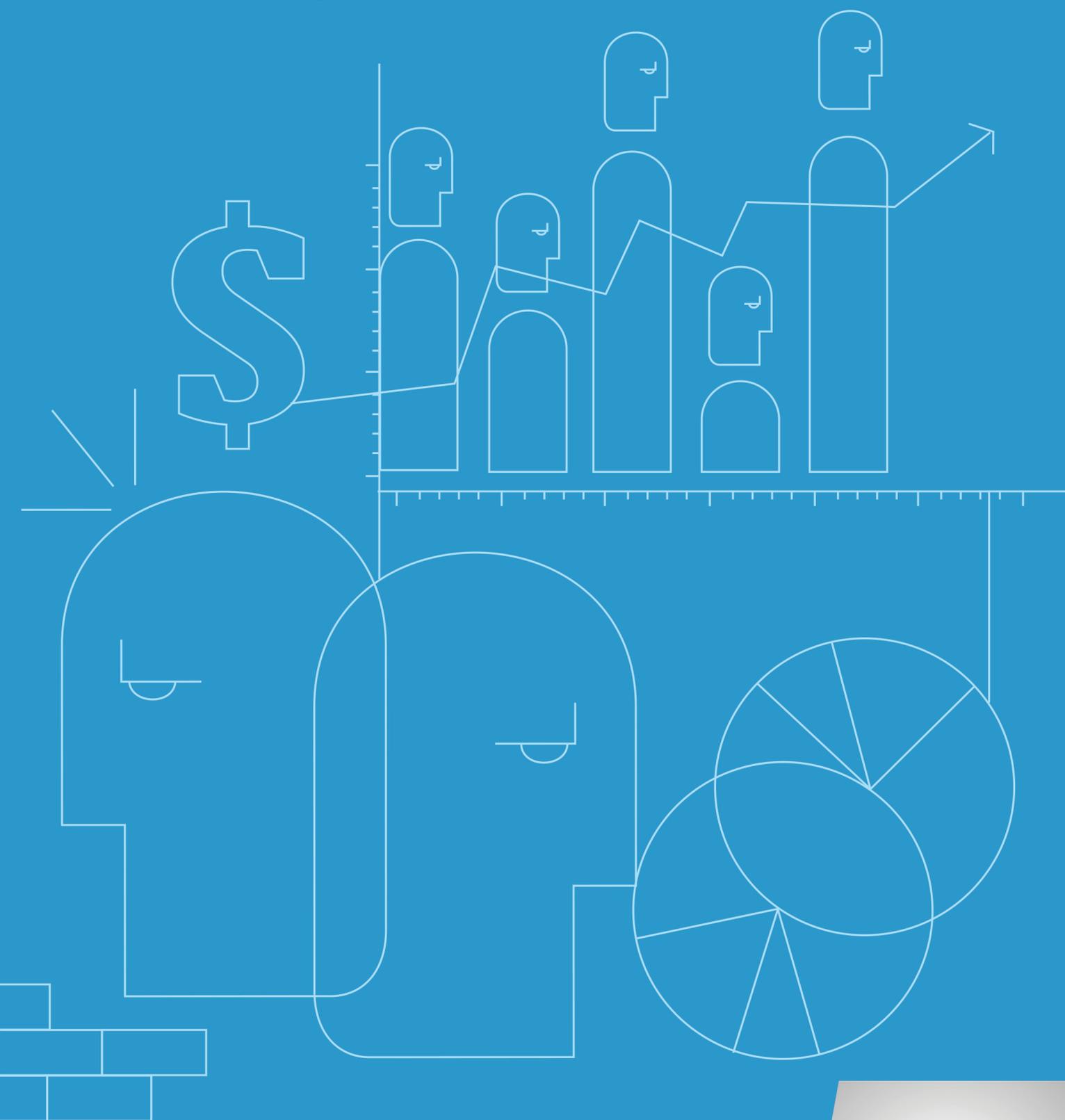


# OS DONOS DE NEGÓCIOS NO BRASIL: ANÁLISE POR FAIXA ETÁRIA

Série Estudos e Pesquisas



Abril/2013

**SEBRAE**



# OS DONOS DE NEGÓCIO NO BRASIL: ANÁLISE POR FAIXA ETÁRIA

Este documento encontra-se também disponível no site:  
<http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas>

2013. © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados.

**A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei n.º 9.610/1998).**

**Informações e contatos**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae  
SGAS 605 – Conjunto A – Brasília/DF – 70200-904  
Tel.: 55 61 3348 7180  
www.sebrae.com.br

**Presidente do Conselho Deliberativo Nacional**

Roberto Simões

**Diretor-Presidente**

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

**Diretor-Técnico**

Carlos Alberto dos Santos

**Diretor de Administração e Finanças**

José Claudio dos Santos

**Unidade de Gestão Estratégica**

**Gerente**

Pio Cortizo

**Coordenação Técnica**

Marco Aurélio Bedê

**Série Empreendedores Brasileiros**

- Anuário da Mulher
- Anuário do Trabalho nas MPE
- Os Empreendedores de Pequenos Negócios no Brasil
  - » Empresários, potenciais empresários e produtores rurais
  - » Análise por faixa etária, sexo, raça/cor
- O Artesão Brasileiro
- Pesquisa GEM

**Revisão Ortográfica**

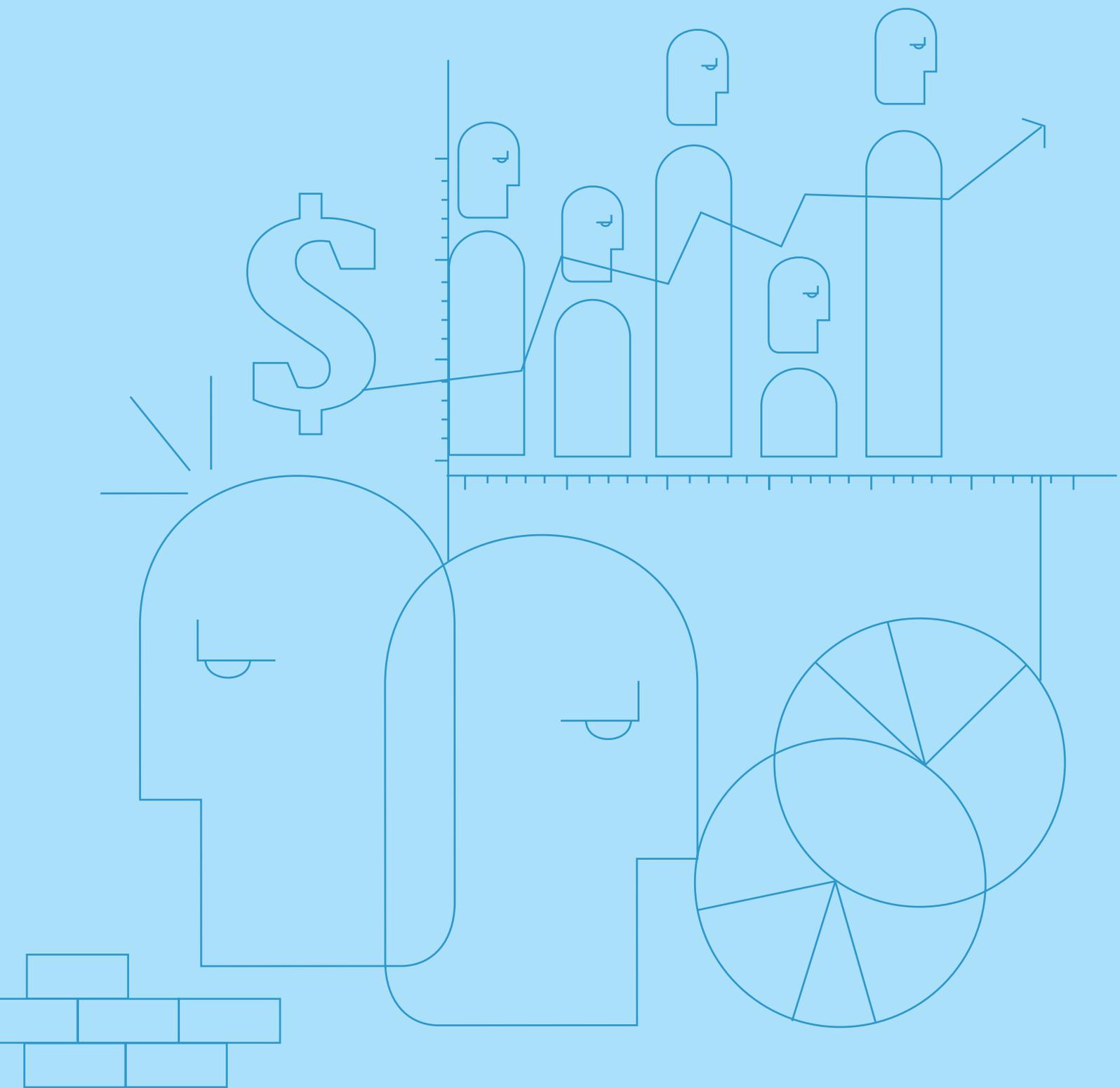
*i*-Comunicação

**Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica**

*i*-Comunicação

# ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	7
1. DEFINIÇÕES BÁSICAS .....	9
2. DONOS DE NEGÓCIO POR FAIXA ETÁRIA.....	10
2.1 - Evolução 2001-2011.....	10
2.2 - Tipos de ocupação .....	14
2.3 - Posição no domicílio .....	14
2.4 - Sexo .....	15
2.5 - Escolaridade.....	16
2.6 - Faixa Etária.....	18
2.7 - Rendimento médio mensal.....	19
2.8 - Idade em que começou a trabalhar.....	20
2.9 - Tempo no trabalho atual.....	20
2.10 - Carga de trabalho semanal.....	21
2.11 - Recursos de telefonia .....	22
2.12 - Recursos de informática.....	23
2.13 - Previdência Social .....	24
2.14 - Local de trabalho .....	24
2.15 - Setor de atividade .....	25
2.16 - Principais segmentos de atividades.....	26
2.17 - Distribuição por regiões e UF.....	30
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33



# INTRODUÇÃO

**D**e acordo com o “Mapa Estratégico do Sistema Sebrae 2022”, a missão da instituição é “Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional”.

Para atingir sua missão, o Sebrae precisa aprofundar o conhecimento sobre os indivíduos que são donos de “Pequenos Negócios”. Uma forma de fazê-lo é buscando identificar os distintos perfis dos segmentos que compõem este universo. Desta forma, torna-se relevante trabalhar com categorias de análise tais como: sexo (homem x mulher), idade (jovens x não jovens); cor/raça (brancos x negros e pardos); etc.

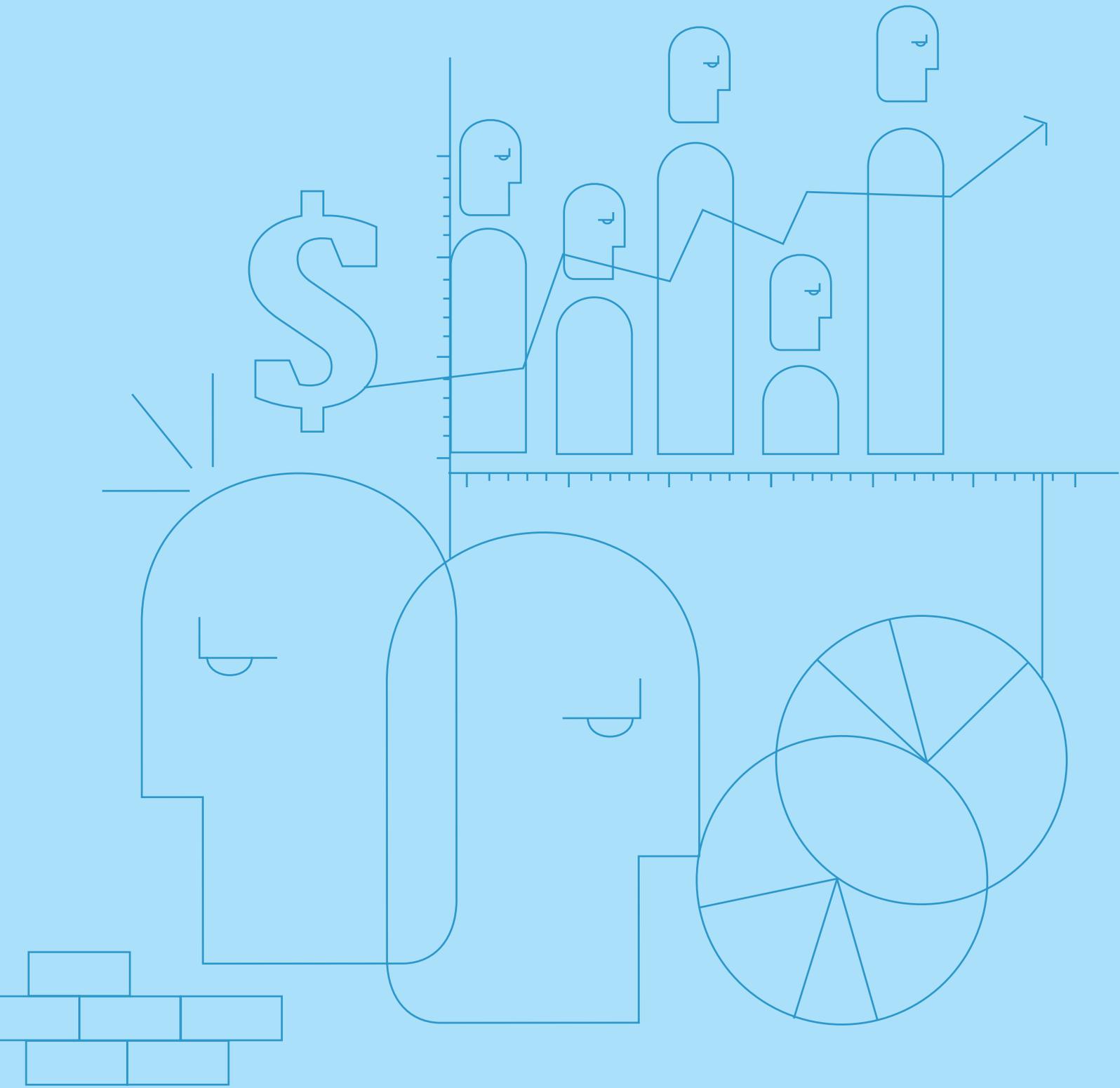
A segmentação deste amplo e diversificado universo é o primeiro passo para o desenvolvimento de produtos e serviços específicos, customizados, que atendam às suas necessidades.

