

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

**RECORTE TEMÁTICO:
PÚBLICO-ALVO**

2021



FICHA TÉCNICA

Coordenação do GEM Internacional

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

No Brasil

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Sandro Nelson Vieira – Presidente do Conselho

Alisson Santana – Diretor Presidente

Parceiro Master no Brasil

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

José Roberto Tadros – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Carlos Melles – Diretor Presidente

Bruno Quick – Diretor Técnico

Eduardo Diogo – Diretor de Administração e Finanças

Adriane Ricieri Brito – Gerente da Unidade de Gestão Estratégica

Fausto Ricardo Keske Cassemiro – Gerente Adjunto da Unidade de Gestão Estratégica

Marco Aurélio Bedê – Gestor do Projeto pelo Sebrae

Equipe Técnica

Coordenação Geral

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Análise e Redação de Conteúdo

Erika Onozato

Paulo Alberto Bastos Junior

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Vinicius Larangeiras de Souza

Arte e Diagramação

Marcela Rolim Ribas

Revisão de Texto

Eugênio Vinci de Moraes

INTRODUÇÃO

O propósito deste documento é atualizar as informações sobre os principais segmentos de clientes que fazem parte do público-alvo (empresários, candidatos a empresário e potenciais empreendedores) do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a partir do reprocessamento dos microdados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) coletados com 2.000 indivíduos de 18 a 64 anos distribuídos geograficamente pelo Brasil em 2021.

Lançado em 1999 por iniciativa da *London Business School* e da *Babson College*, o GEM é a maior pesquisa anual sobre empreendedorismo no mundo. No Brasil é conduzido desde a sua primeira edição pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) em parceria com o Sebrae.

O empreendedorismo para o GEM é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um negócio existente.

Este documento está dividido em duas partes. Na primeira são apresentadas as definições do público-alvo do Sebrae, a classificação dos empreendedores para o GEM, as definições equivalentes usadas neste trabalho e o público-alvo do Sebrae identificado na pesquisa GEM no ano de 2021.

A segunda parte mostra a análise do perfil dos empresários, candidatos a empresário e potenciais empreendedores. Entre as variáveis de análise estão o perfil socioeconômico (ocupação, sexo, faixa etária, escolaridade, cor/raça e renda familiar), os sonhos desses indivíduos, as motivações para empreender, a procedência dos clientes e as características relacionadas à inovação. Os potenciais empreendedores não são analisados nas variáveis em que estão envolvidas as informações sobre o negócio já estruturado.

1

DEFINIÇÕES

1.1. Público-alvo do Sebrae

Neste documento são usadas as informações referentes ao público direto do Sebrae, objeto do cumprimento da sua missão institucional, excluindo-se o público indireto

(parceiros), que é composto por organizações que podem influenciar no desenvolvimento do público direto.

O público direto do Sebrae é composto por três classes principais:

1. Pequenos negócios e seus proprietários (empresários, produtores rurais e artesãos)

São empreendimentos com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões – a partir de 2018, regularizados perante o poder público através do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) ou outros registros oficiais (Produtor Rural: Inscrição Estadual, Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP, Número do imóvel na Receita Federal - NIRF, Registro de Pescador; Artesão: Carteira Nacional de Artesão ou de Trabalhador Manual). Esse público é classificado também pelo critério de porte (Microempresa – ME, Empresa de Pequeno Porte – EPP e Microempreendedor Individual – MEI).

2. Candidatos a empresário (pessoas que já desenvolveram ou estão desenvolvendo ações no sentido de abrir um negócio)

São as pessoas físicas que possuem negócio próprio sem registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ); DAP, inscrição estadual ou registro de pescador (no caso dos produtores rurais), Carteira Nacional de Artesão ou de Trabalhador Manual para os artesãos; e os indivíduos que ainda não possuem negócio próprio, mas que estão efetivamente envolvidos na sua estruturação. Anteriormente era denominado Potencial Empresário.

3. Potenciais empreendedores (pessoas junto às quais o Sebrae busca desenvolver o empreendedorismo e a cultura empreendedora)

São as pessoas físicas que ainda não possuem um negócio e nem estão efetivamente envolvidas na estruturação de um negócio, e em relação aos quais o Sebrae pode contribuir para despertar seu espírito empreendedor e desenvolver capacidades empreendedoras.

² As informações apresentadas nesse item foram retiradas do documento: **O público do Sebrae**. 7ª ed. Brasília-DF: Sebrae, junho/2018.

1.2. Classificação dos empreendedores para o GEM

Conforme a metodologia utilizada pelo GEM, os empreendedores são classificados em:

Empreendedores iniciais – são indivíduos que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência (3,5 anos) e são divididos em duas categorias: empreendedores nascentes e empreendedores novos.

