mais uma vez, destacou-se dentre as que mais empreendem no mundo, sendo 49,3% dos empreendedores iniciais no país. Em valores absolutos, esses números já demonstravam cerca de 10,4 milhões de mulheres empreendedoras versus 10,7 milhões de homens (GEM, 2011).

No quesito idade, verificou-se que todas as faixas etárias aumentaram as respectivas taxas de empreendedorismo, sendo que a faixa de 25 a 34 anos foi a mais representativa, com 22,2%, seguindo a tendência global (GEM, 2011).

Quanto à escolaridade, percebeu-se, ao longo dos anos de estudo, um aumento da porcentagem de empreendedores com maior escolaridade, refletindo os avanços no contexto educacional brasileiro, com fortes quedas quanto ao analfabetismo, aumento na frequência escolar e maior tempo de estudo para a população em geral (GEM, 2011).

Como consequência, em 2010, na categoria de empreendedores com educação secundária, o país destacou-se com a maior taxa com pós-graduação, 22,2%, maior que a de todos os grupos de países observados e até a média geral, que ficou em 12,5% (GEM, 2011).

Com relação à renda familiar, via-se que aumento de renda e da taxa de empreendedorismo avançavam de maneira diretamente proporcional tanto no Brasil quanto internacionalmente, o que também se observava em relação ao empreendedorismo por oportunidade (GEM, 2011).

O foco dos negócios criados continuava a demonstrar-se voltado ao atendimento do consumidor final, caracterizando um perfil de baixa necessidade de investimento inicial e simplicidade organizacional. Como setores principais continuaram a se destacar comércio varejista, alojamento e alimentação, atividades imobiliárias e indústria de transformação (GEM, 2011).

Especialistas mais uma vez apontaram predominância de condições desfavoráveis para empreender, citando, dentre elas, questões relacionadas a políticas públicas como serviços educacionais, financeiros, de ciência e tecnologia, além da regulação da competição no mercado interno (GEM, 2011).

Contudo, com relação ao ambiente econômico, o cenário encontrado foi otimista. Resultado da recuperação econômica após a crise de 2008 iniciada já no segundo trimestre de 2009, previa-se um crescimento de 7,5% para o PIB nacional naquele ano, o que certamente influenciou todos os aumentos das taxas de empreendedorismo citadas (GEM, 2011).

2.6.12 GEM 2011

Já na segunda década de pesquisa, em 2011, a TEA brasileira ficou em 14,9%. Apesar da queda em relação ao ano anterior, no ranking dos países pesquisados, caiu apenas uma posição, ficando em 11º (GEM, 2012; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2012).

Dentre os empreendedores em estágio inicial, componentes da TEA, 4,1% se encontravam no momento considerado nascente, enquanto 11% se enquadravam como novos. Os demais 12,2% já estavam estabelecidos. Via-se, assim, que, em termos absolutos, cerca de 15 milhões de brasileiros estavam envolvidos na administração de negócios em estágio inicial, e 12 milhões já estavam a frente de empreendimentos existentes há pelo menos há 42 meses (GEM, 2012).

Explorando a características dos empreendedores estudados, vivia-se um cenário de ligeiro aumento na razão entre empreendedorismo por oportunidade e necessidade, ficando em 2,24:1, colocando o país cada vez mais próximo aos países desenvolvidos neste sentido (GEM, 2012).

Com relação ao gênero, o país apresentava a quarta maior proporção de mulheres empreendedoras dentre os 54 países pesquisados, com cerca de 48,6% dos empreendedores considerados quanto à TEA (GEM, 2012).

Contudo, embora a realidade de equidade de gênero conquistada quanto ao empreendedorismo no Brasil seja um ponto positivo para o país, infelizmente refletia desde o início do estudo um contexto em que a mulher busca empreender como forma de alcançar melhores salários, visto que recebem menos que os homens executando as mesmas funções, e de encontrarem maior flexibilidade para cuidar da casa e dos filhos, funções que assumem em proporções desiguais em relação aos parceiros ou até mesmo sozinhas (GEM, 2012).

Seguindo a tendência histórica, as faixas etárias de 25 a 34 anos e 35 a 44 anos foram as mais representativas, apresentando valores muito próximos, de 17,85% e 17,24%, respectivamente. Números estes condizentes com as proporções observadas a nível mundial (GEM, 2012).

Com relação a escolaridade, o Brasil demonstrou uma relação inversa à verificada nos outros países participantes do estudo, com taxas menores à medida que o nível de escolaridade aumenta (GEM, 2012).

Como justificativas a esse fato foram apontadas a alta taxa de empreendedorismo por necessidade que ainda existia apesar da crescente evolução nesse sentido, a alta demanda por mão de obra qualificada pelas empresas em decorrência do cenário de expansão econômica, e o ainda baixo nível de escolaridade da população em geral (GEM, 2012).

A tendência de empreendedorismo conforme a renda, mais uma vez foi mantida, sendo observada a mais alta taxa de empreendedores iniciais, 15,65%, para indivíduos na faixa de renda 33% mais alta. O que também foi visto em todos os grupos de países pesquisados (GEM, 2012).

Em termos de inovação, novamente o empreendedor brasileiro demonstrou dificuldade em trazer produtos novos ao mercado, apenas 6,88% dos entrevistados afirmaram fazê-lo, o que deixou o país na penúltima colocação dentre os 54 participantes do relatório (GEM, 2012).

2.6.13 GEM 2012

No ano de 2012, o relatório GEM trouxe um recorte dos parâmetros estudados por região do país, tornando possível entender quais fatores mantinham certa proporção em relação à localidade e quais eram mais díspares (GEM, 2013; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2013).

Foi incluída, também, uma questão quando ao sonho do brasileiro, a partir da qual observou-se que o desejo de ter um negócio próprio superou todos os demais citados, com exceção apenas do de viajar pelo país e ter uma casa própria, confirmando a mentalidade empreendedora ímpar dos residentes no país (GEM, 2013).

A pesquisa demonstrou em 2012 uma taxa de empreendedores iniciais (TEA) de 15,4%. Apesar do avanço em relação ao ano anterior em que a taxa havia decaído para 14,8, o país ficou apenas com o 16º maior percentual em relação aos países estudados, representando uma queda no posicionamento global (GEM, 2013).

O estágio dos empreendimentos considerados apresentou uma distribuição de 4,5% nascentes e 11,3% novos, representando valores absolutos de cerca de 5,4 e 13,6 milhões, respectivamente (GEM, 2013).

A razão entre empreendedores iniciais motivados por oportunidade em relação a necessidade apresentada foi de 2,3:1, valor muito próximo ao ano anterior, 2,24:1. No Centro-Oeste a proporção foi a mais diferente, de 5,5:1, enquanto no Norte foi a mais próxima, 1,3:1, demonstrando um perfil mais desigual de acordo com a localidade (GEM, 2013).

Dos empreendedores brasileiros iniciais observados nesse ano, 49,6% eram mulheres e 50,4% homens, proporção que também se manteve próxima da equivalência em análises por região. Nas regiões Nordeste e Sul, porém, as

mulheres apresentaram uma ligeira predominância enquanto que para as outras regiões prevaleceram os homens (GEM, 2013).

A faixa etária predominante entre os pesquisados foi a de 25 a 34 anos, com 33,8%, seguida pela de 35 a 44 anos, com 36,6%. Em todas as regiões do país as mesmas faixas foram as mais representativas, contudo, no Centro-Oeste, os empreendedores de 18 a 24 anos demonstraram uma participação muito próxima à segunda, com 22,2%, demonstrando um perfil mais jovem (GEM, 2013).

Com relação à escolaridade, a maior parcela dos entrevistados, 36,9%, possuía o segundo grau completo. Neste cenário, a região Sudeste destacou-se acima da média, com 43,0% dos empreendedores nesta fatia e 0,0% sem nenhuma educação formal (GEM, 2013).

Em contrapartida, no Norte a parcela sem qualquer educação formal foi a maior dentre todas as regiões, 4,5%, enquanto que a com maior grau de escolaridade observada, pós-graduação completa, foi a menor, apenas 0,9% (GEM, 2013).

A predominância de faixa de renda dos empreendedores em 2012 foi a de 3 a 6 salários mínimos, com 47,9% dos entrevistados, valor muito próximo ao da segunda mais representativa, de menos de 3 salários mínimos, que era 47,1% (GEM, 2013).

No recorte por regiões o cenário foi um pouco diferente. Apenas nas regiões Norte e Nordeste essa distribuição se manteve, no resto do país a fatia de menor renda foi predominante (GEM, 2013).