Este relatório tem como objetivo apresentar as principais características dos Donos de Negócio, no Brasil, por faixa etária. Este trabalho faz parte de uma série inédita de publicações da UGE, que trata da análise dos Donos de Negócio existentes no País de forma segmentada, tendo sido realizado, principalmente, utilizando-se como base as informações disponíveis nos microdados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE.

No primeiro capítulo do relatório, são apresentadas algumas definições básicas utilizadas na elaboração deste documento.

No capítulo seguinte, são apresentadas as informações disponibilizadas, em especial na PNAD, sobre dois grupos complementares: os Donos de Negócio com até 34 anos e os Donos de Negócio com 35 anos ou mais. Para cada um desses grupos, são analisadas informações tais como: a quantificação do universo, o tipo de ocupação, a posição no domicílio, sexo, escolaridade, faixa etária, rendimento médio mensal, idade em que começou a trabalhar, tempo no trabalho atual, carga de trabalho semanal, recursos de telefonia e informática, Previdência Social, local de trabalho, setor de atividade, principais segmentos de atividade e a distribuição por regiões do País e por UF.

O último capítulo é reservado às considerações finais.



# 1 – DEFINIÇÕES BÁSICAS

De acordo com a PNAD<sup>1</sup>, no âmbito do mercado de trabalho, os indivíduos que são Donos de Negócio podem ser identificados em duas posições na ocupação:

- **“Conta Própria”** – Pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado e contando, ou não, com a ajuda de trabalhador não remunerado (IBGE, *op. cit.*); e
- **“Empregador”** – Pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, com pelo menos um empregado (IBGE, *op. cit.*)

Dado que 99% das empresas no País são empreendimentos de micro e pequeno porte<sup>2</sup> (portanto, seus donos tendem a ser donos de “Pequenos Negócios”), e que quase 100% dos Conta Própria atuam em “Pequenos Negócios”, a soma dos Empregadores e dos Conta Própria da PNAD pode ser considerada como uma boa proxy do conjunto de indivíduos que são donos de “Pequenos Negócios” no País.

Como a PNAD permite identificar os Donos de Negócio por idade, é possível segmentar e analisar esse conjunto de pessoas em diferentes faixas etárias. De forma complementar, a base de dados do estudo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)<sup>3</sup> também permite a desagregação por faixa etária. Desta forma, no próximo capítulo, são apresentadas informações advindas de ambas as bases de dados citadas, tendo como referência as faixas etárias tradicionalmente utilizadas por elas. Posteriormente, é apresentada uma proposta de segmentação específica para este relatório, para duas grandes faixas etárias, que serão utilizadas em uma análise mais detalhada das informações disponíveis sobre os Donos de Negócio.

1 IBGE (2011), “Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011”. Rio de Janeiro, v. 31, p. 1-135.

2 Sebrae/DIEESE (2012), “Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa: 2012”. Brasília, DF: DIEESE, 284 p.

3 IBQP (2012), “*Global Entrepreneurship Monitor*. Empreendedorismo no Brasil: 2012”. Curitiba: IBQP, 162 p.

## 2 – DONOS DE NEGÓCIO POR FAIXA ETÁRIA

### 2.1 – Evolução 2001-2011

De acordo com o IBGE, entre 2001 e 2011, o número de Donos de Negócio no País cresceu 13%, passando de 20,2 milhões para 22,8 milhões de pessoas (Tabela 1). Nesse mesmo período, as três faixas etárias mais jovens (pessoas com até 29 anos) apresentaram decréscimo em termos absolutos, passando de 3,9 milhões para 3,5 milhões de Donos de Negócio. A faixa etária intermediária, de “30 a 39 anos”, apresentou uma expansão acumulada de apenas 3%. Portanto, abaixo da verificada no conjunto dos Donos de Negócio (13%). E as três faixas mais velhas tiveram expansão acumulada superior à média geral: a faixa de “40 a 49 anos” teve expansão de 17%, a faixa de “50 a 59 anos” cresceu 39% e a de “60 anos ou mais” se expandiu 28%.

**Tabela 1- Número de pessoas com negócio no Brasil, entre 2001 a 2011, por faixa etária (em milhões de pessoas)**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	Taxa de expansão 2011/2001
<b>Até 19 anos</b>	0,6	0,7	23%	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	<b>-23%</b>
<b>20 a 24 anos</b>	1,3	1,3	57%	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	<b>-13%</b>
<b>25 a 29 anos</b>	2,0	2,0	21%	2,1	2,1	2,1	2,1	2,0	2,0	1,9	<b>-5%</b>
<b>30 a 39 anos</b>	5,3	5,4	5,4	5,5	5,5	5,5	5,3	5,3	5,4	5,5	<b>3%</b>
<b>40 a 49 anos</b>	5,1	5,4	5,4	5,8	5,9	5,9	5,9	6,1	6,1	6,0	<b>17%</b>
<b>50 a 59 anos</b>	3,5	3,7	3,8	4,0	4,2	4,5	4,4	4,6	4,7	4,8	<b>39%</b>
<b>60 anos ou mais</b>	2,3	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,8	3,0	3,0	3,0	<b>28%</b>
<b>Total</b>	<b>20,2</b>	<b>20,9</b>	<b>21,2</b>	<b>22,0</b>	<b>22,5</b>	<b>22,8</b>	<b>22,4</b>	<b>22,9</b>	<b>23,0</b>	<b>22,8</b>	<b>13%</b>

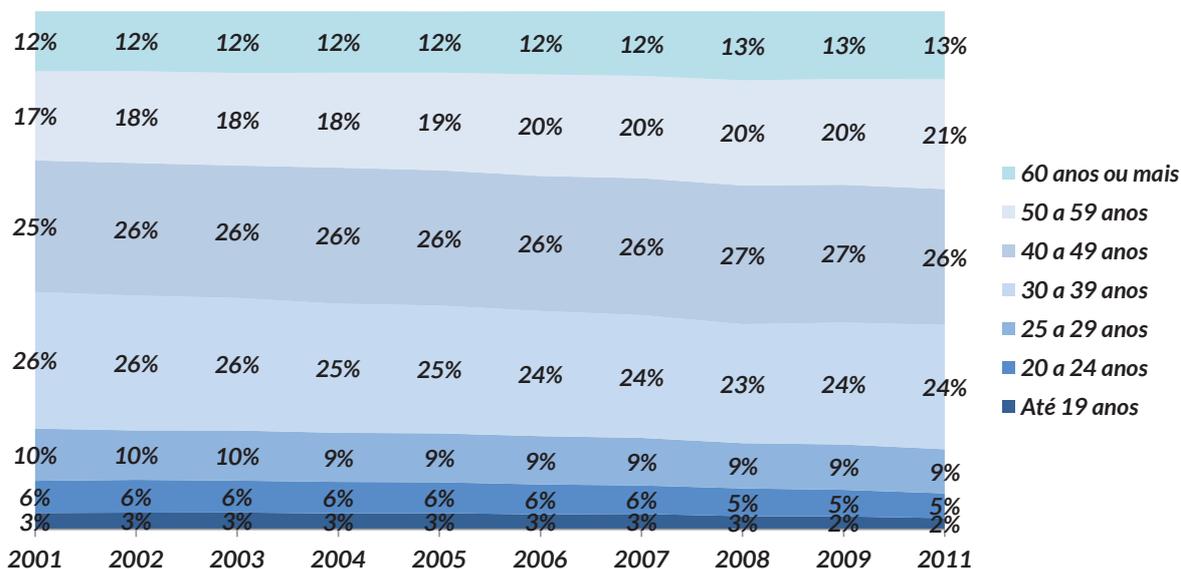
Fonte: IBGE (PNAD 2001 a 2011, exceto 2010)

Como consequência disso, as quatro faixas etárias mais jovens (pessoas com até 39 anos) tiveram redução na sua participação relativa, em relação ao total de Donos de Negócio (Gráfico 1). Entre 2001 e 2011, os Donos de Negócio com até 39 anos passaram de 45% para 40% do total de Donos de Negócio existentes no País. Na direção inversa, os que têm 40 anos ou mais tiveram aumento na sua participação relativa, passando de 55% para 60% no mesmo período.

Essa mudança na estrutura etária dos Donos de Negócio é compatível com o movimento mais amplo, em curso, na sociedade brasileira. Com a queda da fecundidade e o aumento da expectativa média de vida do brasileiro, há uma tendência ao “envelhecimento” da sociedade brasileira<sup>4</sup>, com uma “base” de jovens cada vez menor, e um “topo” de pessoas mais velhas cada vez maior. Trata-se de uma tendência à inversão da pirâmide etária.

<sup>4</sup> Arbache, Jorge (2011), “Transformação demográfica e competitividade internacional da economia brasileira”. Revista do BNDES 36, p. 365-392, dez. 2011. Em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/Rev3610.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/Rev3610.pdf)>. Acesso em: 17 dez. 2012.

**Gráfico 1 – Número de pessoas com negócio no Brasil, entre 2001 a 2011, por faixa etária (em %)**



Fonte: IBGE (PNAD 2001 a 2011, exceto 2010)

Apesar da tendência de envelhecimento dos Donos de Negócio no País, o grau de empreendedorismo dos jovens continua elevado.

De acordo com o estudo *Global Entrepreneurship Monitor*<sup>5</sup>, uma das formas de se medir o grau de empreendedorismo é por meio da TEA (sigla em inglês que significa Taxa de Empreendedorismo Inicial). A TEA identifica a proporção de pessoas que está fazendo algo para ter um novo negócio e/ou que já possui um negócio próprio com até 3,5 anos. A TEA busca identificar o impulso inicial na criação de novos negócios. Ela monitora a “porta de entrada” do empreendedorismo e é considerada uma das principais taxas para o cálculo do empreendedorismo de um país.

A TEA pode ser calculada para cada faixa etária específica. E de acordo com o GEM 2012, a TEA da faixa etária entre 25 a 34 anos tem sido, na maior parte dos anos, a mais alta entre as faixas etárias monitoradas (Tabela 2).

Estes dados revelam que, apesar da tendência à redução do número de jovens na nossa sociedade, dentro dos segmentos adultos mais novos, verifica-se elevada taxa de empreendedorismo. Nos últimos 11 anos monitorados pelo GEM, em oito, a faixa de brasileiros entre 25 a 34 anos foi a que apresentou a maior taxa de empreendedorismo medida pela TEA. Isso é um forte indício de que, na sociedade brasileira, ao chegar próximo à casa dos 30 anos, uma parte expressiva da população adulta passa a considerar com mais convicção a abertura de um negócio como uma opção de vida. Vale lembrar que a TEA inclui um contingente de pessoas que, embora não possua um negócio, fez alguma ação nos últimos 12 meses com a intenção de ter um negócio próprio. Isso mostra que o jovem continua desempenhando um papel relevante em termos de potencial para a criação de novos negócios no Brasil.