— **Empreendedores nascentes** estão envolvidos na estruturação ou são proprietários de um novo negócio, mas esse empreendimento ainda não pagou salário, pró-labore ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.

— **Empreendedores novos** administram e são donos de um novo empreendimento que já remunerou de alguma forma os seus proprietários por um período superior a três meses e inferior a 42 meses.

Empreendedores estabelecidos – são indivíduos que administram e são proprietários de um negócio consolidado, pelo fato desse empreendimento ter pagado aos seus proprietários alguma remuneração, sob a forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses.

Potenciais empreendedores – são indivíduos não classificados como empreendedores na pesquisa, mas que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos.

1.3. As definições equivalentes utilizadas neste documento

Conforme a metodologia internacional da pesquisa GEM, as definições sobre os empreendedores não são as mesmas utilizadas pelo Sebrae. Por exemplo, o GEM só analisa indivíduos adultos de 18 a 64 anos, enquanto o Sebrae não possui esta restrição. Apesar disso, existe uma aproximação entre os dois grupos de definições, sendo possível a equivalência entre os conceitos (**quadro 1**). Portanto, os indivíduos que se enquadram na definição do público-alvo do Sebrae podem ser identificados na amostra coletada para o GEM.

No caso do potencial empreendedor é utilizada a definição do GEM, que estabelece um limite de até três anos à expectativa do indivíduo em ter o próprio negócio, pois o conceito do Sebrae é muito abrangente.

Quadro 1 | Equivalência entre as classificações do Sebrae e do GEM

Classificação do público-alvo do Sebrae	Classificação dos empreendedores GEM
Empresário (de pequenos negócios)	Indivíduos adultos que possuem negócio com CNPJ. Essa definição é composta por todos os indivíduos adultos classificados como empreendedores nascentes, novos ou estabelecidos.
Candidato a empresário	Indivíduos adultos que possuem negócio próprio sem CNPJ. Essa definição é composta por todos os indivíduos adultos classificados como empreendedores nascentes com negócio em funcionamento, novos e estabelecidos.
	Indivíduos adultos que ainda não possuem negócio próprio, mas que estão ativamente envolvidos na sua estruturação. Essa definição é composta pelos indivíduos adultos classificados como empreendedores nascentes sem negócio e que não possuem CNPJ.
Potencial empreendedor	Indivíduos adultos que ainda não estejam ativamente envolvidos na estruturação de um negócio. Essa definição é composta pelos indivíduos adultos que afirmam pretender abrir um negócio nos próximos três anos desde que não pertençam aos grupos anteriores.

1.4. Público-alvo do Sebrae identificado na pesquisa GEM Brasil 2021

A partir da amostra do GEM foi constatado que 65,4% das pessoas que responderam à pesquisa em 2021 pertenciam a um dos segmentos de clientes do Sebrae.

Considerando a população brasileira de 18 e 64 anos, esse percentual representa, em números estimados, um contingente de 92 milhões de indivíduos.

Tabela 1 | Taxas de empreendedorismo segundo o público-alvo do Sebrae - Brasil - 2021

		Taxas	Estimativas ¹
Público do Sebrae	Empresário	12,6	17.706.963
	Candidato a empresário	16,8	23.594.219
	Produtor rural	1,0	1.463.826
	Potencial empreendedor	34,9	49.113.601
	Nenhuma das categorias	34,6	48.656.760
	TOTAL	100,0	140.535.369

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

¹ Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2021: 140,5 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2021).



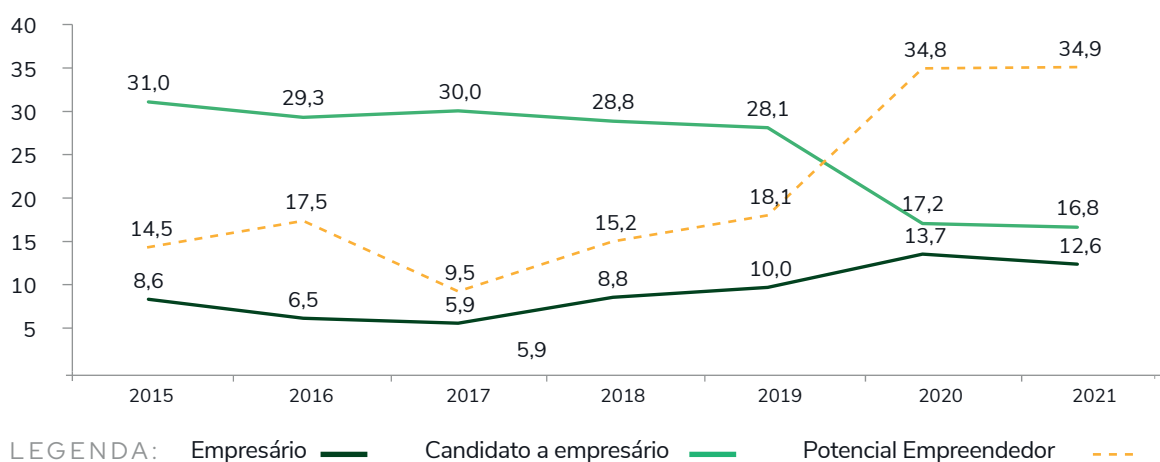
Os que estavam mais presentes foram os potenciais empreendedores, com aproximadamente 35%, equivalendo a 49 milhões de brasileiros. Em seguida estavam os candidatos a empresário, com cerca de 17% e estimativa de 23,5 milhões de pessoas. Com 4,2 pontos percentuais a menos, estavam os empresários (12,6%), significando em torno de 18 milhões de indivíduos. Os produtores rurais alcançaram apenas 1% e devido à baixa representatividade não foram mencionados nas próximas análises.