Como características gerais dos empreendimentos, foi apontado que, para os empreendedores iniciais, a grande maioria, 98,9% não apresentava inovação em seu negócio, e apenas 0,8% possuía alguma orientação para o mercado externo (GEM, 2013).

Foram trazidas, por fim, informações a respeito da procura por órgãos de apoio, que demonstrou que 82,2% não procurava este tipo de ajuda. Da parcela que o fazia, o SEBRAE foi apontado como principal órgão buscado, sendo citado por 13% dos entrevistados (GEM, 2013).

2.6.14 GEM 2013

A TEA apresentada no ano de 2013, para o Brasil, foi de 17,3% da população entre 18 e 64 anos, um avanço maior em relação ao último ano, em que havia ficando em 15,4%. Em relação ao ranking mundial, contudo, caiu uma posição, ficando atrás de outros 16 países analisados (GEM, 2014; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2014).

Dos empreendedores estudados nesse período, 5,1% eram nascentes e 12,6% novos, demonstrando um aumento em ambos os momentos de atividade que no ano anterior haviam sido de 4,5% e 11,3%, respectivamente (GEM, 2014).

A nível regional, a TEA não avançou apenas no Norte e Nordeste, onde decaiu 1,7% para o primeiro e 11,3% para o segundo. Dentre os que avançaram, o Sudeste destacou-se com um 20,2%, um aumento de cerca de 42,3% em relação ao ano anterior (GEM, 2014).

Os dados de momento de atividade apresentaram características um pouco diferentes de acordo com a localidade. Para os empreendedores nascentes, houve aumento da taxa no Norte, e Sudeste, mantendo-se no Nordeste e decaindo no Centro-Oeste e Sul. Já os novos, aumentaram no Centro-Oeste e Sudeste, decaindo nas outras regiões (GEM, 2014).

Para o mesmo período, o percentual motivado por oportunidade observado foi bastante expressivo, 71,3%, aumentando em todas as regiões com exceção do Centro-Oeste em que decaiu de 84% para 66%. A razão oportunidade/necessidade dos empreendedores iniciais foi de 2,5:1 (GEM, 2014).

A análise demográfica indicou uma proporção muito próxima entre empreendedores do sexo feminino e masculino, com maioria feminina, 52,2% e apenas no Nordeste empreendedores homens foram predominantes, 50,9% (GEM, 2014).

Em média para o país, a faixa etária mais frequente foi de 25 a 34 anos, 33,1%, o que também se confirmou em todas as regiões. Já a maior parcela de empreendedores iniciais apresentava níveis de escolaridade menor que o

segundo grau completo, 50,9%. Cenário em que o Nordeste se destacou, com 42,1% possuindo segundo grau completo (GEM, 2014).

Com relação à renda familiar, a faixa que predominou na média geral foi a de menos de 3 salários mínimos, 61,6%, sendo que no Norte e Nordeste este percentual alcançou números ainda mais altos, de 73,4% e 66,0%, respectivamente (GEM, 2014).

Como informações relacionadas às características dos empreendimentos existentes no país, observou-se mis uma vez a falta de inovação, sendo 97% dos serviços ofertados considerados conhecidos. Além disso, 99,5% da tecnologia ou processo utilizados nesses empreendimentos já existia há mais de 5 anos (GEM, 2014).

Quanto aos desejos e expectativas da população brasileira, o desejo de ter o próprio negócio, novamente, apareceu em terceiro lugar, após a compra da casa própria e das viagens pelo próprio país. Nas regiões Norte e Nordeste, porém, este desejo ficou segundo lugar, enquanto que no Sudeste e Centro-Oeste apareceu na quarta posição, e na região Sul, ficou em quinto (GEM, 2014).

Em visão mais ampla, foi interessante como notou-se que “ter o próprio negócio” foi largamente predominante em relação a opção de “fazer carreira numa empresa”, sendo citado por quase o dobro dos entrevistados, 34,6% frente a 18,8% (GEM, 2014).

A busca por apoio foi ainda menor. 84,6% dos participantes não procurava qualquer auxílio. Mas, novamente, o SEBRAE foi o mais lembrado, sendo citado por 9,2% dos indivíduos entrevistados (GEM, 2014).

2.6.15 GEM 2014

A taxa de empreendedorismo inicial (TEA) em 2014 foi de 17,2%, mantendo-se estável em relação à 2013, em que era de 17,3%. A nível global, observou-se a mesma estabilidade, mantendo-se atrás de outros 16 países (GEM, 2015; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2015).

Dentre a composição da TEA viu-se forte influência dos empreendedores novos, cuja taxa ficou em 13,8%, mantendo seu crescimento constante. Já os

empreendedores nascentes mantiveram-se em retração, ficando em 3,7% (GEM, 2015).

Para o mesmo período, a taxa de empreendedores motivados pela oportunidade em relação aos motivados pela necessidade, ficou em 2,4:1, o que representou uma queda mínima de 0,1 pontos percentuais (GEM, 2015).

Da população de 23 milhões de indivíduos empreendedores que existiam no Brasil no momento da pesquisa, 51,2% eram do sexo feminino, frente à 48,8% do sexo masculino. A faixa etária predominante era a de 18 a 34 anos, 53%. 50 % possuía pelo menos o segundo grau completo. E, 41% possuíam renda familiar superior a 3 salários mínimos (GEM, 2015).

A pesquisa de 2014 demonstrou, ainda, que a maior parcela dos negócios que surgiam no Brasil ainda carecia de inovação, porém, neste ano 22% dos empreendedores afirmaram que seus serviços apresentavam certo grau de novidade, valor mais alto alcançado até então. Tecnologias conhecidas há menos de 5 anos eram empregadas por cerca de 3,2% dos empreendimentos iniciais (GEM, 2015).

O desejo de ter o próprio negócio continuou a aparecer em terceiro lugar para os brasileiros questionados, representando 31,4% das respostas. A compra da casa própria, 41,9%, e a vontade de viajar pelo Brasil, 32,0%, novamente ficaram no topo das citações. A supremacia do sonho “ter o próprio negócio” sobre “fazer carreira numa empresa” também foi mantida (GEM, 2015).

Mais uma vez, o percentual de empreendedores que não buscavam auxílio de órgão de apoio aumentou, ficando em 86,6%. Contudo, dentre os que procuraram este tipo de ajuda, o SEBRAE, o mais representativo nas respostas, foi citado por mais pessoas do que no ano anterior, 10,4% dos entrevistados (GEM, 2015).

Dos indivíduos questionados, 28,9% indicaram como principal fator de não buscar auxílio a falta de conhecimento a respeito, 15,4% citaram a falta de tempo, mas a grande maioria, 44%, apontou a falta de necessidade (GEM, 2015).

Em relação às condições para empreender no país, a pesquisa com especialistas trouxe como tópicos desfavoráveis mais citados: políticas governamentais, educação e apoio financeiro (GEM, 2015).

2.6.16 GEM 2015

No ano de 2015, a pesquisa GEM demonstrou que a taxa de empreendedores iniciais (TEA) no Brasil foi de 21,0%, alcançando o maior valor até então. Com este aumento, o país voltou ao top 10 países com maior TEA, ficando atrás de outras 7 nações (GEM, 2016; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2016).

Dentre os empreendedores pesquisados, a taxa que se encontrava no momento classificado como nascente aumentou para 6,7%, quase o dobro do valor do ano anterior, 3,7%. A taxa de empreendedores novos ficou em 14,9%, representando um avanço bem menor, de 1,1 pontos percentuais (GEM, 2016).

Em avaliação quanto à motivação, foi observado um comportamento diferente ao que vinha se mantendo de 2012 a 2014. Em 2015, a proporção de empreendedores motivados por oportunidade sofreu uma significativa redução, passando de 70% para 56,5% em um ano (GEM, 2016).

A proporção dos empreendedores iniciais quanto ao gênero continuou a manter-se próxima da equidade, com 51,0% de homens e 49,0% de mulheres. Manteve-se, também, a faixa etária de 25 a 34 anos como mais representativa dentre os empreendedores, 26% (GEM, 2016).

Pessoas com segundo grau completo continuaram a representar a maior parcela da população considerada para a TEA, 48,8%. Com relação à renda familiar, indivíduos que dispunham de até 3 salários mínimos eram os mais empreendedores, 60,8% (GEM, 2016).

