

# PERFIL DO JOVEM EMPREENDEDOR BRASILEIRO

## RELATÓRIO EXECUTIVO 2016





## REALIZADOR

Confederação Nacional de Jovens Empresários (Conaje)

## FICHA TÉCNICA

Fernando Fagundes Milagre – Presidente

Julio César Vasconcelos – Vice Presidente

Érik Capodeferro – Diretor Executivo

## EQUIPE

Ananda Carvalho – Diretora de Projetos

Marcelo Paz – Diretor de Conteúdo

Marco Canassa – Diretor de Integração e Expansão

Fernando Grisi – Coordenador de conteúdo

Luiz Felipe Forgiarini – Levantamento de análise de dados

Priscila Dias – Revisão e análise

Fernando Dantas – Revisão e análise

Bruno Moraes - Design e diagramação

## PARCEIRO

Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios

# SUMÁRIO

<b>2</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>2.1</b>	<b>A CONAJE</b>	<b>4</b>
<b>2.2</b>	<b>A PESQUISA</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS</b>	<b>5</b>
<b>3.1</b>	<b>INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS DO JOVEM</b>	<b>5</b>
<b>3.1.1</b>	<b>IDADE</b>	<b>5</b>
<b>3.1.2</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>5</b>
<b>3.1.3</b>	<b>NÍVEL DE ESCOLARIDADE</b>	<b>6</b>
<b>3.1.4</b>	<b>RENDA FAMILIAR</b>	<b>6,7</b>
<b>3.2</b>	<b>MOTIVAÇÃO DO JOVEM PARA EMPREENDER</b>	<b>7</b>
<b>3.2.1</b>	<b>MOTIVOS A SE TORNAR EMPRESÁRIO</b>	<b>7</b>
<b>3.2.2</b>	<b>PREPARAÇÃO PARA EMPREENDER DURANTE IDADE ESCOLAR</b>	<b>8</b>
<b>3.2.3</b>	<b>CONECTIVIDADE COM O MUNDO EMPRESARIAL</b>	<b>9</b>
<b>3.2.4</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM ALGUMA ENTIDADE EMPRESARIAL JOVEM</b>	<b>9,10,11</b>
<b>3.3</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS DOS JOVENS EMPREENDEDORES</b>	<b>11</b>
<b>3.3.1</b>	<b>SEGMENTO, PORTE, GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA</b>	<b>11,12,13,14</b>
<b>3.4</b>	<b>AMBIENTE EMPREENDEDOR</b>	<b>14,15</b>
<b>3.5</b>	<b>ATUAÇÃO DO JOVEM EMPREENDEDOR</b>	<b>15,16,17,18</b>
<b>4</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>18,19,20</b>
<b>5</b>	<b>ENTIDADES FILIADAS</b>	<b>21</b>



## 2. INTRODUÇÃO

### 2.1 A CONAJE

A Confederação Nacional dos Jovens Empresários está presente em 24 estados e representa o empresariado jovem do país, conectando-se a uma rede de 36 mil empreendedores. Atua com projetos para integração, desenvolvimento, representatividade e inspiração do empreendedorismo jovem, desenvolvidos em seus 170 núcleos em todo o país.

Alguns de nossos projetos:

Feirão do Imposto - Minha Primeira Empresa - Conaje Capacita - Conaje Agro - Rede Conaje - Congresso Nacional de Jovens Empreendedores - Pesquisa do Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro

### 2.2 A PESQUISA

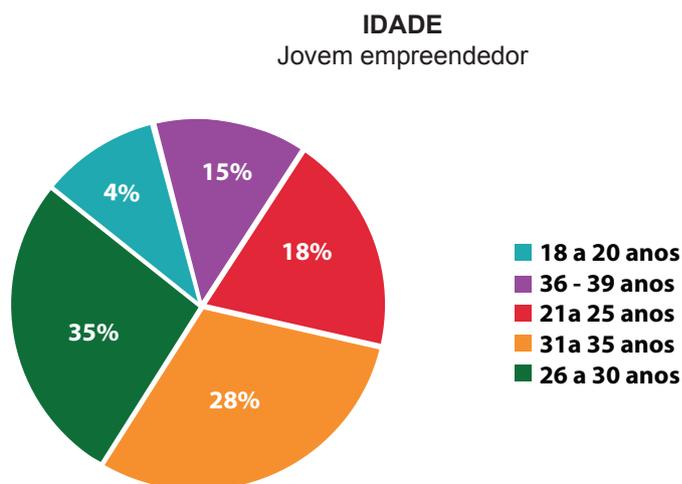
A Pesquisa “Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro” é um estudo da Conaje que apresenta o Raio X deste segmento no Brasil a cada dois anos, considerando seu perfil socioeconômico: idade, gênero, renda, escolaridade e também o perfil de suas empresas: segmento, porte, faturamento, número de funcionários, investimento e maturação. Além disso, abrange os aspectos do ambiente empreendedor e político-econômico do país e seus efeitos nas empresas dos jovens, que também apontam seus principais desafios internos (quanto à gestão) e externos (quanto ao cenário).

Em sua segunda edição, a pesquisa de 2015 traz comparações interessantes com a anterior e demonstra os avanços que os jovens empreendedores obtiveram, mesmo com a crise. Na edição de 2015 foram 5.060 respondentes e alcançou 27 estados, considerando para validação da pesquisa os empreendedores com faixa etária de 18 a 39 anos. A margem de erro foi de 5% e o intervalo de confiança de 95%.

### 3 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

#### 3.1 INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS DO JOVEM

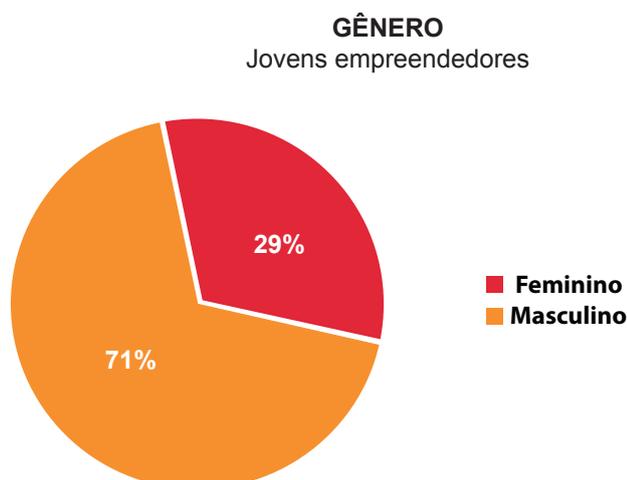
##### 3.1.1 IDADE



Entre os jovens que já empreendem, a faixa etária mais ativa está entre 26 e 30 anos de idade, com 35% dos entrevistados na pesquisa. Já entre os jovens que desejam se tornar empreendedores a faixa etária está entre 21 e 25 anos. Isto sugere que existe um tempo de maturação entre ter a ideia e a vontade de empreender, e também a consequente aplicação.

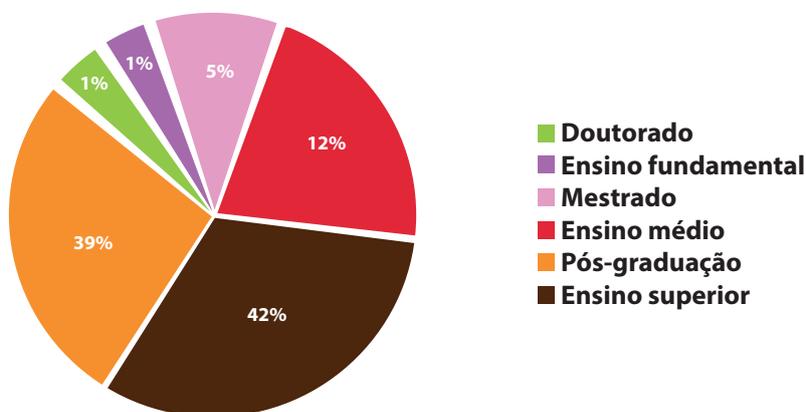
##### 3.1.2 GÊNERO

O sexo masculino predomina na atividade empreendedora entre os jovens brasileiros, demonstrando, assim, que os homens possuem maior interesse de empreender. Com isto, podemos perceber a necessidade da criação de uma cultura empreendedora entre o público feminino jovem, no entanto, os dados sobre escolaridade apontam diferenças interessantes no processo de “decisão de empreender” entre o homem e a mulher.