Em 2021 não ocorreram variações relevantes nas taxas de empreendedorismo dos três segmentos do público-alvo do

Sebrae em relação aos percentuais apresentados no ano anterior.

Os potenciais empreendedores registraram o maior percentual desde o início da série histórica em 2015, com 34,9%, mantendo praticamente o valor de 2020. Por outro lado, os candidatos a empresário tiveram o menor percentual desde 2015, com 16,8%, ocorrendo uma sutil diferença de 0,4 ponto percentual a menos em relação ao ano anterior. Entre os empresários, a taxa marcou 12,6%. Mesmo ficando 1 ponto percentual abaixo da marca de 2020, foi a segunda maior registrada desde que a série histórica foi iniciada.

Gráfico 1 | Evolução das taxas de empreendedorismo segundo o público-alvo do Sebrae - Brasil - 2015:2021



■ LEGENDA: Empresário — Candidato a empresário — Potencial Empreendedor - - -

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

2

ANÁLISE COMPARATIVA DO PERFIL DOS EMPRESÁRIOS, DOS CANDIDATOS A EMPRESÁRIO E DOS POTENCIAIS EMPREENDEDORES

2.1. Ocupação

Os empresários dedicavam mais tempo exclusivamente ao próprio empreendimento (71%) em relação aos outros segmentos do público-alvo do Sebrae. Dentre os que exerciam outra ocupação, além do próprio negócio, 13% afirmaram também ser empregados em outras empresas e 8,6% eram estudantes.

No grupo dos candidatos a empresário, pouco mais da metade deles estava ocupada apenas com o próprio negócio. Entre os que mencionaram manter alguma ocupação paralela, 19% informaram também ser empregados em outras instituições, 14% estavam desempregados e procurando emprego e 11% eram estudantes.

Entre os potenciais empreendedores, como ainda não tinham o próprio negócio, mas manifestavam a intenção de

se tornarem empreendedores, somente 4% mencionaram que não exerciam outra ocupação e 46% deles afirmaram ser empregados em outras empresas. Os potenciais empreendedores alcançaram a maior quantidade de pessoas desempregadas e procurando emprego, com 32%. O percentual de estudantes entre os potenciais empreendedores (2,7%) foi o menor em comparação com os outros segmentos do público-alvo do Sebrae. A ocupação paralela como dona de casa em período integral foi mencionada apenas pelos potenciais empreendedores com aproximadamente 11%.

As opções como aposentado e incapacitado obtiveram os menores resultados, em nenhum dos segmentos do público-alvo do Sebrae ultrapassaram 2,4%.

Tabela 2 | Distribuição percentual da ocupação paralela¹ do público-alvo do Sebrae - Brasil - 2021

Ocupação paralela	Empresário	Candidato a empresário	Potencial empreendedor
Empregado	13,1	19,0	46,3
Aposentado	2,4	1,5	2,3
Incapacitado	0,4	1,4	1,5
Desempregado (e procurando emprego)	4,2	14,4	32,3
Dona de casa em período integral	-	-	10,9
Estudante	8,6	11,2	2,7
Nenhuma outra ocupação	71,3	52,4	4,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