O Gráfico 2 mostra que, para a faixa etária entre 18 e 24 anos, a taxa de empreendedorismo medida pela TEA é próxima à média geral, mas para a faixa etária entre 25 e 34 anos, a TEA é sistematicamente superior à média geral.

5 IBQP (2012), *op. cit.*

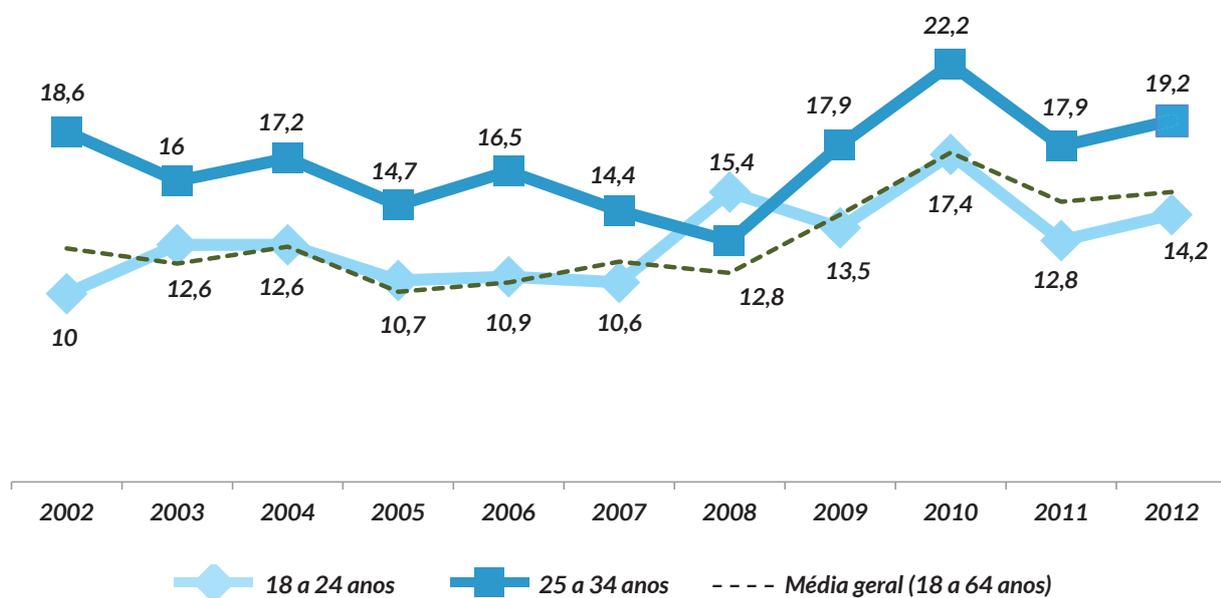
Tabela 2 – TEA por faixas etárias e taxa total (em %)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
18 a 24 anos	10,0	12,6	12,6	10,7	10,9	10,6	15,4	13,5	17,4	12,8	14,2
25 a 34 anos	18,6	16	17,2	14,7	16,5	14,4	12,8	17,9	22,2	17,9	19,2
35 a 44 anos	15,2	14,4	14,7	12,1	10,7	16,1	13,7	18,7	16,7	17,2	18,7
45 a 54 anos	12,1	11,5	10,5	10	8,8	13,3	10,4	14,4	16,1	13,1	12,1
55 a 64 anos	6,0	3,7	7,3	2,9	6,0	4,3	3,0	6,5	9,5	9,3	8,3
Total	12,4	11,6	12,5	10,1	10,6	11,7	11,1	14,2	17,5	14,9	15,4

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – GEM (diversos anos)

Nota: TOTAL = cálculo da TEA no conjunto dos indivíduos adultos (18 a 64 anos)

Gráfico 2 – TEA em faixas etárias selecionadas e na média geral da população adulta (em %)



Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – GEM (diversos anos)

Nota: Média geral = cálculo da TEA no conjunto dos indivíduos adultos (entre 18 a 64 anos)

Neste relatório, optou-se por agrupar o conjunto dos Donos de Negócio em dois grandes conjuntos complementares no tocante à faixa etária:

- Donos de Negócio com até 34 anos (Jovens); e
- Donos de Negócio com 35 anos ou mais (Não Jovens)

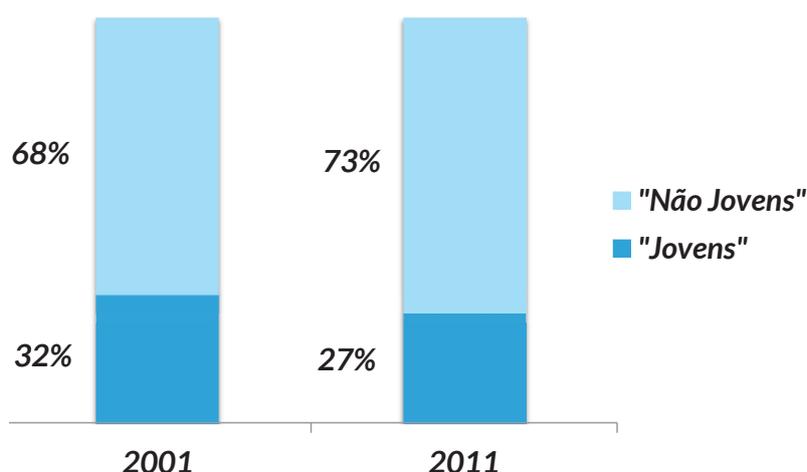
A opção citada como critério de corte para a definição dos dois grupos se deve:

- as faixas etárias muito jovens (p.ex. até 24 anos) são pouco expressivas em termos numéricos (só existe 1,6 milhão de indivíduos Donos de Negócio com até 24 anos no Brasil, ou 7% do total);
- a faixa de 25 a 34 anos é a que mostra a maior taxa de empreendedorismo, segundo o GEM (2012); e
- a idade de 34/35 anos separa os cerca de 1/3 mais jovem dos 2/3 mais velhos, no grupo dos Donos de Negócio, garantindo com isso um mínimo de densidade para comparação entre os dois grupos.

A escolha da denominação “Não Jovem” parece ser a melhor opção entre as alternativas disponíveis previamente identificadas para caracterizar este grupo, como “velhos”, “mais velhos” ou “maduros”. Todas as opções consideradas têm o mesmo significado e servem apenas para atribuir um nome à categoria complementar àquela primeira. Portanto, os “rótulos” utilizados para denominar os dois grupos em análise (Jovens e Não Jovens) são destituídos de juízo de valor.

Assim, com base no exposto no Gráfico 3, em 2001 havia cerca de 20,2 milhões de Donos de Negócio, dos quais 32% eram Jovens e 68% eram Não Jovens. Em 2011, havia cerca de 22,8 milhões de Donos de Negócio, dos quais 27% eram Jovens e 73% eram Não Jovens (Gráfico 3). Entre 2001 e 2011, os Jovens tiveram uma queda de cinco pontos percentuais em termos de participação relativa, que foram transferidos para os Não Jovens.

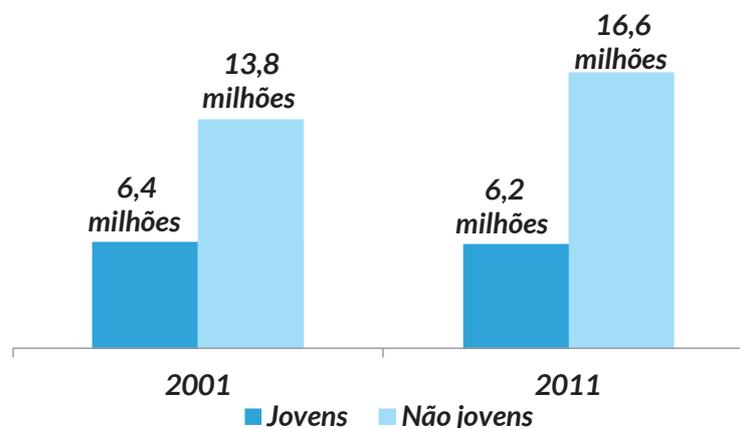
**Gráfico 3 – Donos de Negócio Jovens e Não Jovens, em 2001 e 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2001 e 2011)

Entre 2001 e 2011, a faixa de Jovens apresentou uma queda de aproximadamente 150 mil pessoas (passando de cerca de 6,4 milhões para cerca de 6,2 milhões de pessoas), o que representa uma retração de 2% em números absolutos. A faixa de Não Jovens apresentou um aumento de cerca de 2,8 milhões de pessoas (passando de 13,8 milhões para 16,6 milhões de pessoas), o que representa um aumento de 20% em números absolutos (Gráfico 4).

**Gráfico 4 – Donos de Negócio Jovens e Não Jovens, em 2001 e 2011 (em milhões de pessoas)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2001 e 2011)

## 2.2 – Tipos de ocupação

Quando são cruzadas as informações sobre faixa etária (Donos de Negócio Jovens e Não Jovens) com o tipo de ocupação no mercado de trabalho (conta própria e empregador), verifica-se que 88% dos Jovens são conta própria, proporção ligeiramente superior ao grupo dos Não Jovens (85%). Ou seja, entre os Jovens há uma proporção maior de pessoas que trabalham sem empregados, portanto, com estruturas de negócio mais enxutas (Tabela 3). Em parte, isto pode estar associado ao fato de os jovens administrarem negócios mais recentes, e que ainda não tiveram a oportunidade de passar por um processo de expansão mais longo.

Vale lembrar que empreendimentos de “uma pessoa só”, em geral, envolvem estruturas mais simples de operação. Em alguns casos, pode representar também maior precariedade: o negócio depende quase que exclusivamente do dono.

**Tabela 3 – Número de Donos de Negócio Jovens e Não Jovens por tipo de ocupação no mercado de trabalho, em 2011**

Posição na ocupação	Jovens		Não jovens		TOTAL	
Conta Própria	5.497.909	88%	14.166.978	85%	19.664.887	86%
Empregador	740.459	12%	2.435.298	15%	3.175.757	14%
<b>TOTAL</b>	<b>6.238.368</b>	<b>100%</b>	<b>16.602.276</b>	<b>100%</b>	<b>22.840.644</b>	<b>100%</b>

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

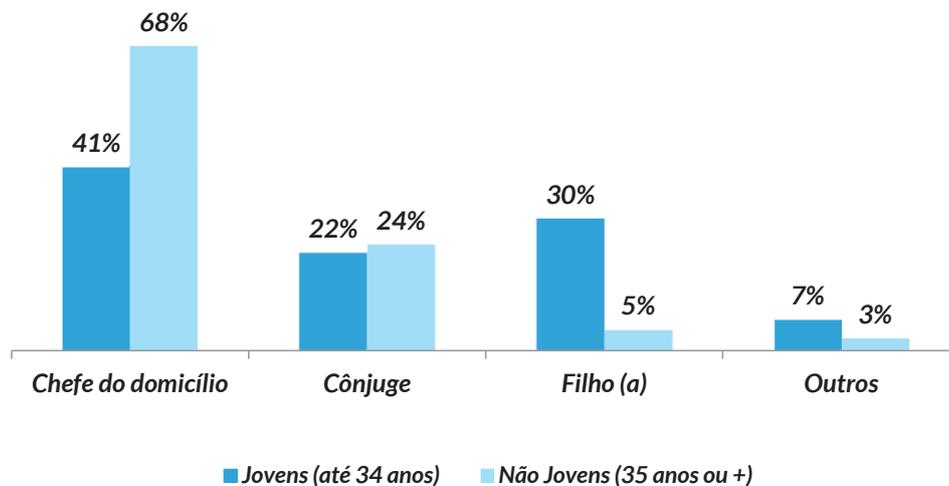
## 2.3 – Posição no domicílio

No grupo dos Jovens, 41% são chefes de domicílio, 30% são filhos(as), 22% são cônjuges e 7% são classificados como “outros” (ex.: parentes, agregados e pensionistas).

No grupo dos Não Jovens, 68% são chefes do domicílio, 24% são cônjuges, 5% filhos(as) e 3% são classificados como “outros” (Gráfico 5).

Esses dados revelam que, no grupo dos Jovens, a responsabilidade de chefiar uma unidade familiar não é uma realidade para a maioria dos Donos de Negócio: quase 60% dos Donos de Negócio Jovens não são chefes de domicílio. Situação inversa ocorre entre os Não Jovens, grupo em que 68% desempenham essa função. Por conta disso, a preocupação com as responsabilidades familiares tende a ser menor entre os Jovens, podendo estes despender maior atenção ao seu negócio (ou a outros interesses).