Dos empreendedores considerados, 14% procuraram algum tipo de órgão de apoio ao empreendedorismo, número bastante semelhante ao ano anterior, 13,4%. Desses, 66% buscaram o SEBRAE, opção mais citada (GEM, 2016).

O desejo de ter o próprio negócio manteve-se entre os principais sonhos dos brasileiros, apresentando ainda um aumento de 31% em 2014 para 34% em 2015 (GEM, 2016).

A avaliação dos especialistas finalizou o relatório para o ano indicando que dentre as condições favoráveis ao empreendedorismo no país, a capacidade empreendedora do povo, o acesso à informação e políticas governamentais estimulantes foram as mais citadas, com taxas de 54%, 31% e 19%, respectivamente (GEM, 2016).

Em contrapartida, políticas governamentais, educação e capacitação, e apoio financeiro, foram indicadas como fatores desfavoráveis em 54%, 49% e 28% das respostas, respectivamente (GEM, 2016).

O fato das políticas públicas ser apontado em ambos os cenários foi justificado pelo fato de que apesar da melhora que foram apresentando ao longo dos anos ainda constituem uma condição limitante ao desenvolvimento das atividades empreendedoras no país (GEM, 2016).

2.6.17 GEM 2016

Em 2016, a TEA apresentada para o Brasil foi de 19,6%, representando valores absolutos de cerca de 26.191.876 empreendedores. Com a redução em relação ao ano anterior, ápice da taxa entre todos os anos de pesquisa, o país assumiu a 10ª posição no ranking internacional (GEM, 2017; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2017).

Dentre os indivíduos considerados, a taxa de empreendedores nascentes foi de 6,2%, enquanto que a de novos foi de 14,0%, taxas que representam em valores absolutos 8.350.471 e 18.793.132 indivíduos, respectivamente (GEM, 2017).

A razão da motivação para empreender por oportunidade em relação à necessidade foi de 1,4:1. Com taxas de 11,2%, 57,4% da TEA, para a primeira, e 8,3%, 42,4% da TEA para a segunda. Em número de empreendedores, representaram, assim, valores estimados em 15.022.742 e 11.113.08, respectivamente (GEM, 2017).

Com relação às taxas específicas analisadas, os valores se apresentaram muito próximos da equivalência quanto ao gênero, com uma ligeira prevalência feminina. As mulheres representaram, então, cerca de 51,5% dos empreendedores iniciais frente aos 48,5% de homens (GEM, 2017).

Dados recolhidos quanto aos empreendimentos estabelecidos demonstraram, porém, que mesmo que as mulheres brasileiras conseguissem criar novos negócios na mesma proporção que os homens, enfrentavam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem (GEM, 2017).

Tais cenário foi associado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento (GEM, 2017).

As informações relacionando TEA e faixa etária, mostrou, em 2016, que todas as faixas etárias apresentam índices significativos de empreendedorismo, com destaque para a faixa de 25 a 34 anos, 30,3%, e menor expressão para os indivíduos de mais idade. Dados que, associados às tendências do Brasil de envelhecimento da população e reforma da previdência social, foi apontado como oportunidade para elaboração de políticas públicas de suporte às iniciativas empreendedoras da população com mais idade (GEM, 2017).

Cruzando os dados de escolaridade desses empreendedores, a faixa de “experiência pós-graduação” foi representante da maior TEA, 22,9%, enquanto que a maior parcela da TEA brasileira total, 46,4%, era constituída por indivíduos que se enquadravam na terceira faixa de escolaridade considerada, composta por pessoas com ensino médio completo e superior incompleto (GEM, 2017).

Embora em termos gerais a maioria dos novos empreendimentos não fosse constituída por mestres e doutores, visto a baixa expressão desta parcela em números absolutos, essa representatividade de indivíduos com formação mais avançada abria possibilidade para abertura de negócios mais bem planejados, motivados por oportunidades e voltados à inovação, com maior probabilidade de gerar valor agregado (GEM, 2017).

Com relação às taxas específicas de empreendedorismo inicial quanto à renda familiar, o Brasil apresentava o maior equilíbrio dentre os países selecionados para análise. Apesar da maior taxa na faixa central de renda, 21,6%, as outras também tiveram índices significativos de 19,4% e 18,6% para as faixas de menor e maior renda, respectivamente (GEM, 2017).

Já no que se refere à renda familiar dos empreendedores considerados na TEA, os resultados mostraram que a maior parte, 71%, possuía renda familiar entre 1 e 3 salários mínimos (GEM, 2017).

Em 2016, a baixa procura por orientação de órgãos especializados se manteve baixa, e o SEBRAE se manteve como o mais citado. Em relação ao potencial de inovação, para o mesmo ano, os empreendedores iniciais brasileiros apresentaram o segundo menor percentual, 20,4%, acima apenas da Rússia, 17,5%. Já quanto o uso de tecnologia mais recentes (menos de 5 anos), o país ficou em último lugar, com apenas 4% (GEM, 2017).

O desejo de ter um negócio próprio foi compartilhado por 31,7% dos brasileiros. Esse número, bem como dos demais sonhos dos brasileiros mantiveram-se praticamente estáveis nos últimos dois anos. Contudo, nesse ano, o empreendedorismo passou à 4ª colocação, após o desejo de viajar pelo Brasil (47,5% da população), comprar a casa própria (45,8%) e adquirir um automóvel (32,9%). Já o sonho de ter um negócio próprio manteve-se muito mais representativo do que o de fazer carreira em uma empresa, 31,7% contra 19,5% do total da população (GEM, 2017).

2.6.18 GEM 2017

A pesquisa GEM 2017 observou uma taxa de empreendedorismo inicial (TEA) de 20,3% na média brasileira, representando cerca de 27.482.078 pessoas, o que colocou o país em 9º lugar no ranking dos países analisados. Quanto ao momento de atividade, as taxas de empreendedorismo em estágio classificados como novos era de 13,0%, enquanto os nascentes eram de 3,0% (GEM, 2018; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2018).

No mesmo ano, observou-se um aumento na razão oportunidade/necessidade. Enquanto em 2016, para cada empreendedor inicial por necessidade havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 essa relação foi de 1,5:1, ou seja, 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade (GEM, 2018).

Essa diminuição na proporção de empreendedores por necessidade se alinhava aos sinais de recuperação, mesmo que lenta, do mercado formal de trabalho no Brasil para o período. Embora, em números absolutos demonstrassem, ainda, que quase 11 milhões de brasileiros à frente de novos negócios eram motivados pela necessidade (GEM, 2018).

O cenário traçado pela pesquisa revelou, também, que, em 2017, no Brasil, os homens eram ligeiramente mais empreendedores do que as mulheres em termos gerais, com uma diferença de quase três pontos percentuais. Contudo, no recorte de empreendedores iniciais, as mulheres mantinham-se predominantes, representando cerca de 51,6%, frente aos 48,4% de homens (GEM, 2018).

Considerando-se as diferentes faixas etárias desses empreendedores, notou-se que os jovens de 25 a 34 anos foram os mais ativos na criação de novos negócios, com 30,5% dos brasileiros nesta faixa envolvidos na criação e consolidação de empreendimentos em estágio inicial (GEM, 2018).

Quanto à escolaridade, o grupo mais ativo foi aquele composto por pessoas com apenas o ensino fundamental completo, sendo 23,9% deles empreendedores iniciais. Também, em termos de contingente foi significativamente maior o número de empreendedores iniciais com escolaridade mais baixa, cerca de 7 milhões com ensino fundamental completo contra 1.6 milhões com ensino superior completo (GEM, 2018).

Em relação à renda familiar, 28,8% dos brasileiros com renda familiar de até 1 salário mínimo eram empreendedores iniciais. Já entre os que dispunham de mais de 6 salários, 15,1% deles empreendem em estágio inicial. Levando em conta o contingente de empreendedores iniciais, em torno de 15,2 milhões, ou seja, 55% do empreendedorismo inicial brasileiro era conduzido por pessoas com renda de 1 a 3 salários mínimos (GEM, 2018).

Em termos de potencial inovativo dos negócios, em torno de $\frac{1}{4}$ dos empreendedores iniciais afirmou que o produto ou serviço com os quais realizavam suas atividades comerciais seriam considerados novos para uma parcela de seus clientes (GEM, 2018).

Já com relação à mentalidade empreendedora da população, viu-se uma diminuição acentuada dos brasileiros que manifestaram o sonho de ter o próprio negócio. Em 2016 eram 31,7% os que expressavam esse desejo, 4º sonho mais mencionado, enquanto que para 2017 esse percentual foi de 17,9%, caindo para o 6º lugar dentre os mais mencionados (GEM, 2018).