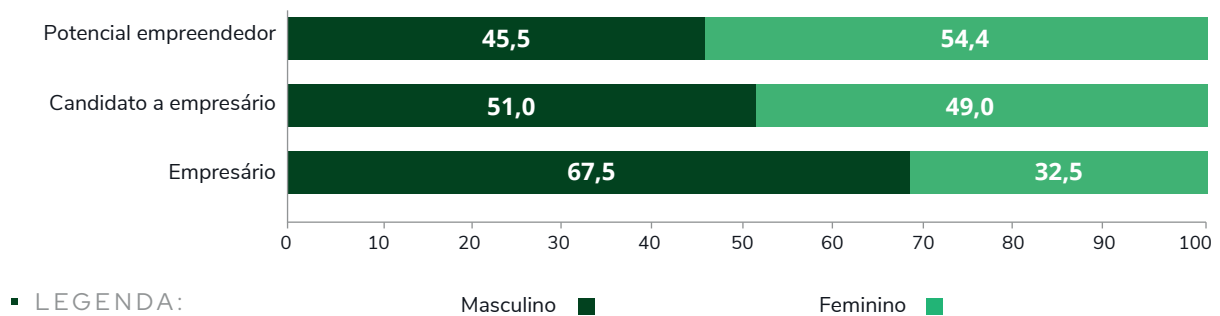
¹ Os indivíduos classificados como empresários, candidatos a empresário ou potenciais empreendedores podem, além do envolvimento com um negócio próprio, exercer outra ocupação. Por exemplo: trabalhar como empregado em outra empresa.

2.2. Sexo

As três categorias do público-alvo do Sebrae tiveram resultados diferentes com relação ao sexo em 2021. Os homens foram predominantes sobre as mulheres no grupo dos empresários, com 67,5%. Entre os

candidatos a empresário, houve um equilíbrio entre os sexos; e no segmento dos potenciais empreendedores, o grupo feminino ficou 9 pontos percentuais acima do masculino.

Gráfico 2 | Distribuição percentual do público-alvo do Sebrae segundo o sexo - Brasil - 2021



Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

2.3. Faixa etária

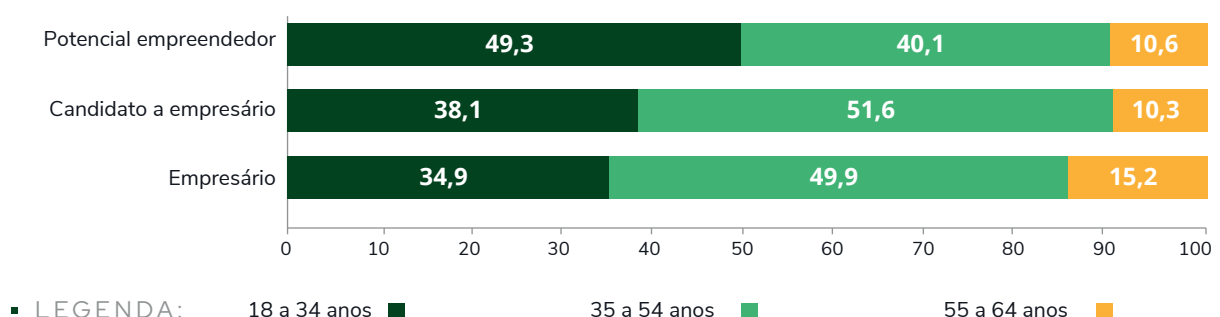
Metade dos empresários e dos candidatos a empresário afirmou que estava na faixa etária de 35 a 54 anos, significando aproximadamente 10 pontos percentuais a mais do que entre os potenciais empreendedores.

A faixa etária com maior concentração entre os potenciais empreendedores foi de 18 a 34 anos, com 49%, o que representou 11 pontos percentuais a mais

dos candidatos a empresário e 14 pontos percentuais acima dos empresários.

Os empresários alcançaram o maior percentual na faixa etária de 55 a 64 anos em comparação com os outros segmentos do público-alvo do Sebrae, com 15%, tanto os candidatos a empresário como os potenciais empreendedores tiveram resultados semelhantes a 10%.

Gráfico 3 | Distribuição percentual do público-alvo do Sebrae segundo a faixa etária - Brasil - 2021



Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

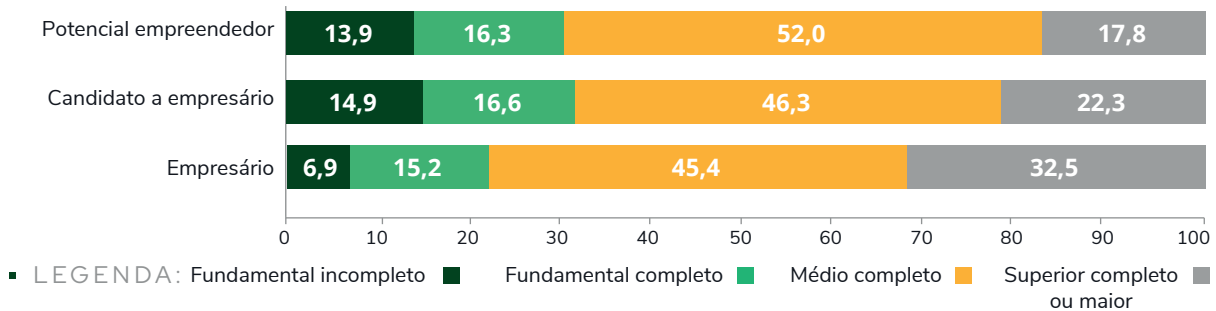
2.4. Escolaridade

Os empresários foram os mais escolarizados, pois 32,5% possuíam o ensino superior completo ou maior, marcando 10 pontos percentuais a menos entre os candidatos a empresário e 14,7 pontos percentuais a menos entre os potenciais empreendedores. Além disso, o número de empresários que mencionaram ter apenas o ensino fundamental incompleto foi menor, em torno de 7%, significando a metade dos percentuais encontrados nos