Gráfico 5 – Distribuição por posição no domicílio, em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Nota: (\*) Outros: parentes, agregados, pensionistas e outros.

## 2.4 – Sexo

No grupo dos Jovens, 33% são mulheres e 67% homens (Gráfico 6).

No grupo dos Não Jovens, 30% são mulheres e 70% são homens.

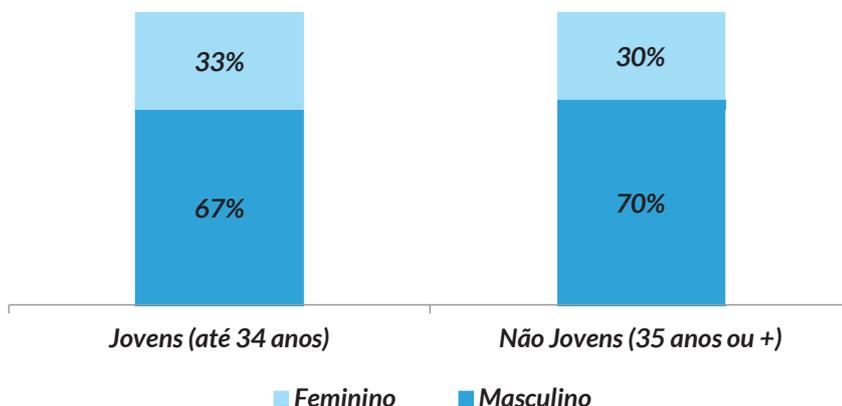
Em que pese a participação masculina ser majoritária nos dois grupos analisados, no grupo dos Jovens, verifica-se uma maior participação feminina. Em parte, isto pode ser explicado pelo fato de o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho ser um processo em curso, sendo este um fenômeno mais forte nas gerações mais jovens.

Vale lembrar que, segundo o GEM (2012)<sup>6</sup>, a participação das mulheres na TEA (Taxa de Empreendedorismo Inicial) chega a 50%. Dado que a TEA é considerada a “porta de entrada” no empreendedorismo, a elevada participação feminina nesse grupo de “Empreendedores Iniciais”<sup>7</sup> indica que a proporção das mulheres deverá continuar crescendo, entre os efetivos Donos de Negócio, nos próximos anos.

<sup>6</sup> IBQP (2012), *op. cit.*

<sup>7</sup> “A medida adotada pelo GEM, Total Early-Stage Entrepreneurial Activity – TEA, traduzida como Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial, inclui os indivíduos que estão no processo de iniciar um novo negócio, bem como aqueles que estão conduzindo um negócio há menos de 42 meses.” (IBQP, *op. cit.*, p. 19)

Gráfico 6 – Distribuição por sexo, em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.5 – Escolaridade

Em termos de formação escolar, os Jovens apresentam maior grau de escolaridade, se comparados aos Não Jovens (Gráfico 7).

Entre os Jovens, 11% têm ensino superior completo ou mais, 4% têm superior incompleto, 41% têm ensino médio (completo ou incompleto), 13% têm ensino fundamental completo e 31% têm no máximo o fundamental incompleto.

No grupo dos Não Jovens, 10% têm ensino superior completo ou mais, 2% têm superior incompleto, 23% têm ensino médio (completo ou incompleto), 11% têm ensino fundamental completo e 53% têm no máximo o fundamental incompleto.

Em que pese a idade média do grupo dos Jovens ser bem inferior a do grupo dos Não Jovens (naquele primeiro grupo a média de idade é de 28 anos, enquanto nesse último a média de idade é de 50 anos), verifica-se que, em 2011, naquele primeiro grupo o número médio de anos de estudo foi de nove anos, enquanto no segundo grupo, no mesmo ano, o número médio de anos de estudo foi de sete anos (Tabela 4). Isto mostra que, em média, o grau de escolaridade dos Jovens é quase 30% superior ao dos Não Jovens.

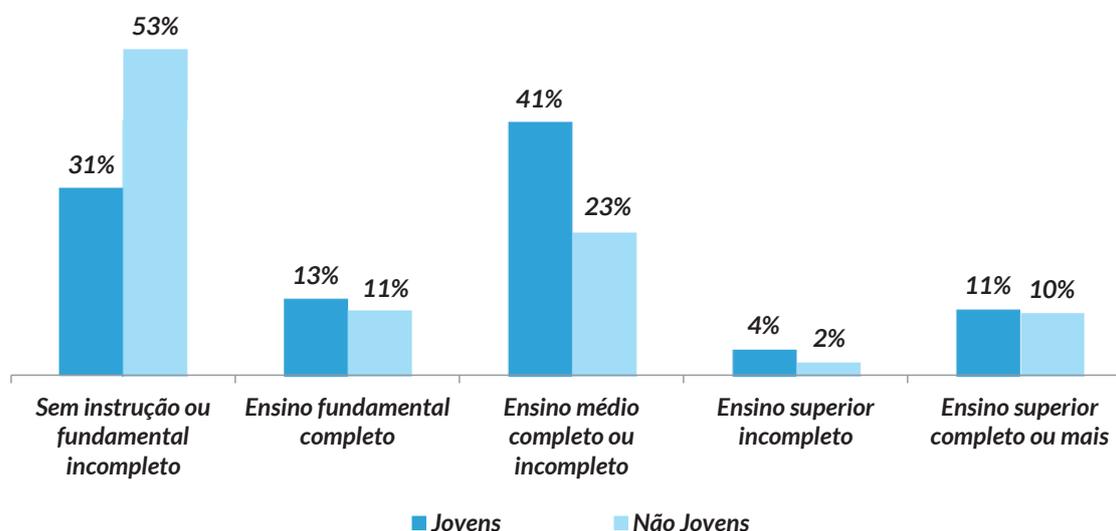
Pela Tabela 4 é possível verificar também que, não apenas os Jovens de 2011 eram mais escolarizados do que os Não Jovens do mesmo ano, como a evolução do número de anos de estudo foi mais forte no grupo dos Jovens, entre 2001 e 2011: expansão de sete para nove anos de estudo ou 28%. No grupo dos Não Jovens, houve uma expansão de seis para sete anos de estudo ou 16%.

Atente-se, particularmente, para o número de Jovens com 15 anos de escolaridade ou mais (o que corresponde ao nível superior completo ou mais), que cresceu 76%, passando de 374 mil para 657 mil pessoas, entre 2001 e 2011. No mesmo período, o número de Não Jovens com 15 anos de escolaridade ou mais cresceu apenas 51% (Tabela 4).

Por meio da Tabela 5, verifica-se que, no conjunto total dos Donos de Negócio, os que possuíam ensino fundamental incompleto ou menos (o que equivale a até sete anos de estudo), envolviam 62% dos Donos de Negócio em 2001, proporção que caiu para 46,7% em 2011. De forma complementar, os que possuíam ensino fundamental completo ou mais (o que equivale a oito anos de estudo ou mais), passou de 38% para 53,3%. Levando-se em conta apenas os que tinham nível superior ou mais (o que equivale a 15 anos de estudo ou mais), este conjunto passou de 7,4% (em 2001) para 10,2% (em 2011) do total de Donos de Negócio (Tabela 5).

Assim, a escolaridade cresceu como um todo para o conjunto de Donos de Negócio. Porém, a escolaridade é maior entre os Jovens do que entre os Não Jovens e, adicionalmente, entre os Jovens, o número de anos de estudo cresceu de forma mais acelerada do que entre os Não Jovens, entre 2001 e 2011. Portanto, verifica-se que, em geral, as novas gerações tendem a apresentar maior grau de escolaridade, o que tende a favorecer a sustentabilidade dos novos negócios no longo prazo<sup>8</sup>.

**Gráfico 7 – Distribuição por grau de escolaridade, em 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

**Tabela 4 – Número de Donos de Negócio Jovens e Não Jovens, por anos de estudo, em 2001 e 2011**

	Jovens em 2001	Jovens em 2011	Varição	Não Jovens em 2001	Não Jovens em 2011	Varição
Não determinados	54.362	12.805	-76%	30.442	27.058	-11%
Até 3 anos	1.385.777	710.163	-49%	4.989.326	4.406.572	-12%
4 a 7 anos	2.119.198	1.201.319	-43%	4.013.695	4.355.598	9%
8 a 10 anos	1.161.608	1.372.615	18%	1.573.250	2.427.005	54%
11 a 14 anos	1.291.232	2.284.040	77%	2.084.217	3.705.135	78%
15 anos ou mais	373.677	657.426	76%	1.111.380	1.680.908	51%
<b>TOTAL</b>	<b>6.385.854</b>	<b>6.238.368</b>	<b>-2%</b>	<b>13.802.310</b>	<b>16.602.276</b>	<b>20%</b>
Anos de estudo (média)	7 anos	9 anos	28%	6 anos	7 anos	16%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

<sup>8</sup> De acordo com estudo do Sebrae, um dos fatores que têm contribuído para o aumento da taxa de sobrevivência das empresas nos últimos anos é o aumento médio da escolaridade dos indivíduos que são Donos de Negócio. Sebrae (2008), "10 anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas". São Paulo: Sebrae-SP.

**Tabela 5 – Número total de Donos de Negócio, por anos de estudo, em 2001 e 2011**

	2001		2011	
	Pessoas	%	Pessoas	%
Não determinados	84.804	0,4%	39.863	0,2%
Até 3 anos	6.375.103	31,6%	5.116.735	22,4%
4 a 7 anos	6.132.893	30,4%	5.556.917	24,3%
8 a 10 anos	2.734.858	13,5%	3.799.620	16,6%
11 a 14 anos	3.375.449	16,7%	5.989.175	26,2%
15 anos ou mais	1.485.057	7,4%	2.338.334	10,2%
	<b>20.188.164</b>	<b>100,0%</b>	<b>22.840.644</b>	<b>100,0%</b>

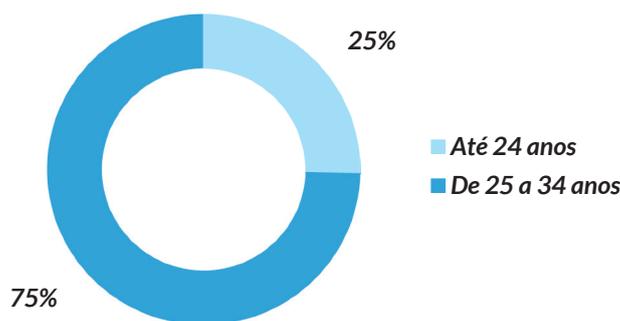
Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.6 – Faixa etária

Os 6,2 milhões de Jovens estão distribuídos da seguinte forma: 25% têm até 24 anos e 75% têm entre 25 e 34 anos. Há, portanto, forte concentração nessa última faixa (Gráfico 8).

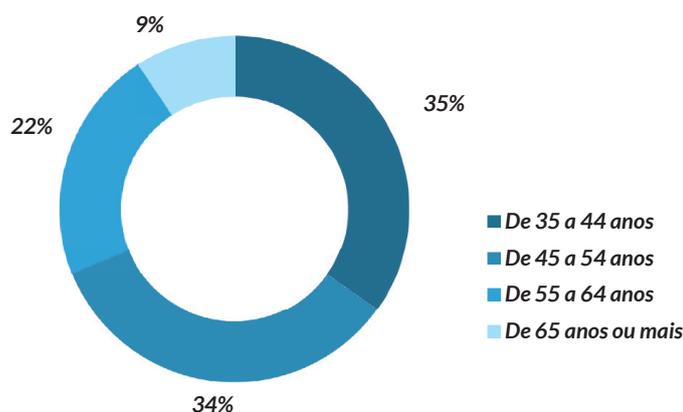
Os 16,6 milhões de Não Jovens estão distribuídos da seguinte forma: 35% têm entre 35 e 44 anos, 34% estão entre 45 e 54 anos e 31% têm 55 anos ou mais. Há, portanto, uma maior distribuição dos Não Jovens em muitas faixas etárias diferentes (Gráfico 9).

A média de idade da categoria “Jovem” é de 28 anos e dos Não jovens é de 50 anos.