Historicamente, ainda, via-se uma grande diferença entre o desejo de fazer carreira em uma empresa, e o de ter o negócio próprio, 12 pontos percentuais em favor do negócio próprio no ano anterior. Já em 2017, esse sonho manteve-se à frente apenas pouco mais de um ponto de diferença. Demonstrando, pela primeira vez, certo desânimo do brasileiro quanto à atividade (GEM, 2018).

2.6.19 GEM 2018

No ano de 2018, a TEA para o Brasil foi de 17,9%, representando em torno de 24.456.016 empreendedores, atrás de outras 10 nações pesquisadas. Com relação ao momento de atividade dos empreendedores observados neste período, viu-se, também, taxas de 16,4% para novos e apenas 1,7% nascentes (GEM, 2019; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2019).

Em termos de motivação, os empreendedores motivados por oportunidade eram 61,8% da TEA, enquanto por necessidade eram 37,5%, representando uma razão de 1,6:1 (GEM, 2019).

Nas taxas específicas em relação aos aspectos demográficos desta população, os homens se mostram mais ativos no que se refere ao seu envolvimento com o empreendedorismo, tanto no inicial quanto no estabelecido, com maior diferença no segundo caso. Em relação apenas ao empreendedorismo inicial, cerca de 48,8% era advindo de mulheres e 51,2% de homens (GEM, 2019).

Dos empreendedores considerados no estudo, a maior taxa de empreendedorismo inicial era encontrada na faixa de 25 a 34 anos, 20,2% destes. A mesma parcela era, também, responsável pelo maior contingente de empreendedores iniciais, em torno de 6,9 milhões de indivíduos (GEM, 2019).

Quanto ao grau de escolaridade, a maior taxa de empreendedorismo inicial era vista na parcela com ensino fundamental completo, 19,2%, enquanto em termos de volume a fatia que possuía apenas ensino médio completo era a mais representativa, com 12,2 milhões de pessoas empreendedoras, mais que o dobro de todas as outras faixas consideradas (GEM, 2019).

No quesito renda, enquanto as taxas de empreendedorismo inicial aumentavam proporcionalmente a média que a renda aumentava, em termos absolutos essa regularidade não se mantia, sendo a parcela mais representativa a que dispunha de 1 a 2 salários mínimos, 8,2 milhões de pessoas (GEM, 2019).

Em análises quanto ao potencial de inovação, apenas 8,4% dos empreendedores iniciais apontava seus produtos ou serviços como algo novo para pelo menos uma parcela de seus clientes, mantendo a baixa tendência histórica para a inovação dos empreendimentos brasileiros (GEM, 2019).

Quanto a mentalidade da sociedade frente ao empreendedorismo, o sonho do próprio negócio voltou a se fortalecer em 2018 após a queda do ano anterior, sendo citado por 33,0% da população (GEM, 2019).

O relatório do período trouxe, ainda, os fatores favoráveis e limitantes citados pelos especialistas consultados. Para o primeiro caso, foram apontados capacidade empreendedora, abertura de mercado/barreiras à entrada, e programas governamentais. Já para o segundo, figuraram as discussões políticas governamentais, apoio financeiro, e educação e capacitação (GEM, 2019).

2.6.20 GEM 2019

Em 2019, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) no Brasil foi de 23,3%, a mais alta da série histórica, representando um volume estimado de 32.177.117 empreendedores em estágio inicial. Em comparação aos valores verificados internacionalmente, o aumento ficou ainda mais evidente, visto que o país subiu para 4ª posição do Ranking geral (GEM, 2020; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION, 2020).

Já quanto ao momento da atividade, houve um aumento significativo na taxa de empreendedores nascentes, com 8,1%, 6,4 pontos percentuais a mais,

enquanto que os novos apresentaram leve redução, de 16,4% para 15,8%. Ainda assim, em valores absolutos, os novos representavam 21.880.835 indivíduos e os nascentes 11.120.000 (GEM, 2020).

Deste cenário, observou-se que o aumento significativo na taxa de empreendedores iniciais era advindo essencialmente do aumento na taxa empreendedores nascentes, o que foi justificado com base no momento social e econômico do país de retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro, e tímida redução nas taxas de desemprego, enquanto ainda manter incertezas sobre as opções de ocupação e de obtenção de renda para a população (GEM, 2020).

Nesse ano, a metodologia adotada apresentou inovações ao avaliar a motivação para empreender, deixando de restringir as opções de respostas às categorias “por necessidade” e “por oportunidade”, e ampliando a gama de possibilidades (GEM, 2020).

Assim, 88,4% dos empreendedores iniciais concordaram (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constituía uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos (GEM, 2020).

Pouco mais da metade deles, 51,4%, apontaram que “fazer a diferença no mundo”. Em contrapartida, 36,9% confirmaram que a ambição de construir uma grande riqueza ou obter renda muito alta estava presente no espectro das motivações que os levaram a iniciar um novo negócio (GEM, 2020).

Pouco mais de um quarto, 26,6%, ainda, se envolveram em novos negócios para dar continuidade a uma tradição familiar, evidenciando que o comportamento das famílias em relação ao empreendedorismo exerce uma influência direta ou indireta nas aspirações de carreira e futuro de uma parcela significativa da população (GEM, 2020).

O percentual de empreendedores iniciais homens e mulheres foi equivalente, com 16,1 milhões de empreendedores de ambos os gêneros, embora em termos de taxas específicas, os homens foram ligeiramente mais

ativos, com uma TEA de 23,5%, quatro pontos percentuais a mais que as mulheres (GEM, 2020).

A faixa etária com maior atividade empreendedora inicial foi a de 35 a 44 anos, com 26,7%, mas o maior contingente foi o de pessoas entre 25 a 34 anos, 27,7%, cerca de 8,9 milhões de pessoas (GEM, 2020).

A faixa da população considerada que possuía ao menos o ensino superior completo foi a mais ativa em taxas específicas de TEA, com 27,6%, mas em termos absolutos ficou atrás de todas as outras. A quantidade mais representativa de empreendedores iniciais foi encontrada na parcela com ensino médio completo, 46,2%, em torno de 14,9 milhões (GEM, 2020).

Pessoas com renda familiar superior a 6 salários mínimos novamente foram as mais ativas em relação ao empreendedorismo, com taxa específica de 31,8%. A segunda faixa mais ativa foi também a maior em termos de contingente, com TEA de 27,1%, 8,6 milhões de empreendedores iniciais que dispunham de 3 a 6 salários mínimos representavam 26,8% do total considerado (GEM, 2020).

A investigação quanto ao grau de novidade do produto e tecnologia empregados pelos empreendedores considerados na pesquisa GEM, identificou que apenas 0,6% dos empreendimentos propunham algo novo a nível nacional e 0,0% empregava tecnologia nova (GEM, 2020).

As informações, demonstraram que mesmo havendo algum tipo de inovação no empreendedorismo brasileiro, ainda ficava restrita ao nível local, com pouca expressão em âmbito nacional e imperceptível no âmbito internacional (GEM, 2020).

Porém, o fato de essa inovação ser mais expressiva entre os empreendedores iniciais do que entre os estabelecidos, pode indicar que ela vem se introduzindo rapidamente entre os empreendedores que estão chegando ao ambiente de negócios e que têm menos de 3 anos e meio de existência (GEM, 2020).

Em relação às perspectivas de carreira, revelou-se que, para os brasileiros em geral, independentemente de serem ou não empreendedores, o sonho de possuir um negócio próprio supera o desejo de desenvolver uma

carreira profissional em uma empresa privada ou pública, indicando que a sociedade brasileira enxerga na alternativa do empreendedorismo a melhor e mais compensadora forma de atuação profissional (GEM, 2020).

2.7. Inovação tecnológica

Assim como o conceito de empreendedorismo, inovação é um termo ainda mais recente, que começou a ser utilizado no Brasil por volta de 1996, na época da “bolha da internet”, época em que se iniciava uma forte alta de ações de novas empresas de tecnologia da informação e comunicação baseadas na Internet, e que apresenta diversas definições (SEBRAE, 2021).

O dicionário de Cambridge define inovação de maneira muito simples como uma nova ideia ou método, ou o uso de novas ideias e métodos (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2021).

De maneira mais elaborada, Drucker conceitua a inovação como “instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente” (DRUCKER, 1987). Ao que o SEBRAE complementa dizendo que “inovação é a mola propulsora das empresas, seja inovação de produto, processo ou mercado”.