outros dois segmentos do público-alvo do Sebrae.

Os potenciais empreendedores e os candidatos a empresário tiveram os resultados mais próximos entre as faixas de escolaridade, sendo a maior diferença no ensino médio completo, com cerca de 6 pontos percentuais a mais entre os potenciais empreendedores (52%).

Gráfico 4 | Distribuição percentual do público-alvo do Sebrae segundo a escolaridade¹ - Brasil - 2021



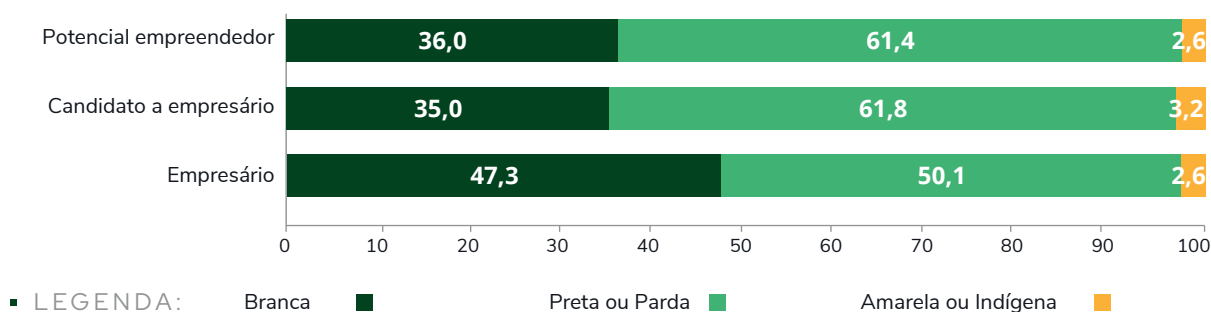
Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

¹ Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e Ensino Fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino Fundamental completo e Ensino Médio incompleto; Médio completo = Ensino Médio completo e Superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, Especialização incompleta e completa, Mestrado incompleto e completo, Doutorado incompleto e completo.

2.5. Cor/raça

Entre os potenciais empreendedores e os candidatos a empresário, a cor/raça preta ou parda foi a dominante, com 61% nos dois casos. Entre os empresários, a cor/raça preta ou parda também predominou, contudo a diferença para a branca

foi pequena, apenas 2,8 pontos percentuais. Ainda, em todas as categorias do público-alvo do Sebrae, os que indicaram a cor/raça amarela ou indígena representaram aproximadamente 3%.

Gráfico 5 | Distribuição percentual do público-alvo do Sebrae segundo a cor/raça - Brasil - 2021


Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

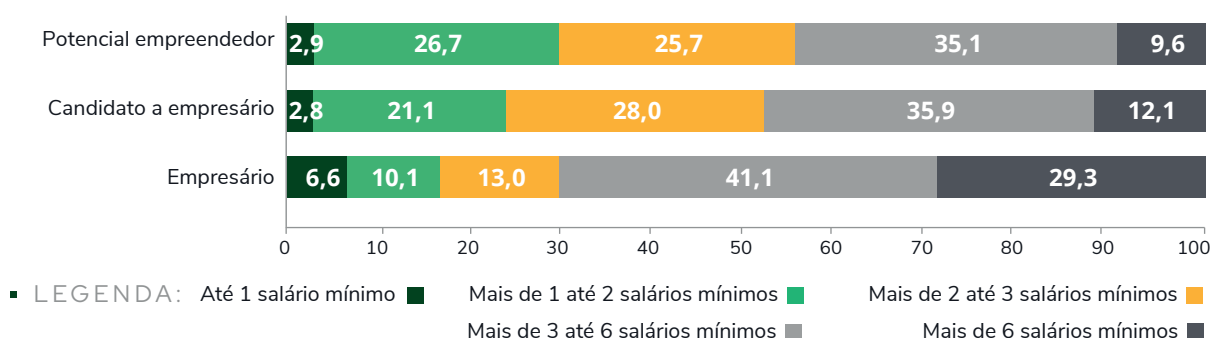
2.6. Renda familiar

Os empresários apresentaram os maiores ganhos em 2021. Essa diferença pode ser notada principalmente na faixa de renda mais alta, acima de seis salários mínimos, na qual a proporção dos empresários (29%) foi 17 pontos percentuais maior em relação aos candidatos a empresário (12%) e o triplo dos potenciais empreendedores (9,6%).