**Gráfico 8 – Distribuição dos Jovens por faixa etária, em 2011 (em %)**

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Gráfico 9 – Distribuição dos Não Jovens por faixa etária, em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

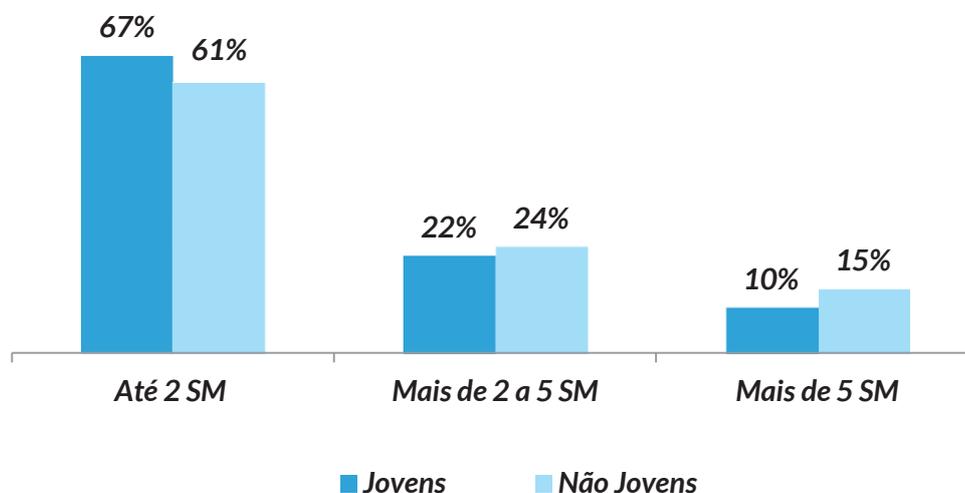
## 2.7 – Rendimento médio mensal

Entre os Jovens, 67% têm um rendimento médio mensal de até dois Salários Mínimos (SM), 22% recebem mais de dois SM e até cinco SM e 10% recebem acima de cinco SM (Gráfico 10).

No grupo dos Não Jovens, 61% têm um rendimento médio mensal de até dois Salários Mínimos (SM), 24% recebem mais de dois SM e até cinco SM e 15% recebem acima de cinco SM.

Seria natural esperar que os Jovens tivessem um rendimento médio mensal inferior aos Não Jovens. Porém, aparentemente, a diferença não parece ser tão expressiva. Os Jovens têm um rendimento médio mensal de R\$1.245,00, enquanto no grupo dos Não Jovens o rendimento médio é de R\$1.653,00. Assim, apesar da idade média do grupo dos Não Jovens (50 anos) ser quase o dobro da idade média do grupo dos Jovens (28 anos), este último recebe um rendimento mensal apenas 25% abaixo daquele primeiro.

Gráfico 10 – Distribuição por faixa de rendimento médio mensal, em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

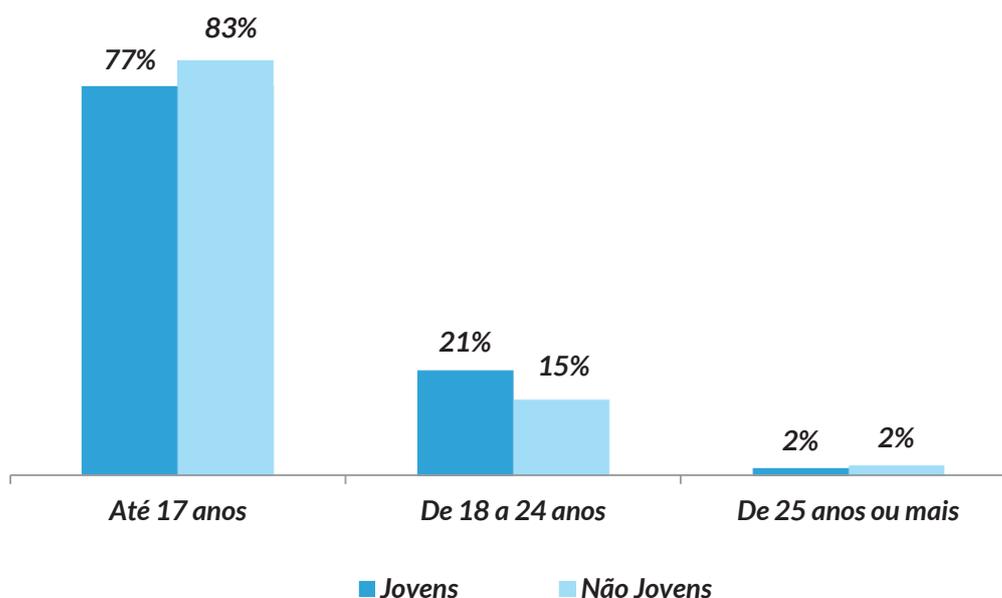
## 2.8 – Idade em que começou a trabalhar

Setenta e sete por cento dos Jovens começaram a trabalhar com até 17 anos de idade, 21% começaram a trabalhar entre 18 e 24 anos e 2% a partir dos 25 anos de idade (Gráfico 11).

No grupo dos Não Jovens, 83% começaram a trabalhar com até 17 anos de idade, 15% começaram a trabalhar entre 18 e 24 anos e 2% a partir dos 25 anos de idade (Gráfico 11).

Em média, os Jovens começaram aos 15 anos e os Não Jovens começaram aos 14 anos. Esses dados mostram que as novas gerações de Donos de Negócio têm começado a trabalhar um pouco mais tarde, se comparado com as gerações mais velhas. Em parte, isto está associado ao aumento da escolaridade dos mais jovens (quando comparado aos mais velhos). Ao despender mais tempo na escola, os indivíduos tendem a retardar o seu ingresso no mercado de trabalho. Corroboram com isso os resultados de estudo realizados pelo IPEA<sup>9</sup> que mostra que, no Brasil, vem crescendo a proporção de jovens que, por estarem se dedicando mais aos estudos, têm adiado sua entrada no mercado de trabalho.

**Gráfico 11 – Distribuição por faixa de idade em que começou a trabalhar, em 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.9 – Tempo no trabalho atual

A maioria dos Não Jovens trabalha na atividade atual há um número muito elevado de anos, o que é algo positivo, sob o ponto de vista de que seu negócio já passou pelas fases iniciais, em geral as mais difíceis. Estes indivíduos podem ser considerados como os donos dos negócios de sua geração que “sobreviveram” aos primeiros anos de atividade (passaram pelo “filtro” dos primeiros anos). Outro aspecto associado ao número de anos de trabalho em uma mesma atividade é a maior experiência obtida nela. É razoável supor que, um maior número de anos na mesma atividade tende a conferir ao dono do negócio mais experiência.

<sup>9</sup> Castro J. A., Aquino L. M. C. e Andrade C. C. (2009), “Juventude e Políticas Sociais no Brasil”. Brasília, IPEA, (2010).

Isso ainda não ocorreu, na mesma intensidade, com o grupo dos Jovens. Em parte, porque, por serem jovens, ingressaram há menos tempo no mercado de trabalho. Além disso, como foi visto na seção anterior, a cada ano que passa, os jovens vêm retardando, cada vez mais, o seu ingresso no mercado de trabalho.

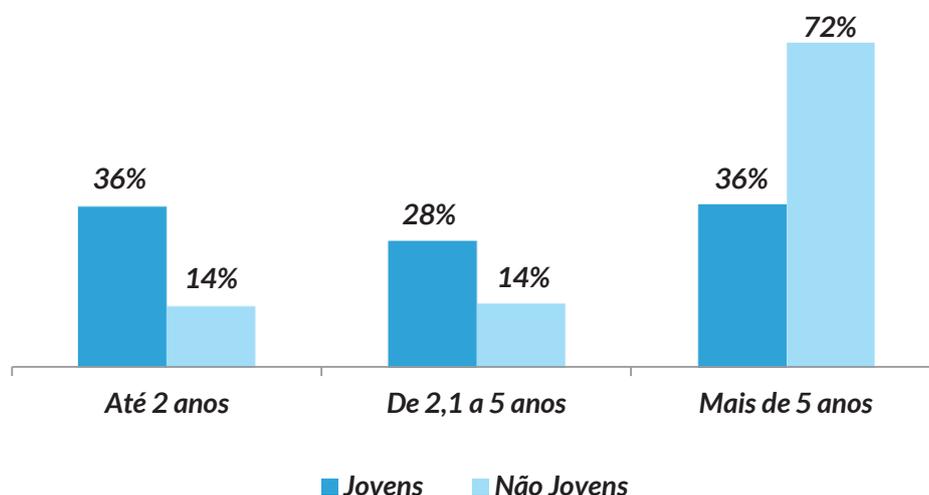
Entre os Jovens, 36% estão há mais de cinco anos trabalhando na atividade atual, 28% trabalham na atividade atual há algo entre dois e cinco anos e 36% há no máximo dois anos (Gráfico 12). A média de anos na atividade atual é de cinco anos.

Entre os Não Jovens, 72% estão há mais de cinco anos trabalhando na atividade atual, 14% trabalham na atividade atual entre dois e cinco anos e 14% há no máximo dois anos. A média de anos na atividade atual é de 15 anos.

Vale observar que apesar de os Jovens terem menos experiência na sua área de atuação, ao ingressarem no mercado de trabalho, o estão fazendo com um maior nível de escolaridade (comparado às gerações anteriores).

Assim, enquanto os Donos de Negócio Não Jovens têm a seu favor a maior experiência na atividade atual, os Jovens têm a seu favor a maior escolaridade.

**Gráfico 12 – Distribuição por tempo no trabalho atual, em 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.10 – Carga de trabalho semanal

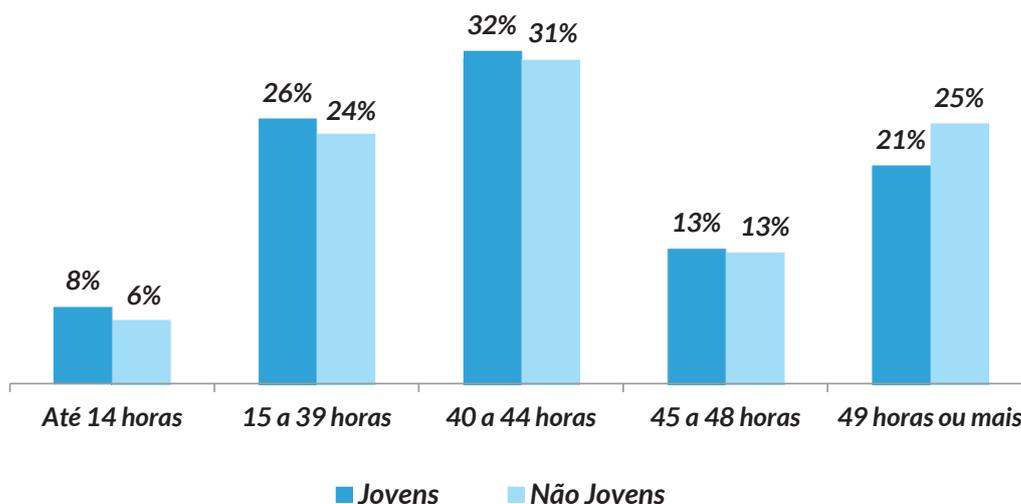
Os Jovens trabalham, em média, 40 horas semanais, enquanto os Não Jovens trabalham, em média, 41 horas. A diferença entre os dois grupos parece ser muito pequena. A distribuição destes dois grupos por faixa de horas trabalhadas também é muito semelhante.

No grupo dos Jovens, 21% trabalham 49 horas ou mais por semana, 13% trabalham entre 45 e 48 horas semanais, 32% entre 40 e 44 horas, 26% entre 15 e 39 horas e 8% até 14 horas semanais (Gráfico 13).

No grupo dos Não Jovens, 25% trabalham 49 horas ou mais por semana, 13% trabalham entre 45 e 48 horas semanais, 31% entre 40 e 44 horas, 24% entre 15 e 39 horas e 6% até 14 horas semanais.

Vale observar que no grupo dos Jovens, a despeito de haver uma proporção relativamente baixa de indivíduos que são “chefes de domicílio” (ver seção 2.3), o menor nível de preocupação com as responsabilidades de gerir um núcleo familiar não implica, necessariamente, em um número maior de horas de dedicação ao negócio. Ao contrário, os Não jovens, além de apresentarem uma proporção maior de chefes de família, dedicam ao seu negócio, em média, uma hora a mais por semana, se comparados aos Jovens.