2.8. Startups

No contexto de empreendedorismo voltado à inovação, destacam-se, as empresas chamadas “startups” (SEBRAE, 2021). O vocábulo, importado do inglês, tem um significado é muito simples: “um pequeno negócio que acaba de começar” (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2021).

A Associação Brasileira de Startups (Abstartups) complementa-o dizendo tratar-se de “uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real, do mundo real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, para isso, usa tecnologia como ferramenta principal” (ABSTARTUPS, 2021).

Independente da abordagem, “startup”, termo utilizado para representar empresas jovens, associa-se essencialmente a empresas de base tecnológica forte, que trazem produtos inovadores e revolucionários.

2.8.1 Tipo de negócio quanto ao público-alvo

As startups podem ser classificadas de acordo com o público-alvo, sendo as mais comumente identificadas no Brasil do tipo B2B, B2C e B2B2C.

2.8.1.1 B2B (Business to Business)

Uma startup do tipo B2B, é aquela cujo público-alvo são outras empresas, ou seja, cujas transações ocorrem entre pessoas jurídicas. Nesse caso, as vendas feitas de empresas para outras empresas possuem diversas finalidades, como reposição de estoque, revenda, insumo para transformação de outros produtos em linhas de produção, compra é realizada para consumo da própria empresa, e tecnologia para desenvolvimento e melhoramento de processo, por exemplo (STARTESE, 2021).

2.8.1.2 B2C (Business to Consumer)

Já o modelo B2C representa o oposto. Nele a empresa tem a venda focada diretamente para um cliente final. Esse tipo de transação é o mais comum, encontrado com frequência em lojas de varejo, onde a relação não precisa de nenhum intermediário (STARTESE, 2021).

2.8.1.3 B2B2C (Business to business to customer)

A sigla B2B2C, representa o modelo que une esses dois tipos, representando, assim, a startup que realiza operação de venda para uma empresa primeiramente e depois para o consumidor final.

2.9. Abstartups

A Associação Brasileira de Startups, surgiu em 2011, quando pouco ainda se falava sobre o assunto no Brasil. Conectando empreendedores que tentavam criar uma frente de trabalho mais coesa para atuar em prol das startups brasileiras, sua fundação teve como objetivo “criar uma rede de conexões para

aprendizado, fomento das startups e geração de oportunidades para os associados” (ABSTARTUPS, 2021).

O órgão, que de início, foi focada para a problemática da necessidade de difusão sobre o tema no país, com o desenvolvimento do assunto, voltou-se para a construção de um ambiente adequado com comunidades e mais mobilização, buscando trazer mais educação empreendedora e um ecossistema conectado disposto a se ajudar e dar exemplos, a fim de fomentar o desenvolvimento dessas empresas (ABSTARTUPS, 2021).

Atualmente, a associação trabalha, então, promovendo e representando as startups brasileiras com o intuito de “tornar o Brasil uma das cinco maiores potências em inovação e empreendedorismo tecnológico” (ABSTARTUPS, 2021).

2.10. Biotecnologia

Na Convenção de Biodiversidade, organizada pela ONU, em 1992, Biotecnologia foi conceituada como “qualquer aplicação tecnológica que utilize sistemas biológicos, organismos vivos, ou seus derivados, para fabricar ou modificar produtos ou processos para utilização específica”, do que se depreende que desde a origem, trata-se de um setor intimamente ligado à inovação (CONVENTION ON BIOLOGICAL DIVERSITY, 2021)

Assim, no contexto empreendedor em que se destacam as startups, pode-se dizer que a fatia de startups de biotecnologia recebe um destaque ainda maior, unindo inovação e tecnologia para trazer ao mercado produtos verdadeiramente revolucionários.

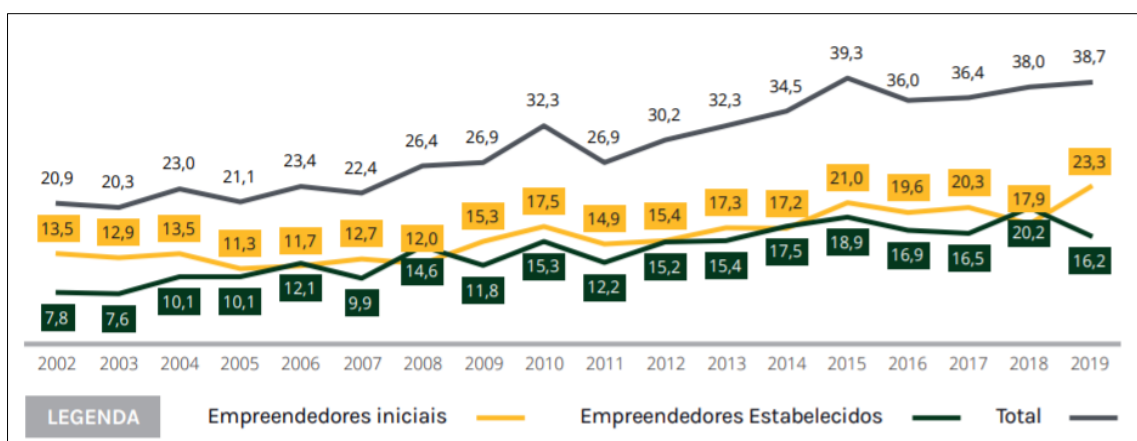
2.11. Evolução do empreendedorismo no Brasil

Através do histórico que foi sendo construído a partir dos anos de pesquisa GEM, nota-se que desde o início o país se destaca pela atividade empreendedora do brasileiro, cujas perspectivas tendem a ver a abertura do

próprio negócio como oportunidades melhores do que o desenvolvimento de uma carreira em empresas já consolidadas, sejam elas públicas ou privadas.

Foi possível perceber, também, do ponto de vista quantitativo, o empreendedorismo no Brasil destaca-se positivamente, indicando não só a manutenção ao longo dos anos, mas a tendência de aumento nas iniciativas empreendedoras da população, conforme ilustra a Figura 3, a seguir.

Figura 3: Taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE – Brasil - 2002:2019



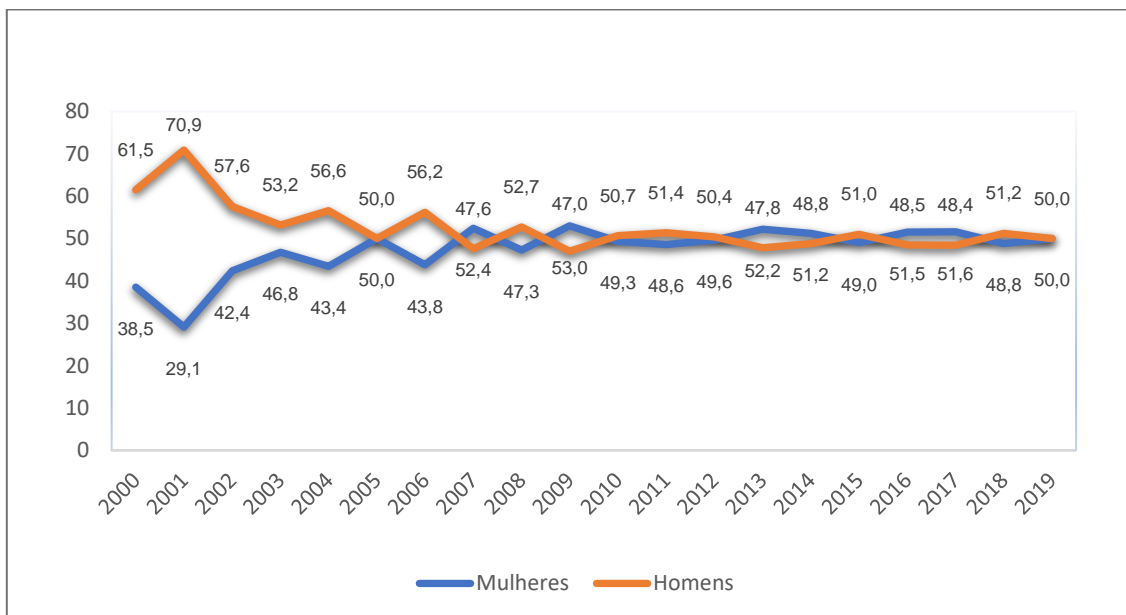
Fonte: GEM, 2020, adaptado.