Além disso, a faixa de renda familiar de mais de três até seis salários mínimos, que obteve os maiores resultados nos

três segmentos do público-alvo do Sebrae, alcançou o máximo de 41% entre os empresários, chegando a 6 pontos percentuais a mais em comparação com os outros dois grupos.

No entanto, os empresários também foram os mais representativos na faixa de renda familiar mais baixa, de até um salário mínimo, porém com um percentual menos expressivo: a proporção foi de 6,6%; nos outros segmentos do público-alvo do Sebrae, foi de aproximadamente 3%.

Gráfico 6 | Distribuição percentual do público-alvo do Sebrae segundo a renda familiar - Brasil - 2021


Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

2.7. Sonhos

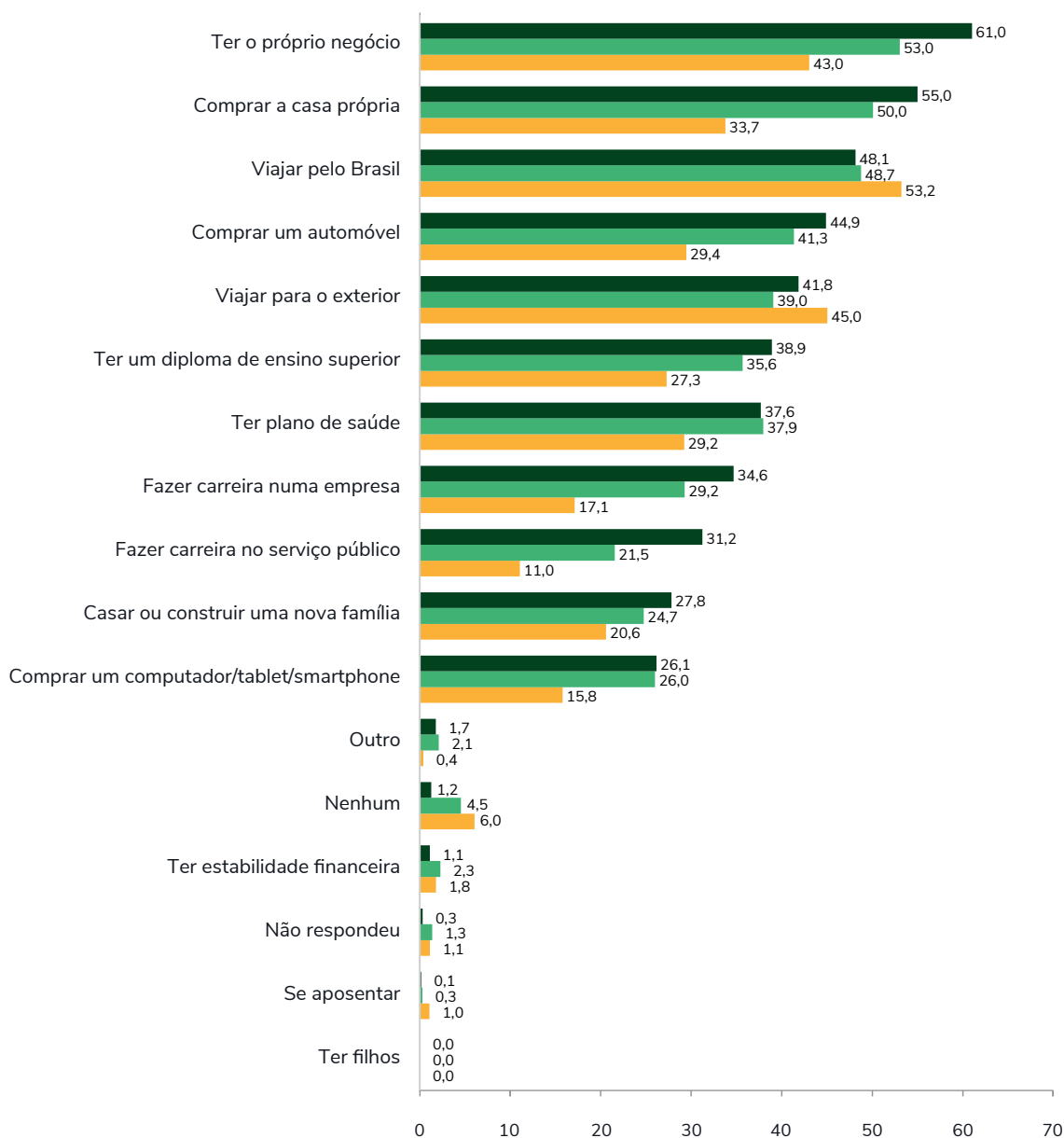
O sonho mais indicado pelos potenciais empreendedores e pelos candidatos a empresário foi o de “ter o próprio negócio”, com respectivamente 61% e 53%.