Gráfico 13 – Distribuição por carga de trabalho semanal, em 2011 (em %)



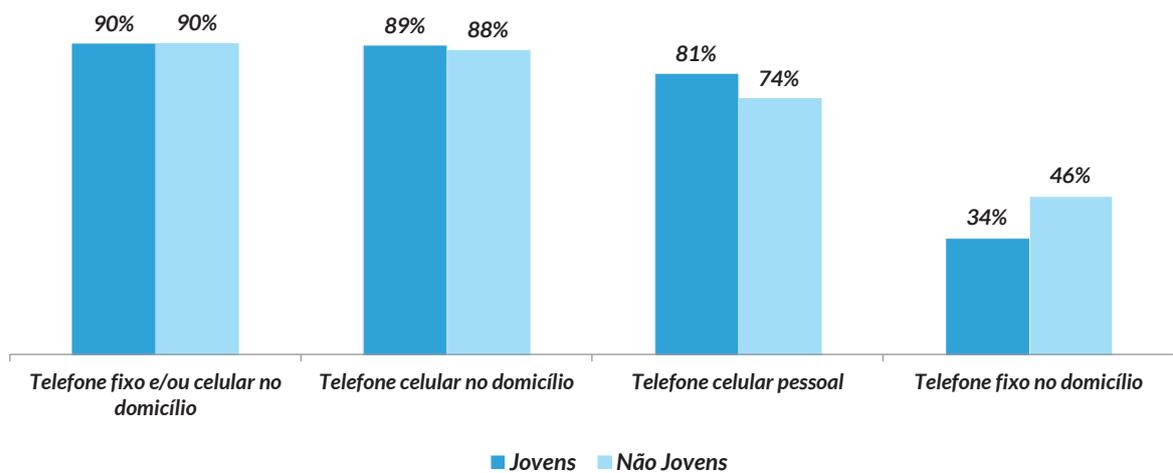
Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.11 – Recursos de telefonia

No grupo dos Jovens, 90% possuem telefone fixo e/ou celular no domicílio, 89% têm celular no domicílio, 81% têm celular pessoal e 34% têm telefone fixo no domicílio (Gráfico 14).

Entre os Não Jovens, 90% possuem telefone fixo e/ou celular no domicílio, 88% têm celular no domicílio, 74% têm celular pessoal e 46% têm telefone fixo no domicílio.

Em geral, o acesso a recursos de telefonia é bastante elevado nos dois grupos analisados, com pequenas diferenças de comportamento. No domicílio como um todo, a ampla maioria possui acesso à telefonia, fixa ou móvel. Levando em conta apenas o uso de celular pessoal, no grupo dos Jovens, a proporção de uso é um pouco maior que nos Não Jovens. Por outro lado, levando em conta apenas o uso de telefone fixo no domicílio, no grupo dos Jovens a proporção de uso é menor que nos Não Jovens. Esses dados indicam que, entre os Jovens, parece haver predileção pelo uso da telefonia celular, enquanto no grupo dos Não Jovens o telefone fixo ainda é considerado uma ferramenta importante de comunicação.

**Gráfico 14 – Recursos de telefonia, no domicílio, em 2011 (apenas quem possui)**

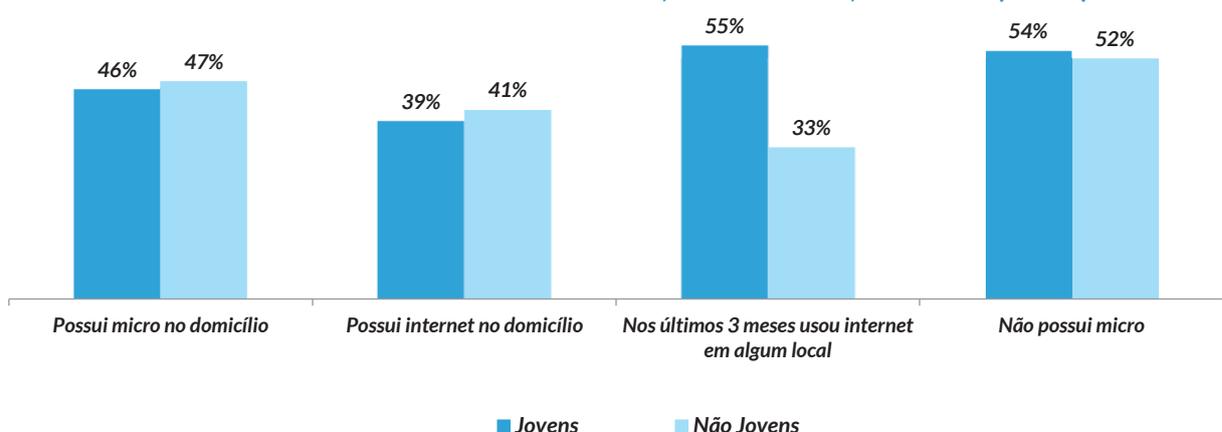
Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.12 – Recursos de informática

Entre os Jovens e os Não Jovens não parece haver diferenças muito expressivas em termos de presença de microcomputador e internet no domicílio. Porém, verifica-se um uso muito mais intensivo da internet no primeiro grupo do que no segundo.

Assim, no grupo dos Jovens (Gráfico 15), 46% possuem micro no domicílio, 39% têm internet no domicílio, 55% acessaram a internet nos últimos três meses “em algum local” e 54% não possuem micro em casa.

Entre os Não Jovens, 47% possuem micro no domicílio, 41% têm internet no domicílio, 33% acessaram a internet nos últimos três meses “em algum local” e 52% não possuem micro em casa.

**Gráfico 15 – Recursos de informática, no domicílio, em 2011 (em %)**

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.13 – Previdência Social

A contribuição à Previdência Social é mais baixa no grupo dos Jovens do que no grupo dos Não Jovens. Em parte, isso parece refletir preocupação sobre o assunto ainda pouco presente nas faixas etárias que estão longe do período de solicitação da aposentadoria.

Entre os Jovens (Gráfico 16), apenas 22% contribuem para a previdência no trabalho principal e 3% contribuem para alguma entidade de previdência privada. Assim, no máximo 25% possuem algum tipo de previdência.

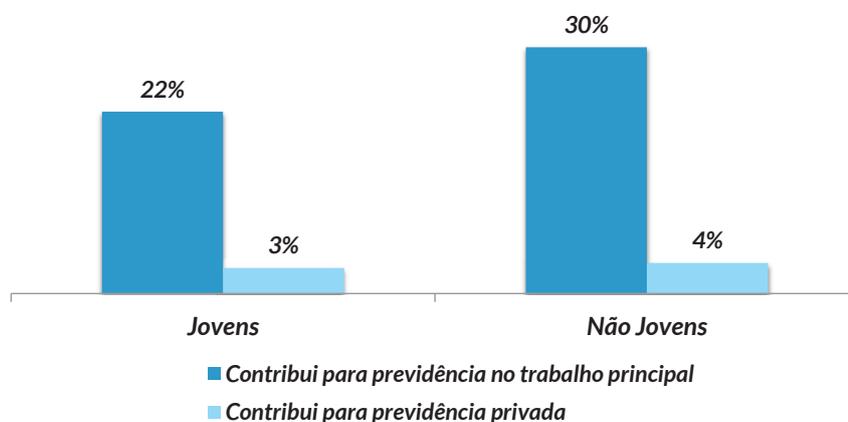
No grupo dos Não Jovens, 30% contribuem para a previdência no trabalho principal e 4% contribuem para alguma entidade de previdência privada. No máximo 34% possuem algum tipo de previdência.

Trabalho anterior do Sebrae<sup>10</sup> já havia mostrado que “O acesso à previdência por parte dos Donos de Negócio tende a ser maior nas atividades urbanas, nos negócios formais, nos empreendimentos mais complexos (com empregados), nos empreendedores de maior renda e mais escolarizados”. A partir da observação do acesso à previdência, segundo as categorias aqui analisadas, constata-se também que a participação em sistemas de previdência tende a ser maior quanto maior a faixa etária.

Assim, enquanto no grupo dos Não Jovens até 34% contribuem para previdência, no segmento específico dos Não Jovens que são “Empresários” (que têm negócio com CNPJ), por exemplo, essa proporção chega a 81%.

No outro extremo, enquanto no grupo dos Jovens até 25% contribuem para previdência, essa proporção chega a apenas 9% no segmento específico de Jovens que são “Produtores Rurais”.

**Gráfico 16 – Contribuição à previdência, em 2011**  
(apenas quem contribui) (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.14 – Local de trabalho

O perfil de distribuição entre os diferentes tipos de localidade é muito semelhante nos dois grupos (Gráfico 17). O uso de local fixo (loja, oficina, fábrica ou escritório) é o principal local de trabalho nos dois grupos e chega a 1/3 dos Donos de Negócio nos dois grupos analisados (34% nos Jovens e 33% nos Não Jovens).

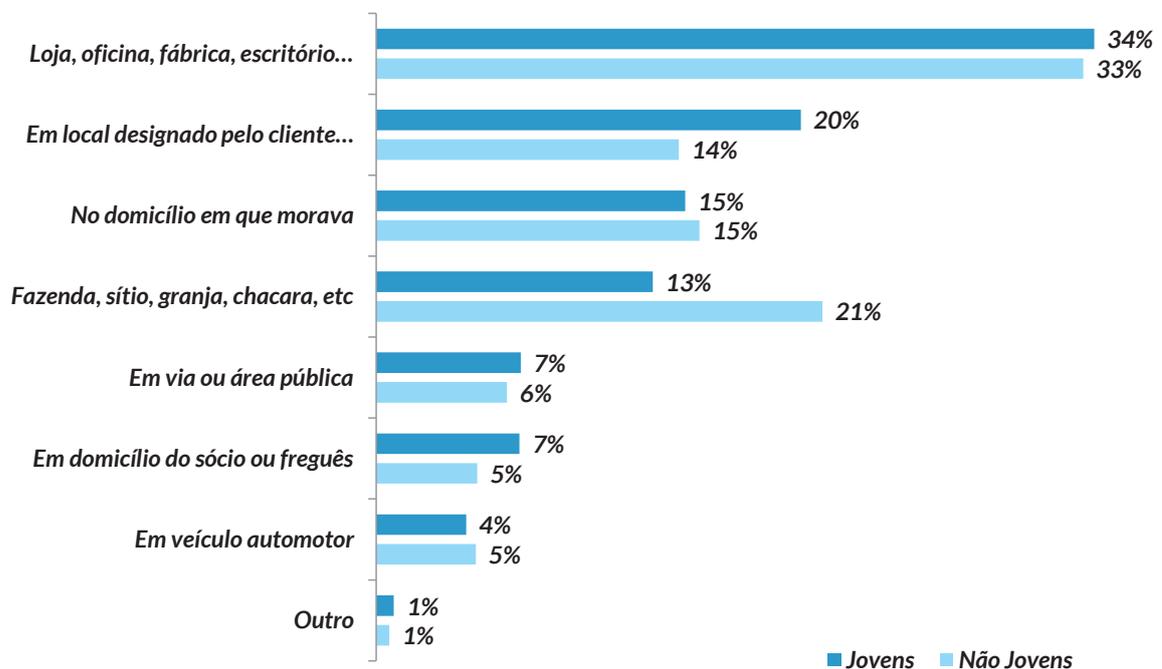
<sup>10</sup> Sebrae (2013), “Empresários, Potenciais Empresários e Produtores Rurais no Brasil”.

A diferença principal entre os dois grupos está na segunda opção de local de trabalho. Entre os Jovens, a segunda opção é “em local designado pelo cliente” (20%), item que aparece apenas na quarta posição no outro grupo. No grupo dos Não Jovens, a segunda opção é algum estabelecimento rural, tipo “fazenda, sítio, granja, chácara”, com 21%. Por um lado, isso mostra que o primeiro grupo apresenta maior flexibilidade/mobilidade em termos de deslocamento para a execução de seu trabalho, visando ao atendimento de seus clientes. Por outro lado, evidencia que há entre os Não Jovens uma proporção maior de pessoas que trabalham no setor agropecuário.

A terceira opção de local de trabalho é igual nos dois grupos, Jovens e Não Jovens, sendo o “domicílio em que mora” (15% nos dois grupos analisados).

As demais opções aparecem com a mesma hierarquia: “em via ou área pública” (7% dos Jovens e 6% nos Não Jovens), “em domicílio do sócio ou freguês” (7% e 5% respectivamente) e “em veículo automotor” (4% e 5% respectivamente). A opção “outros” foi citada por 5% nos dois grupos.

**Gráfico 17 – Distribuição por local de trabalho, em 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.15 – Setor de atividade

No grupo dos Jovens, 27% estão no setor de serviços, 25% no comércio, 17% na construção, 15% no setor agrícola, 8% na indústria e 8% em outros setores (Gráfico 18).