Embora os dados mais recentes demonstrem uma queda quando ao empreendedorismo estabelecido, as taxas de empreendedorismo inicial e a total mantiveram-se em crescimento. A taxa total de empreendedorismo (TTE) em 2019 foi de 38,7%, a 2ª maior da série histórica da pesquisa, representando em torno de 53,4 milhões de empreendedores em idade adulta, e a taxa de empreendedores iniciais (TEA) foi de 23,3% – a mais alta da série com 5,4 pontos percentuais acima do registrado em 2018. Em termos gerais, ao longo de apenas 17 anos o empreendedorismo cresceu cerca de 85% no Brasil.

Outro ponto de destaque é em relação à igualdade da participação de homens e mulheres nas atividades empreendedoras iniciais que se estabeleceu ao longo dos anos, colocando o país muito à frente da maioria das nações estudadas quanto a este quesito. Embora a igualdade de gênero ainda esteja bem longe de ser alcançada na maioria dos aspectos, inclusive na própria manutenção destes empreendimentos, e a motivação das mulheres

empreendedoras ainda esteja atrelada a fatores como desigualdade de salários, a evolução histórica demonstra-se positiva indicando que ações para o desenvolvimento de políticas e programas de apoio ao empreendedorismo feminino tendem a beneficiar o panorama empreendedor do país, como apresentado na Figura 4, a seguir.

Figura 4: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segunda gênero no Brasil de 2000 a 2019.



Fonte: Próprio autor, 2021.

O expressivo contingente de jovens empreendedores observado ao longo da pesquisa também demanda uma atenção especial dos setores públicos. Propiciando a capacitação e oferecendo um ambiente que favoreça o desenvolvimento de negócios de qualidade, que envolvam conhecimento, propicia-se condições para que estes indivíduos possam vir a se tornar geradores de tecnologia e de postos de trabalho.

Quanto à renda familiar e escolaridade, os extremos se destacam em ambos os casos revelando expressivas taxas de empreendedorismo. Considerando o extremo inferior, os dados obtidos demonstram que 40% da população com escolaridade baixa está envolvida com alguma atividade empreendedora e percentual semelhante de empreendedorismo é observado entre a população de baixa renda, indicando, possivelmente, uma forma de reação à falta de opção para obtenção de renda. Suposição que é reforçada pela

constatação de que em 2019 26,2% dos empreendedores iniciais brasileiros apontavam a escassez de empregos como única razão para iniciar o negócio.

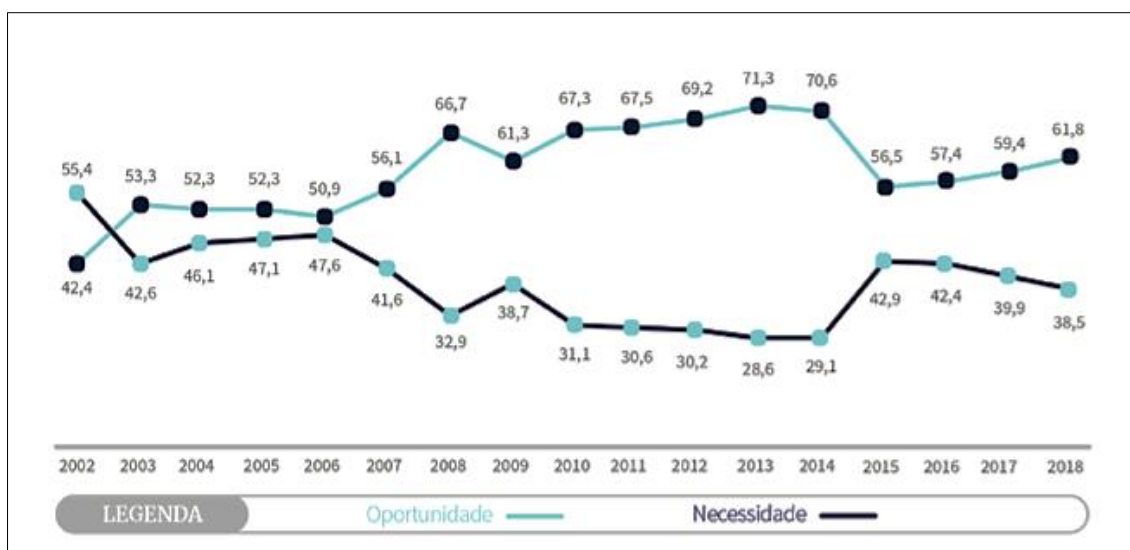
Já no extremo oposto, nos níveis superiores de escolaridade e renda foram identificados como empreendedores em torno de 40% da população com ensino superior e 56% dispendo de renda familiar de mais de 6 salários mínimos. A intensa atividade empreendedora desses grupos indica que também é significativo o potencial empreendedor voltado a negócios de maior valor agregado. Argumento que se reforça pela constatação de que 68,8% dos empreendedores com ensino superior completo mencionaram que iniciaram o negócio para fazer diferença no mundo.

Contudo, apesar da excepcional mentalidade empreendedora da população em geral, em análises a respeito das empresas que vêm sendo criadas, foi possível perceber que inovação tanto em relação aos produtos e serviços ofertados quanto para a tecnologia empregada nos processos é algo muito raro no país, sendo os negócios em sua grande maioria voltados ao setor de serviços e que requerem pouco investimento de recursos, regulamentação e conhecimento técnico.

Os últimos dados, verificaram como atividades estavam entre as mais presentes nos três estágios do empreendedorismo (nascente, novo e estabelecido): “restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”, “comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”, “cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” e “confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas”.

Além disso, viu-se que o empreendedorismo motivado pela necessidade, mesmo deixando de ser o mais representativo a partir de 2003, vide figura 5, ainda representa grande parte dos negócios criados no país, dispendo de poucos recursos para investimento em fatores como novas tecnologias por exemplo.

Figura 5: Proporção da taxa de empreendedorismo inicial segundo motivação para empreender - Brasil - 2002:2018



Fonte: GEM, 2019

Todo esse cenário demonstra que a mentalidade empreendedora associada a crescente busca por oportunidades, o aumento crescente das condições de educação e surgimento de órgãos especializados voltados ao auxílio do empreendedor constituem um ambiente favorável ao desenvolvimento de novas empresas no Brasil.

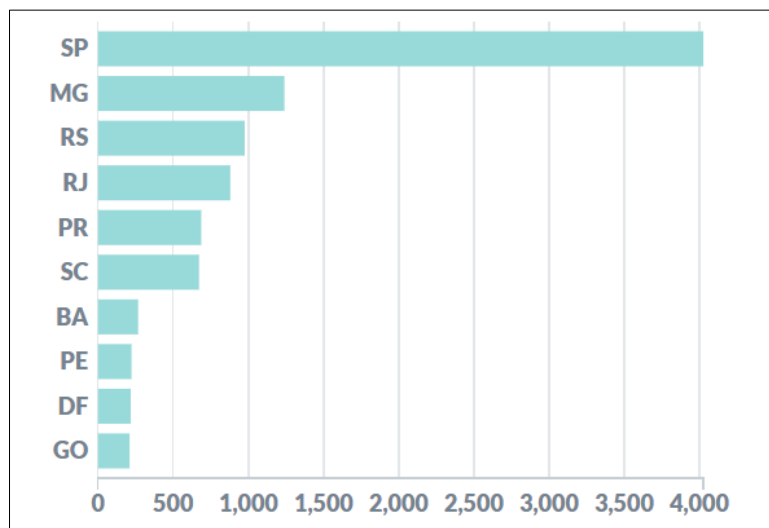
Contudo, o baixíssimo grau de inovação existente até então demonstram um imenso potencial que ainda tem muito a ser desenvolvido, principalmente no que diz respeito a tecnologias que requerem maior grau de investimento, como é o caso da biotecnologia.

2.12. O ecossistema de startups no Brasil

O último levantamento realizado pela Abstartups, que mapeou 13.771 startups, permite acompanhar as principais informações a respeito do cenário do ecossistema de startups no país (STARTUPBASE, 2021).

As estatísticas colocam o Sudeste como região com maior atividade empreendedora quanto às startups, sendo São Paulo o estado com maior presença delas, seguido por Minas Gerais e Rio Grande do Sul (STARTUPBASE, 2021).