Entre os empresários ficou na terceira posição no ranking, com 43%, abaixo dos sonhos de “viajar pelo Brasil” e “para o exterior”.

Em todos os segmentos do público-alvo do Sebrae, “ter o próprio negócio” superou o sonho de “fazer carreira em empresa” com aproximadamente 25 pontos

percentuais e a diferença foi maior em comparação com o sonho de “fazer carreira no serviço público”, em torno de 31 pontos percentuais.

Gráfico 7 | Percentual¹ do público-alvo do Sebrae segundo o sonho - Brasil - 2021



■ LEGENDA: Potencial empreendedor ■ Candidato a empresário ■ Empresário

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

¹ Cada entrevistado pode ter selecionado mais de uma entre as alternativas apresentadas

2.8. Motivação para empreender

A partir desta seção, foram utilizadas nas análises somente as informações dos empreendedores iniciais classificados pelo GEM 2021, ou seja, dos indivíduos que estavam à frente de negócios com menos de 42 meses de existência. Os potenciais empreendedores, como ainda não estavam envolvidos ativamente na estruturação de um empreendimento, apenas manifestaram a intenção de abrir um negócio nos próximos três anos, não foram analisados neste e nos próximos tópicos.

Começar um novo negócio para “fazer a diferença no mundo” foi predominante entre os empresários, com 75%.

A maior diferença entre os dois segmentos do público-alvo do Sebrae foi na motivação mais presente entre os candidatos a empresário, cerca de 82% deles

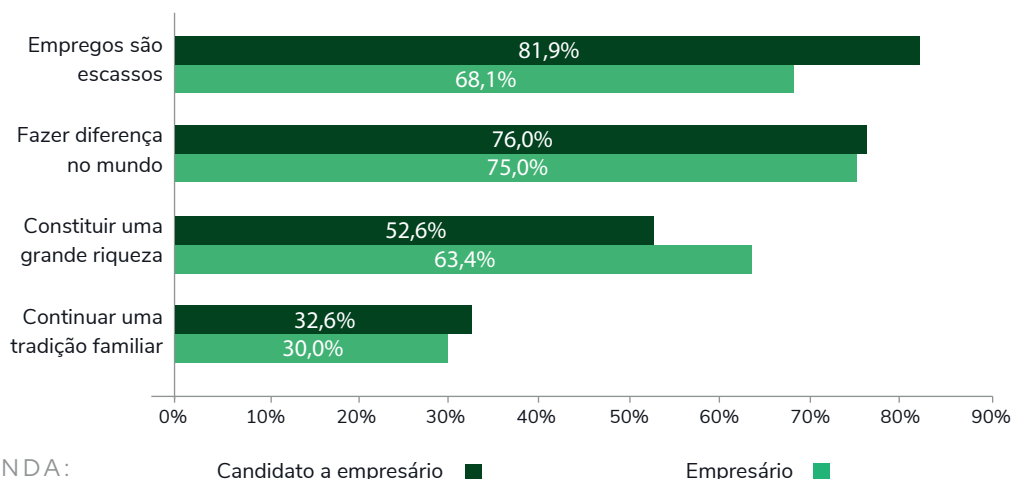
afirmaram começar o negócio devido à “escassez de empregos”, representando aproximadamente 14 pontos percentuais a mais do que entre os empresários.

A terceira motivação mais citada pelos dois segmentos do público-alvo do Sebrae foi começar um novo negócio para “construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta”. No entanto, entre os empresários atingiu 63%, cerca de 11 pontos percentuais a mais do que no grupo dos candidatos a empresário. Esta foi a única motivação em que o percentual dos empresários foi maior do que o verificado entre os candidatos a empresário.

Continuar o negócio devido “a uma tradição familiar” obteve os menores percentuais, não ultrapassando um terço em ambos os grupos.

Gráfico 8

Percentual¹ dos empreendedores do público-alvo do Sebrae (iniciais²) segundo as motivações para empreender - Brasil - 2021



Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

¹ Empreendedores que concordam totalmente ou parcialmente com cada uma das motivações. As motivações não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter concordado com mais de uma alternativa apresentada.

² Proporção em relação àqueles que são empreendedores em estágio inicial conforme classificação GEM.