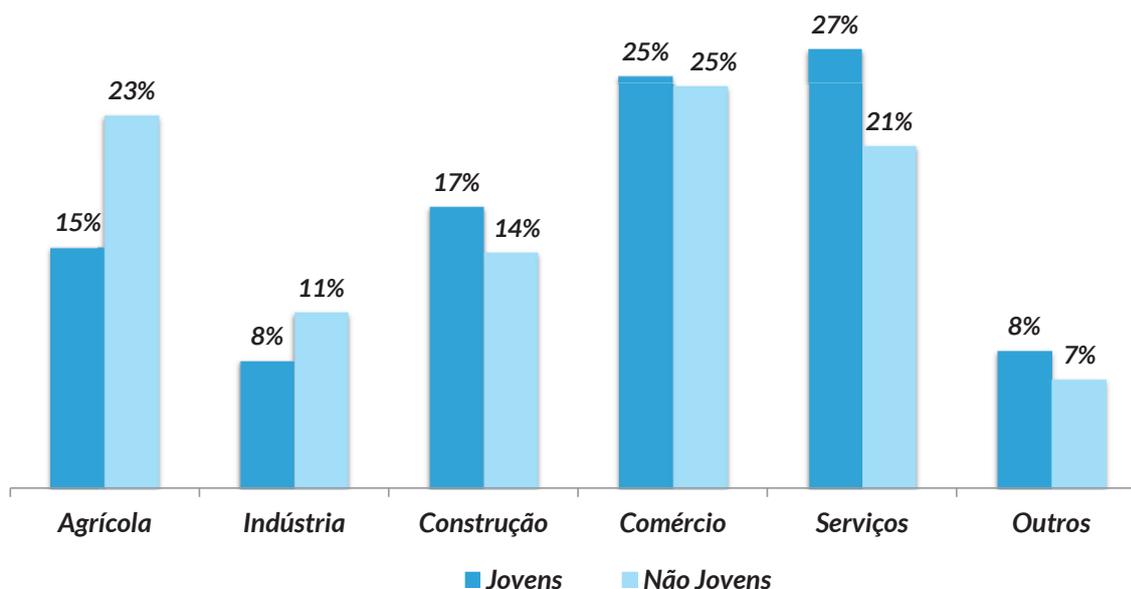
No grupo dos Não Jovens, 25% estão no comércio, 23% no setor agrícola, 21% no setor de serviços, 14% na construção, 11% na indústria e 7% em outros setores.

As principais diferenças nas distribuições por setores de atividade, entre os Jovens e os Não Jovens, são: no primeiro grupo é ligeiramente maior a proporção de Donos de Negócio nos setores de serviços, comércio e construção, enquanto no segundo grupo é maior a proporção de Donos de Negócio no setor agrícola e na indústria. Em parte, isto pode estar associado ao fato de que, em geral, os Jovens tendem a ter menos capital, requisito que costuma ser mais exigido na

indústria, setor que é proporcionalmente mais expressivo no grupo dos Não Jovens. Vale lembrar que, neste último grupo, o rendimento médio mensal é mais elevado do que naquele primeiro. Um aspecto que contribui para explicar a diferença, no setor agrícola, é o fato deste setor ser mais tradicional e, por conta disso, tende a estar mais associado às gerações mais antigas.

Não obstante as diferenças citadas, no contexto geral, verifica-se grande semelhança entre as distribuições dos dois grupos por setores de atividade.

**Gráfico 18 – Distribuição por setor de atividade, em 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 2.16 – Principais segmentos de atividades

As Tabelas 6 e 7 apresentam o perfil dos Jovens e dos Não Jovens, respectivamente, por segmentos de atividade.

Em geral, há forte semelhança em termos de atividades mais frequentes que são conduzidas nos dois grupos analisados. A maioria dos empreendimentos está voltada para o atendimento das necessidades mais elementares da população, tais como: alimentação, vestuário, moradia, locomoção, saúde e beleza.

Não obstante isso, algumas diferenças podem ser observadas. Por exemplo, na agropecuária, a criação de gado bovino, que é uma das atividades consideradas mais tradicionais deste setor é um pouco mais forte no grupo dos Não Jovens (grupo cuja idade média é de 50 anos e apresenta menor escolaridade). Por sua vez, no setor de serviços, atividades como bares e lanchonetes também podem ser consideradas como tradicionais, dentro deste setor, tendo uma participação relativa maior de Não Jovens.

Por sua vez, no grupo dos Jovens, verifica-se uma proporção relativamente elevada:

(i) em algumas atividades que exigem baixo grau de escolaridade (p. ex. ambulantes, construção, venda por catálogos, cabeleireiros); e

(ii) em algumas atividades que exigem níveis relativamente mais elevados de escolaridade (p. ex. ensino, informática e cine, foto e som).

Isto sugere que dentro do grupo de Jovens é possível coexistirem subgrupos mais heterogêneos. Possivelmente, as atividades que envolvem baixo grau de escolaridade podem estar associadas a um tipo de empreendedorismo “por necessidade” ou de “inclusão social”. Por outro lado, a presença de atividades que demandam maior grau de escolaridade, na lista dos Jovens, está associada à própria melhora do grau médio de escolaridade verificada nas gerações mais novas, assim como no maior acesso às novas tecnologias de informação e comunicação, nessas gerações, se comparadas às gerações mais velhas.

**Tabela 6 – Jovens: principais segmentos de atividade, em 2011**

Agropecuária e Pesca		
	Pessoas	(%)
Mandioca	140.710	15%
Milho	122.795	13%
Gado bovino	89.468	10%
Pesca	78.008	8%
Hortifrutigranjeiros	73.177	8%
Produção mista (lavoura/pecuária)	60.987	7%
Serviços agropecuários	48.397	5%
Extração vegetal	41.586	5%
Arroz	39.352	4%
Capim, tubérculos e grãos	35.010	4%
Outros	189.264	21%
<b>TOTAL</b>	<b>918.754</b>	<b>100%</b>

Indústria e Construção		
	Pessoas	(%)
Construção	1.071.682	69%
Confecção de vestuário	67.037	4%
Alimentos	62.926	4%
Diversos (bijuteria, brinquedos etc.)	51.138	3%
Roupas sob medida	42.617	3%
Móveis	39.581	3%
Malharia/bordados	35.812	2%
Produtos de metal	33.474	2%
Produtos de madeira	31.883	2%
Edição e gráfica	21.403	1%
Outros	101.373	7%
<b>TOTAL</b>	<b>1.558.926</b>	<b>100%</b>

Comércio		
	Pessoas	(%)
Ambulantes	369.260	24%
Alimentos	224.225	14%
Reparação de veículos	215.583	14%
Vestuário	194.762	12%
Atacado (diversos)	65.452	4%
Venda por catálogos, TV e net	59.322	4%
Diversos (bijuteria, brinquedos etc.)	56.887	4%
Farmácia e perfumaria	55.633	4%
Material de construção	46.291	3%
Cine, foto e som	39.316	3%
Outros	240.599	15%
<b>TOTAL</b>	<b>1.567.330</b>	<b>100%</b>

Serviços		
	Pessoas	(%)
Cabeleireiro	490.993	22%
Bares e lanchonetes	255.339	12%
Transporte de passageiros	212.491	10%
Transporte de cargas	152.927	7%
Serviços às empresas	136.525	6%
Entretenimento (música, dança etc.)	115.252	5%
Serviços da saúde	109.855	5%
Ensino (curso, aula particular)	74.556	3%
Informática	67.567	3%
Ambulante de alimentação	54.329	2%
Outros	523.524	24%
<b>TOTAL</b>	<b>2.193.358</b>	<b>100%</b>

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

**Tabela 7 – Não Jovens: principais segmentos de atividade, em 2011**

Agropecuária e Pesca		
	Pessoas	(%)
Gado bovino	614.723	16%
Milho	585.337	15%
Mandioca	407.440	11%
Produção mista (lavoura/pecuária)	382.284	10%
Hortifrutigranjeiros	235.048	6%
Capim, tubérculos e grãos	197.053	5%
Pesca	195.703	5%
Café	161.010	4%
Arroz	152.578	4%
Serviços agropecuários	114.664	3%
Outros	730.845	19%
<b>TOTAL</b>	<b>3.776.685</b>	<b>100%</b>

Indústria e Construção		
	Pessoas	(%)
Construção	2.390.895	57%
Confecção de vestuário	309.682	7%
Roupas sob medida	254.587	6%
Diversos (bijuteria, brinquedos etc.)	193.401	5%
Alimentos	165.183	4%
Móveis	115.216	3%
Produtos de metal	113.315	3%
Produtos de madeira	103.617	2%
Malharias/bordados	96.388	2%
Máquinas e equipamentos	43.789	1%
Outros	388.968	9%
<b>TOTAL</b>	<b>4.175.041</b>	<b>100%</b>

Comércio		
	Pessoas	(%)
Alimentos	766.646	19%
Ambulante	748.535	18%
Reparação de veículos	507.849	12%
Vestuário	397.767	10%
Atacado (diversos)	223.101	5%
Diversos (bijuteria, brinquedos etc.)	160.666	4%
Material de construção	136.464	3%
Armarinho	126.519	3%
Reparação de eletrônicos	121.780	3%
Farmácia e perfumaria	121.503	3%
Outros	760.157	19%
<b>TOTAL</b>	<b>4.070.987</b>	<b>100%</b>

Serviços		
	Pessoas	(%)
Bares e lanchonetes	927.388	20%
Cabeleireiro	592.420	13%
Transporte de passageiros	476.298	10%
Transporte de carga	430.027	9%
Serviços às empresas	383.384	8%
Serviços de saúde	227.012	5%
Ambulante de alimentação	186.562	4%
Imobiliária	141.638	3%
Entretenimento (música, dança etc.)	133.490	3%
Serviços de engenharia	113.893	2%
Outros	967.451	21%
<b>TOTAL</b>	<b>4.579.563</b>	<b>100%</b>

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

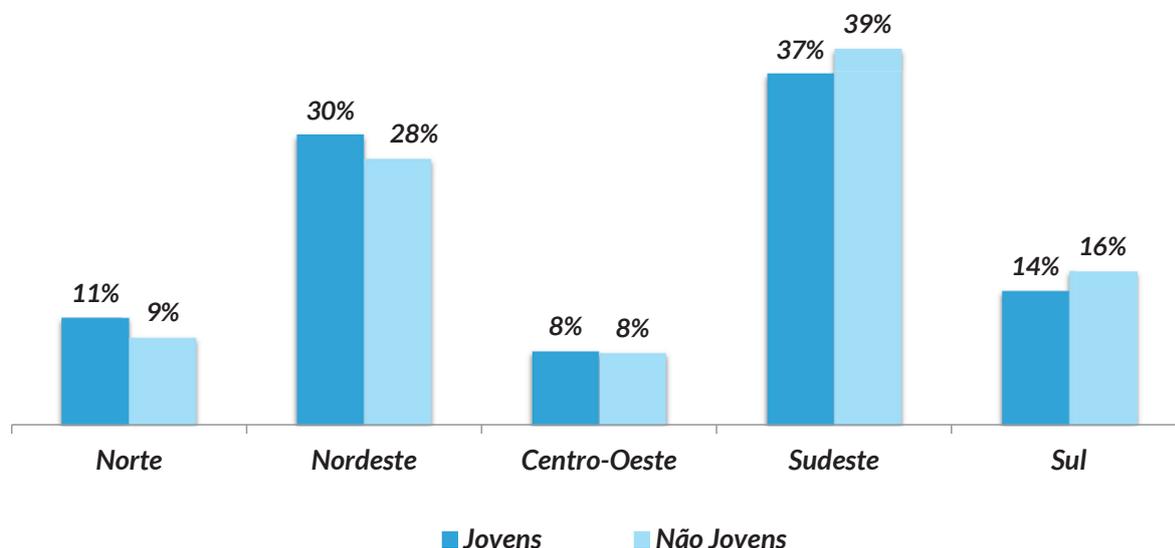
## 2.17 – Distribuição por regiões e UF

Não existem diferenças expressivas nas distribuições dos Jovens e Não Jovens por regiões do País. As regiões Sudeste e Nordeste concentram mais de 2/3 dos Donos de Negócio Jovens e Não Jovens (Gráfico 19). Essa distribuição por regiões segue, de perto, a própria distribuição da população brasileira. De acordo com o IBGE (Censo Demográfico, 2010), quase 70% da população brasileira se encontra no Sudeste e Nordeste.

Nas regiões Nordeste e Norte há proporcionalmente mais Jovens do que Não Jovens. A situação se inverte nas regiões Sudeste e Sul, onde há proporcionalmente mais Não Jovens do que Jovens. Isto pode ser explicado pelas diferentes taxas de fecundidade de cada região. Segundo o IBGE (2010), a taxa de fecundidade, medida pelo número médio de filhos por mulher em idade fértil, é maior nas regiões Norte (2,42 filhos por mulher) e Nordeste (2,01 filhos por mulher) e menor nas regiões Sul (1,75) e Sudeste (1,66). A maior taxa de fecundidade no Norte e Nordeste implica maior proporção de população jovem, o que contribui, por conseguinte, com um número proporcionalmente maior de Donos de Negócio Jovens. O contrário ocorre no Sudeste e no Sul, onde é menor a taxa de fecundidade (e a proporção de jovens). Na região Centro-Oeste a taxa é de 1,88 (próxima à média nacional que é 1,86) e os Donos de Negócio Jovens e Não Jovens têm o mesmo peso relativo.