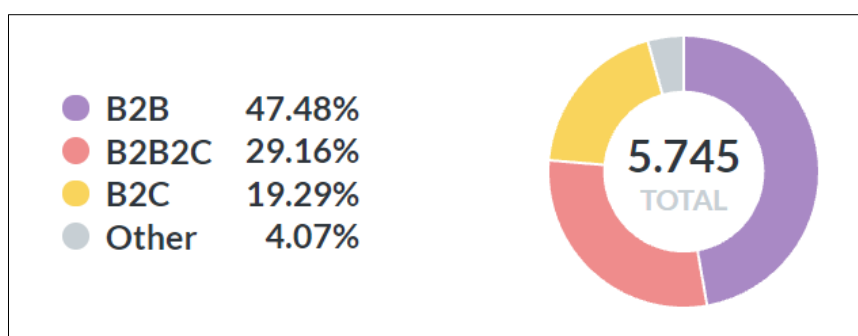
Figura 6: Ranking dos 10 estados brasileiros com mais startups



Fonte: Startupbase, 2021

Os dados também demonstram que a maior parte das empresas cujas informações foram possíveis obter, 47,48%, são do tipo B2B (business to business), indicando que diferentemente da maior parte dos empreendimentos que se estabelecem no Brasil, as startups tendem a oferecer serviços a outras empresas, o que é condizente à sua forte base tecnológica (STARTUPBASE, 2021).

Figura 7: Distribuição de startups por público-alvo



Fonte: Startupbase, 2021

Dentre os negócios identificados, porém, somente 0,42% de todas as empresas apresentadas pertencem ao segmento de biotecnologia. O que se justifica pelo panorama da inovação no país, visto tratar-se de um setor extremamente ligado a inovação e tecnologias que requerem maior grau de investimento (STARTUPBASE, 2021).

2.13. O ecossistema de startups de biotecnologia no Brasil

Das startups identificadas como pertencentes ao setor de biotecnologia, viu-se que a distribuição se confirmou muito condizente ao geral, com predominância no estado de São Paulo, conforme ilustrado na figura 8.

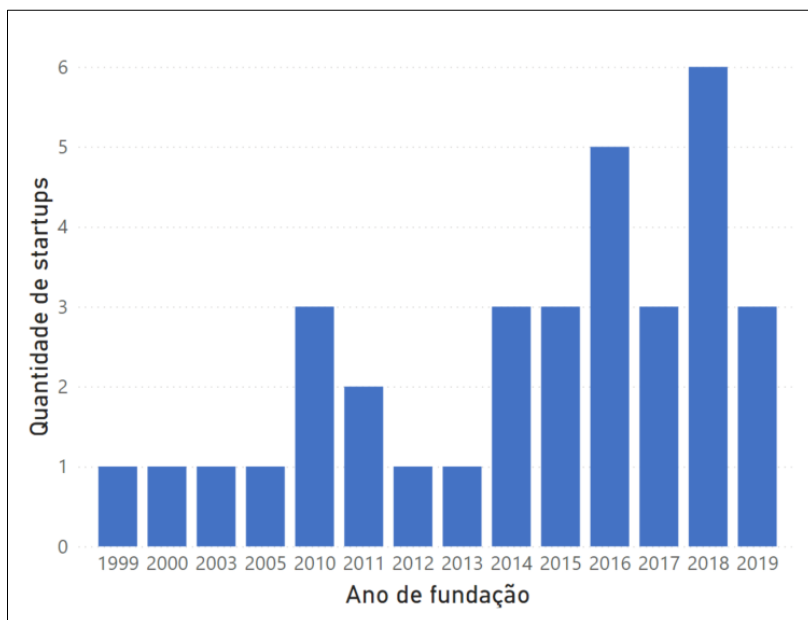
Figura 8: Distribuição de startups de biotecnologia por estados brasileiros.



Fonte: Próprio autor, 2021

Foi possível identificar, também, que as empresas mais antigas listadas datam de 1999, sendo ainda empresas relativamente jovens. E que o ano de 2018 foi o mais fértil para criação delas, com 6 empresas fundadas no período. Conforme ilustrado na figura 9

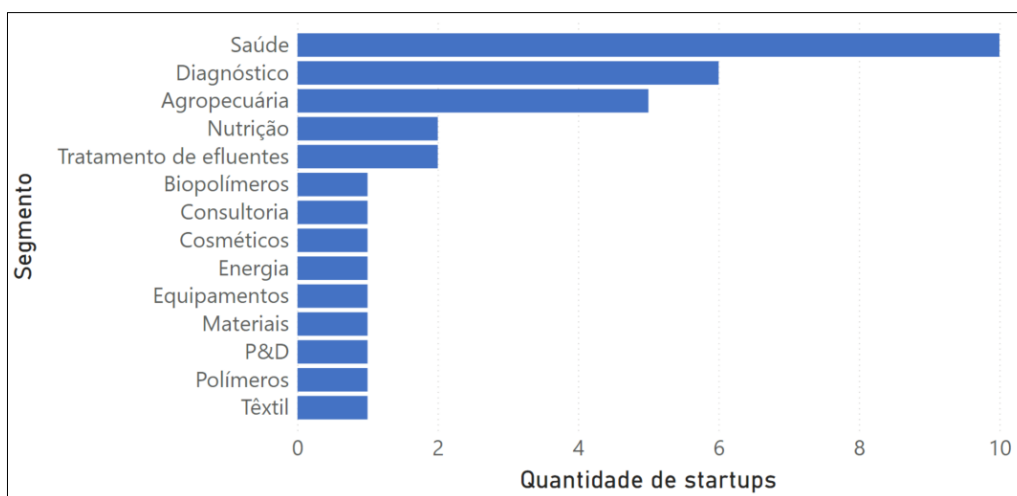
Figura 9: Startups mapeadas de acordo com o ano de fundação.



Fonte: Próprio autor, 2021

Dos setores em que atuam, saúde foi o mais representativo, seguido por diagnóstico e agropecuária, como pode ser visto na figura 10. Sendo todas as iniciativas, independente do segmento, fortemente voltadas à inovação.

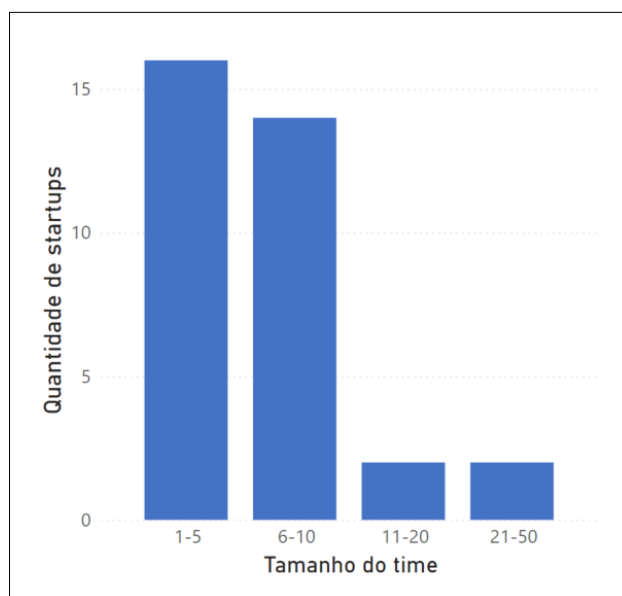
Figura 10: Startups mapeadas de acordo com o segmento de atuação.



Fonte: Próprio autor, 2021

No quesito ao tamanho do time empregado, vê-se na figura 11 que a maior parte ainda se trata de empresas de pequeno porte com até 10 funcionários.

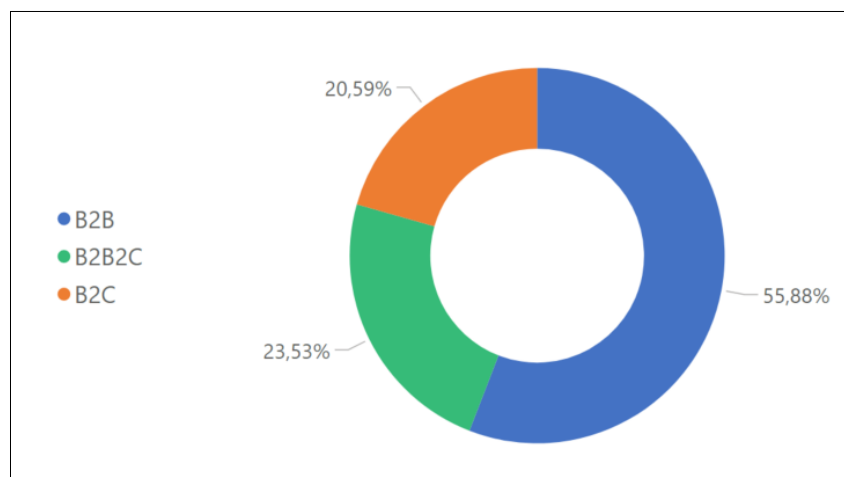
Figura 11: Startups mapeadas de acordo com o número de funcionários.