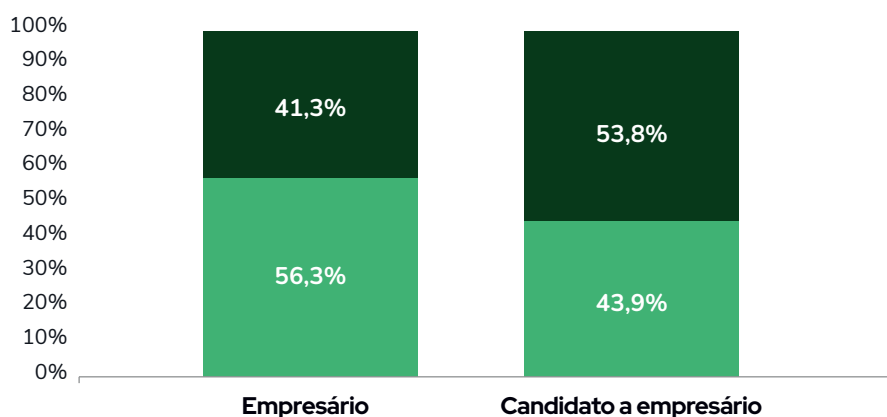
Além das quatro motivações apresentadas anteriormente, no Brasil também se utiliza a abordagem que permite o cálculo dos indicadores de motivação por necessidade e oportunidade.

Em 2021 o empreendedorismo por necessidade prevaleceu entre os candidatos a

empresário com aproximadamente 54%. Por outro lado, entre os empresários, a motivação por oportunidade foi maior, alcançando 56%. Portanto, conclui-se novamente que os candidatos a empresário iniciam o próprio negócio mais pela falta de opções de trabalho e renda do que os empresários.

Gráfico 9

Distribuição percentual dos empreendedores do público-alvo do Sebrae (iniciais¹) segundo a motivação (oportunidade e necessidade) - Brasil - 2021



LEGENDA:

Oportunidade ■

Necessidade ■

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

¹ Proporção em relação àqueles que são empreendedores em estágio inicial conforme classificação GEM.

Nota: A soma pode não totalizar 100%, pois em alguns empreendimentos não é possível distinguir a motivação para empreender.

2.9. Procedência do cliente

Tanto os empresários como os candidatos a empresário possuíam clientes na cidade em que moravam, sendo os resultados bem expressivos nos dois casos, acima de 95%.

O percentual dos empresários (59%) que atuavam em mercados fora de suas

cidades, mas dentro do Brasil, foi maior em relação ao dos candidatos a empresário (41%), com uma diferença de 18 pontos percentuais.

Nos dois grupos é menor de 4% a proporção dos que afirmaram possuir clientes de fora do Brasil.

Tabela 3

Percentual dos empreendedores do público-alvo do Sebrae segundo a procedência do cliente - Brasil - 2021

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	% dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	96,0	98,2
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	59,0	41,1
Fora do Brasil	2,8	3,6

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

2.10. Características relacionadas à inovação

Sobre à inovação, tanto em relação à novidade do produto ou serviço como à tecnologia utilizada na produção ou operação do negócio, entre 81% e 86% dos empreendedores do público-alvo do Sebrae afirmaram que esses dois atributos não eram novos em qualquer abrangência geográfica (local, Brasil ou mundo).

Dos que informaram algum tipo de inovação, a maioria estava restrita à localidade de moradia do empreendedor, cerca de 15% dos empresários e 13,5% dos candidatos a empresário indicaram produtos ou serviços novos. Sobre a

novidade da tecnologia, as proporções foram semelhantes, ambos com 12%.

Nos âmbitos nacional e mundial, os valores foram mínimos nos dois segmentos do público-alvo do Sebrae. No entanto, os empresários alcançaram os maiores percentuais, de 2,2% na novidade do produto ou serviço no Brasil e 1,2% no mundo, inclusive neste tipo de inovação ninguém do grupo dos candidatos a empresários relatou novidade no âmbito nacional e no caso de novas tecnologias com abrangência mundial também não houve relatos.

Tabela 4

Distribuição percentual dos empreendedores do público-alvo do Sebrae segundo as características relacionadas à inovação de seus empreendimentos - Brasil - 2021

Abrangência	% dos empresários		% dos candidatos a empresário	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é/será novo	Tecnologia é/será nova
Local	14,8	12,5	13,5	12,8
Brasil	2,2	2,0	0,0	0,6
Mundo	1,2	0,4	0,7	0,0
Não são novos	81,8	85,0	85,9	86,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Processamento de microdados do GEM Brasil 2021

COORDENAÇÃO DO GEM

INTERNACIONAL:



**Global
Entrepreneurship
Monitor**



NACIONAL:



*Instituto Brasileiro da
Qualidade e Produtividade*

PATROCINADOR:



PARCEIRO NO BRASIL:



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