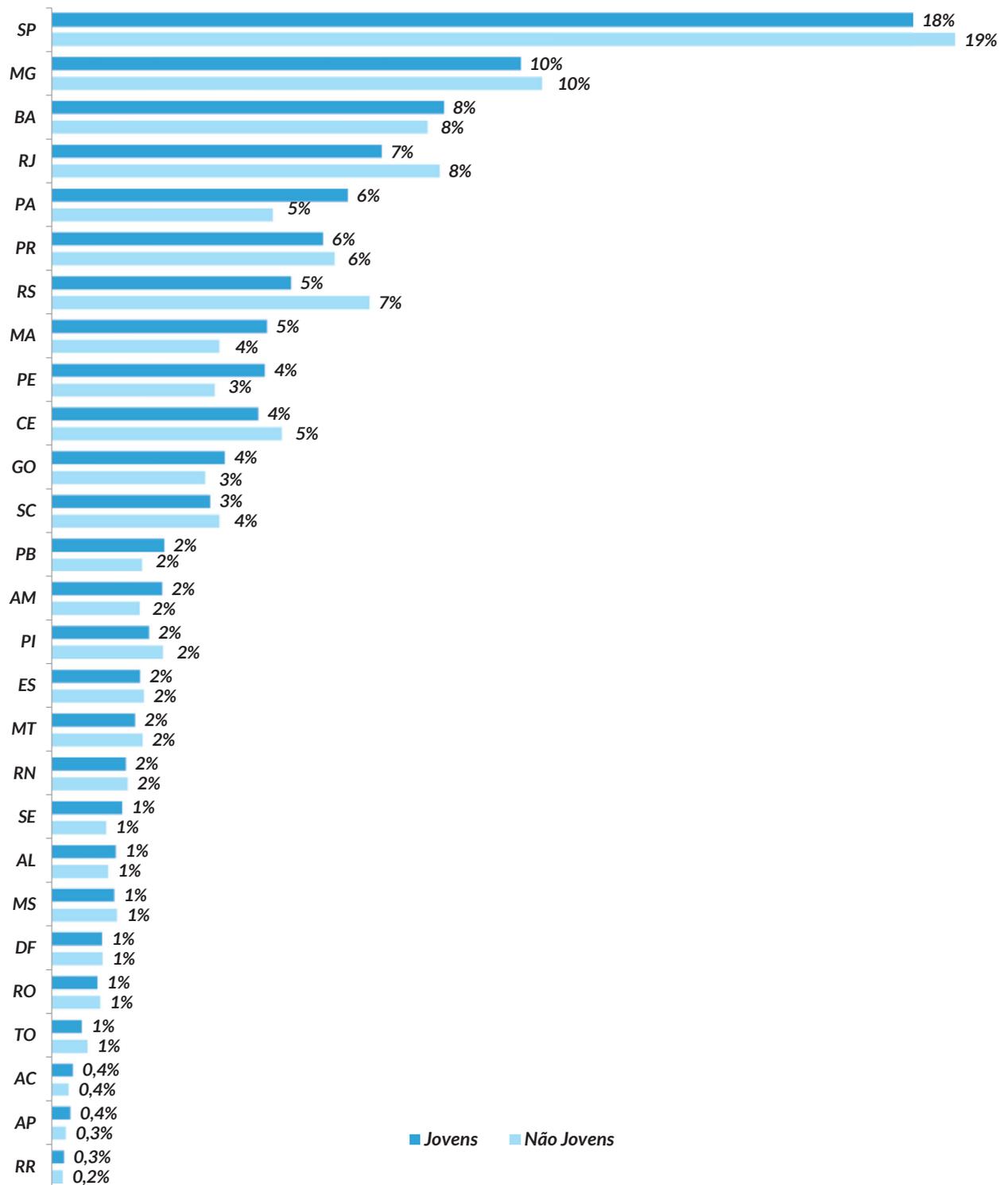
A análise da distribuição por Unidades da Federação (Gráfico 20) reproduz, em certa medida, as características citadas acima. SP, MG, RJ e BA são os quatro estados mais populosos do País e concentram, juntos, 48% da população brasileira (IBGE, Censo Demográfico 2010). Esses mesmos estados são os que possuem o maior número de Donos de Negócio, detendo 43% dos Donos de Negócio Jovens e 45% dos Não Jovens. Além disso, todos os estados do Sul e Sudeste possuem proporcionalmente mais Não Jovens do que Jovens (e taxas de fecundidade relativamente baixas). E a maioria dos estados do Norte e Nordeste possui mais Jovens do que Não Jovens (e taxas de fecundidade relativamente altas).

**Gráfico 19 – Distribuição por regiões do País, em 2011 (em %)**



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Gráfico 20 – Distribuição por Unidades da Federação, em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

**Tabela 8 – Distribuição por Unidades da Federação, em 2011**  
(em número de pessoas)

UF	Jovens	Não Jovens	TOTAL	Distribuição do TOTAL	Jovens	Não Jovens	TOTAL
SP	1.127.194	3.147.289	4.274.483	19%	26%	74%	100%
MG	613.163	1.705.939	2.319.102	10%	26%	74%	100%
BA	512.918	1.308.242	1.821.160	8%	28%	72%	100%
RJ	431.307	1.350.288	1.781.595	8%	24%	76%	100%
RS	312.993	1.106.777	1.419.770	6%	22%	78%	100%
PR	354.746	984.482	1.339.228	6%	26%	74%	100%
PA	387.194	770.176	1.157.370	5%	33%	67%	100%
CE	270.148	801.403	1.071.551	5%	25%	75%	100%
MA	281.451	584.316	865.767	4%	33%	67%	100%
PE	278.872	568.030	846.902	4%	33%	67%	100%
SC	207.266	584.738	792.004	3%	26%	74%	100%
GO	226.603	535.191	761.794	3%	30%	70%	100%
PI	127.246	388.530	515.776	2%	25%	75%	100%
PB	147.356	315.247	462.603	2%	32%	68%	100%
AM	144.762	307.182	451.944	2%	32%	68%	100%
ES	115.681	321.801	437.482	2%	26%	74%	100%
MT	109.258	317.114	426.372	2%	26%	74%	100%
RN	97.066	265.436	362.502	2%	27%	73%	100%
MS	81.990	228.638	310.628	1%	26%	74%	100%
SE	92.471	190.318	282.789	1%	33%	67%	100%
AL	84.013	197.371	281.384	1%	30%	70%	100%
DF	66.016	177.478	243.494	1%	27%	73%	100%
RO	60.063	169.883	229.946	1%	26%	74%	100%
TO	39.613	125.399	165.012	1%	24%	76%	100%
AC	27.933	60.766	88.699	0,4%	31%	69%	100%
AP	24.729	50.852	75.581	0,3%	33%	67%	100%
RR	16.316	39.390	55.706	0,2%	29%	71%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6.238.368</b>	<b>16.602.276</b>	<b>22.840.644</b>	<b>100%</b>	<b>27%</b>	<b>73%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

## 3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise sobre a evolução dos Donos de Negócio por faixas etárias, verifica-se que, no Brasil, entre 2001 e 2011, os Donos de Negócio pertencentes às faixas etárias mais novas tiveram retração em termos relativos e absolutos, por conta das mudanças nas condições demográficas do País: taxas de fecundidade em queda e expectativas de vida em ascensão. Apesar da redução da participação relativa dos jovens na pirâmide etária brasileira, a taxa de empreendedorismo medida pela TEA segue elevada entre os jovens, em especial, na faixa entre 25 e 34 anos (Fonte: IBQP, 2012).

O objetivo deste relatório foi identificar o perfil comparativo dos Donos de Negócio Jovens e Não Jovens. O trabalho foi realizado a partir do processamento dos microdados da PNAD, do IBGE, em especial de 2011.

Foram considerados Donos de Negócio Jovens aqueles com até 34 anos no momento da pesquisa. Por Donos de Negócio Não Jovens, foram considerados aqueles com 35 anos ou mais.

Verifica-se por aquela base de dados que, no Brasil, em 2011, havia cerca de 22,8 milhões de indivíduos que trabalhavam explorando o próprio empreendimento, dos quais 27% (6,2 milhões) eram Jovens e 73% (16,6 milhões) eram Não Jovens.

Entre 2001 e 2011, o número de Jovens passou de 6,4 milhões para 6,2 milhões e sua participação relativa passou de 32% para 27% do total de Donos de Negócio no País. O número de Não Jovens passou de 13,8 milhões (68% do total de Donos de Negócio) para 16,6 milhões (73% do total).

Em geral, no grupo dos Jovens há uma proporção maior de indivíduos que são Conta Própria (88%), há uma proporção relativamente baixa de “chefes de família” (41%), há uma participação feminina um pouco maior (33%) que a verificada nos Não Jovens, é maior o grau médio de escolaridade, 3/4 têm entre 25 e 34 anos, recebem um rendimento médio mensal 25% abaixo dos Não Jovens, começaram a trabalhar mais tarde que os Não Jovens, estão no trabalho atual há menos tempo (cinco anos em média), trabalha 40 horas semanais em média, acessam proporcionalmente mais o telefone celular e a internet, têm menor proporção de indivíduos contribuintes de sistemas de previdência (no máximo 25%), têm maior participação relativa nos setores de serviços, no comércio e na construção, aparecem com maior frequência em atividades mais sofisticadas (p. ex. ensino, informática, cine, foto e som), embora ainda haja forte presença em atividades mais simples (p. ex. ambulantes, construção, venda por catálogos e cabeleireiros) e aparecem com maiores proporções nas regiões em que são mais elevadas as taxas de fecundidade (p. ex. Norte e Nordeste).

No grupo dos Não Jovens, há uma proporção mais elevada de indivíduos que são Empregadores, 68% são “chefes de família” (proporção bem superior à encontrada nos Jovens), têm uma participação feminina um pouco menor (30%), possuem menor grau médio de escolaridade, 1/3 está entre 35 e 44 anos, 1/3 entre 45 e 54 anos e 1/3 tem 55 ou mais anos, recebe um rendimento médio mensal 33% acima dos Jovens, começou a trabalhar mais cedo que os Jovens (83% começaram a trabalhar até os 17 anos), está no trabalho atual há mais tempo (72% estão há mais de cinco anos no trabalho atual), trabalha 41 horas semanais em média, acessa proporcionalmente menos a telefonia celular (e proporcionalmente mais a fixa, se comparado ao dos Jovens), acessa proporcionalmente menos a internet (apenas 33% usaram internet nos últimos três meses), tem maior proporção de indivíduos contribuintes de sistemas de previdência, tem um perfil mais diversificado de local de trabalho, tem maior participação relativa na indústria e no setor agrícola e aparece com maior frequência em atividades tradicionais tais como a criação de bovinos, bares e lanchonetes e em maior proporção nas regiões em que é mais baixa a taxa de fecundidade (p. ex. Sul e Sudeste).

Esses dados revelam que uma comunicação direcionada aos Jovens pode ter um conteúdo um pouco mais moderno e mais complexo e pode ser feita por meio do uso das novas Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC) e das novas mídias (p. ex. internet, redes sociais etc). Porém, levando em conta os segmentos de atividade em que atuam, com algumas exceções, não há uma diferença expressiva em relação aos Não Jovens. O conteúdo em termos de atividade pode ser segmentado, levando em conta os Jovens que trabalham em segmentos de atividade mais tradicionais e mais simples (p. ex. ambulantes e setor da construção) e os Jovens que trabalham em segmentos de atividade mais modernos e complexos (p. ex. informática e ensino).

Por outro lado, uma comunicação direcionada aos Não Jovens deve levar em conta que, em média, estes têm menor grau de escolaridade e estão menos “antenados” com as novas mídias e tecnologias (p. ex. TIC), se comparados aos Jovens. Além disso, há ainda uma proporção elevada de indivíduos que trabalha em atividades muito simples e/ou tradicionais (p. ex. bares e lanchonetes), está proporcionalmente mais dispersa (ex. forte participação no meio rural), o que tende a requerer o uso de uma comunicação mais simples e por meio de veículos de comunicação mais tradicionais (p. ex. rádios e TV locais).





*Serviço Brasileiro de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas*

*[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)  
0800 570 0800*