Fonte: Próprio autor, 2021

Por fim, com relação ao público-alvo, assim como o ecossistema geral, as startups de biotecnologia também são voltadas majoritariamente a atender outras empresas, fornecendo tecnologias relacionadas principalmente a processos e não ao produto final.

Figura 12: Composição de startups mapeadas de acordo com o público-alvo.



Fonte: Próprio autor, 2021

3. CONCLUSÃO

Do desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil percebeu-se uma forte veia empreendedora intrínseca à população do país. Com altas taxas de criação de empresas que já evoluíram muito ao longo de uma história relativamente recente, chegando a aumentar em 85% em apenas 17 anos, exímia capacidade criativa e força para superação de adversidades dos brasileiros, mercado interno dinâmico com boas oportunidades de negócio, e uma mentalidade empreendedora em que conquistar o próprio negócio figura como maior desejo de carreira da população, é evidente o potencial da nação que figura em destaque internacional no quesito da criação de novos negócios.

Contudo, fatores como grau de escolaridade ainda baixo da população, associado a poucas ações relativas ao empreendedorismo nos projetos pedagógicos de ensino fundamental e médio, poucos recursos para o desenvolvimento de negócios baseados em tecnologia, como a interação entre universidade e empresa, e o custo para entrada no mercado, levam a um cenário de escassez de inovação das empresas que vem sendo criadas.

Deste contexto, fica evidente a justificativa para um cenário de tão poucas startups de biotecnologia existentes até um momento. Visto que se tratam de negócios que exigem forte base de tecnologia empregada, além de altos investimentos em pesquisa e desenvolvimento que demandam de tempo e capital tanto financeiro quanto de educação especializada.

Assim, vê-se que o ambiente próspero à criação de empresas já existe no país, contudo ações como projetos pedagógicos da educação básica com ênfase em atividades relativas ao empreendedorismo, fortalecimento dos parques tecnológicos e incubadoras que fornecem apoio a negócios novos e em crescimento, principalmente os de base biotecnológica, e o estreitamento da interação entre universidade e empresa, principalmente no que diz respeito à pesquisa e desenvolvimento colaborativo, são ações que podem levar o país muito mais longe neste âmbito, principalmente no que diz respeito à setores de forte inovação em que atuam as startups de biotecnologia.

Referências Bibliográficas

ABSTARTUPS. **O que são - Abstartups.** Disponível em: <<https://abstartups.com.br/definicao-startups/>>. Acesso em 01 nov. 2021.

ABSTARTUPS. **Sobre - Abstartups.** Disponível em: <<https://abstartups.com.br/sobre/>>. Acesso em 01 nov. 2021.

ALANO, Juliana et al. **Evolução do Empreendedorismo no Brasil:** Um Estudo do Global Entrepreneurship Monitor no Período de 2001 a 2013. XIV Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão. Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2014.

BISPO, Cláudio dos Santos; SOUZA, Diego de Jesus; ARAÚJO, Felipe Pascoal; CARDOSO, Nayara Holanda; SILVA, Paula Sousa; JUNIOR, Valmir Rosa dos Santos. *Empreendedorismo e Inovação.* Disponível em: <http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2018.

BLOG DO SEBRAE/SC. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>. Acesso em 21 mar. 2021.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Meaning of entrepreneurship in English.** Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/entrepreneurship>>. Acesso em 21 mar. 2021.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Meaning of innovation in English.** Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/entrepreneurship>>. Acesso em 11 out. 2021.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Meaning of start-up in English.** Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/start-up>>. Acesso em 11 out. 2021.

CONVENTION ON BIOLOGICAL DIVERSITY – CDB. Art. 2, 1992. Disponível em: <<https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/biodiversidade/convencao-sobre-diversidade-biologica/textoconvenoingles.pdf>>. Acesso em 02 nov. 2021

DAVIDSSON, P. **Researching entrepreneurship**. New York: Springer, 2004.

DE SOUSA, Edileusa Godói; LOPES, José Eduardo Ferreira. *Empreendedorismo tecnológico e startups: uma análise de cenários no contexto de universidades brasileiras*. 2018. Disponível em: <<https://www.egepe.org.br/2016/artigos-egepe/154.pdf>> Acesso em 22 ago. 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 2.edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, Peter Ferdinand. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. 2. Edição. São Paulo: Pioneira, 1987.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL. *Conheça os 11 principais tipos de empreendedorismo*. 2018. Disponível em: <<http://blogespecializacao.fdc.org.br/conheca-os-11-principais-tipos-de-empreendedorismo/>> Acesso em: 22 ago. 2018.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2009. Curitiba: IBQP, 2010.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2000. Curitiba: IBQP, 2001.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2001. Curitiba: IBQP, 2002.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2002. Curitiba: IBQP, 2003.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2003. Curitiba: IBQP, 2004.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2004. Curitiba: IBQP, 2005.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2005. Curitiba: IBQP, 2006.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2006. Curitiba: IBQP, 2007.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2007. Curitiba: IBQP, 2008.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2008. Curitiba: IBQP, 2009.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2009. Curitiba: IBQP, 2010.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2010. Curitiba: IBQP, 2011.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2012. Curitiba: IBQP, 2013.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2013. Curitiba: IBQP, 2014.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2014. Curitiba: IBQP, 2015.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2015. Curitiba: IBQP, 2016.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2016. Curitiba: IBQP, 2017.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2017. Curitiba: IBQP, 2018.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2018. Curitiba: IBQP, 2019.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – Empreendedorismo no Brasil: 2019. Curitiba: IBQP, 2020.

GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Mission & values.**
Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/about/gem/5>>. Acesso em 11 abr. 2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2000
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2001.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2001
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2002
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2003.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2003
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2004
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2005.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2005
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2006.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2006
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2007.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2007
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2008
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2009.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2009
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2010
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2011.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2011
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2012
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2013
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2014
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2015.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2015/2016
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2016/2017
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2017/2018
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2018/2019
Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business
School, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2019/2020 Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. GEM 2020/2021 Global Entrepreneurship Monitor - Global Report. Londres: London Business School, 2021.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

IBQP. **Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/gem/>>. Acesso em 11 abr. 2021.

IBQP. **Publicações | Empreendedorismo no Brasil 2000**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2000.pdf>>. Acesso em 02 mai. 2021.

JUDICE, Valéria Maria Martins; BAETA, Adelaide Maria Coelho. Modelo empresarial, gestão de inovação e investimentos de venture capital em empresas de biotecnologia no Brasil. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 171-191, Mar. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552005000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 22 ago. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552005000100009>.

MARQUES, José Roberto. *Conheça os tipos de empreendedorismo e suas áreas de atuação ideais*. 2018. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-os-tipos-de-empreendedorismo-e-suas-areas-de-atuacao-ideais/>> Acesso em 22 ago. 2018.

SEBRAE. **Inovação é a solução também para pequenos negócios**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/inovacao-e-a-solucao-tambem-para-pequenos-negocios,ee5e045cd0027410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 31 out. 2021.

SEBRAE. **Inovação é a solução também para pequenos negócios**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/inovacao-e-a>

solucao-tambem-para-pequenos-negocios,ee5e045cd0027410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 31 out. 2021.

SEBRAE. **O que é uma startup?**. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 31 out. 2021.

SEBRAE. **QUEM SOMOS.** Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_que_msomos>. Acesso em 02 mai. 2021.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25. n. 1. p. 217-226, jan. 2000.

SOFTEX. **A SOFTEX.** Disponível em: <<https://softex.br/a-softex/>>. Acesso em 02 mai. 2021.

STARTESE. **O que é B2B? E B2C? Aprenda quais os tipos de negócio e como funcionam.** Disponível em:<<https://app.startse.com/artigos/o-que-e-b2b-e-b2c-aprenda-quais-os-tipos-de-negocio-e-como-funcionam>>. Acesso em 2 nov. 2021.

STARTUPBASE. **Estatísticas.** Disponível em:<<https://startupbase.com.br/home/stats>>. Acesso em 02. nov. 2021

VERARDI, Luciana Simor. **Empreendedorismo:** revisitando conceitos e contextos. 2012. Monografia (Especialização em Psicologia – Ênfase em Psicologia Organizacional) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012

VERGA, E.; SOARES DA SILVA, L. F. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.