### 3.1.3 NÍVEL DE ESCOLARIDADE

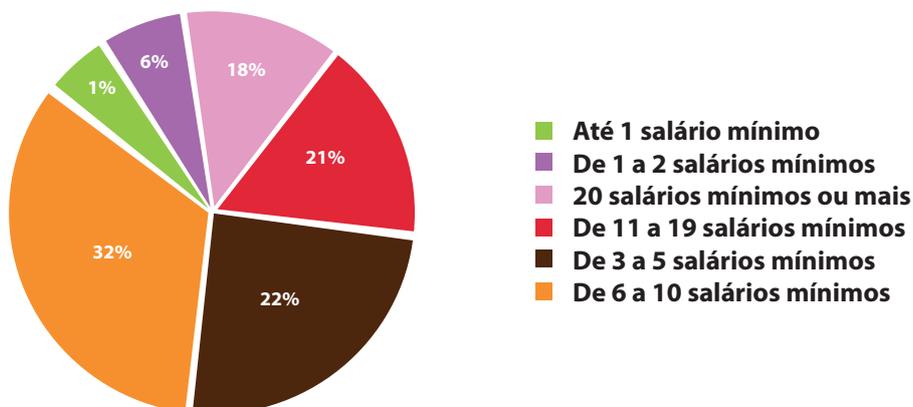
**NÍVEL DE ESCOLARIDADE**  
 Jovem empreendedor



Os jovens empreendedores buscam cada vez mais uma cultura educativa para empreender, demonstrado pelos indicadores de ensino superior e Pós Graduação com 42% e 39%, respectivamente. Ao analisarmos separadamente pelo gênero sexual, podemos observar que a grande maioria das mulheres (43,1%) possuem Pós Graduação e que a grande maioria dos homens (43%) respondentes a esta pesquisa possuem Graduação como maior nível de escolaridade. Estes dados demonstram que, apesar de em menor número, as mulheres se qualificam mais para começar a empreender.

### 3.1.4 RENDA FAMILIAR

**RENDA FAMILIAR**  
 Jovem empreendedor



Baseado em um salário mínimo de R\$ 788,00 podemos observar que a grande maioria dos jovens empreendedores (32%) possui uma renda de 6 a 10 salários mínimos, acompanhado por 3 a 5 salários e 11 a 19 salários mínimos com 22% e 21%, respectivamente. Estes dados mostram que a renda familiar ainda pode ser um impedimento para que o jovem consiga empreender.

Na correlação desses primeiros dados, percebe-se que os jovens colocam a preparação como fator importante na decisão de empreender, por isso amadurecem suas idéias de negócio enquanto se preparam para decidir empreender ao término da graduação ou pós graduação, por isso a faixa etária de 26 a 30 anos é a que mais empreende entre os jovens, e consequentemente é o perfil correspondente a quem já conseguiu conquistar uma renda mediana.

Estes indicativos trazem, em contrapartida, a reflexão de que o jovem com renda de até 3 salários mínimos empreende menos e que há uma eminente necessidade que o país invista em políticas públicas que incentivem o empreendedorismo e o primeiro negócio entre os jovens, como alternativa de geração do autoemprego e renda, sobretudo em tempos de crise onde os índices de desemprego aumentam e a perspectiva do jovem se torna limitada no mercado de trabalho.

Pensando nisso, a Conaje lidera o Programa Minha Primeira Empresa, implantado em Goiás e no Piauí reunindo em um só projeto: 1. capacitação 2. crédito orientado e 3. acompanhamento das empresas abertas no programa. O Minha Primeira Empresa já atendeu mais de 4 mil jovens que desejavam abrir seu primeiro negócio, abrindo mais de 300 empresas no país.

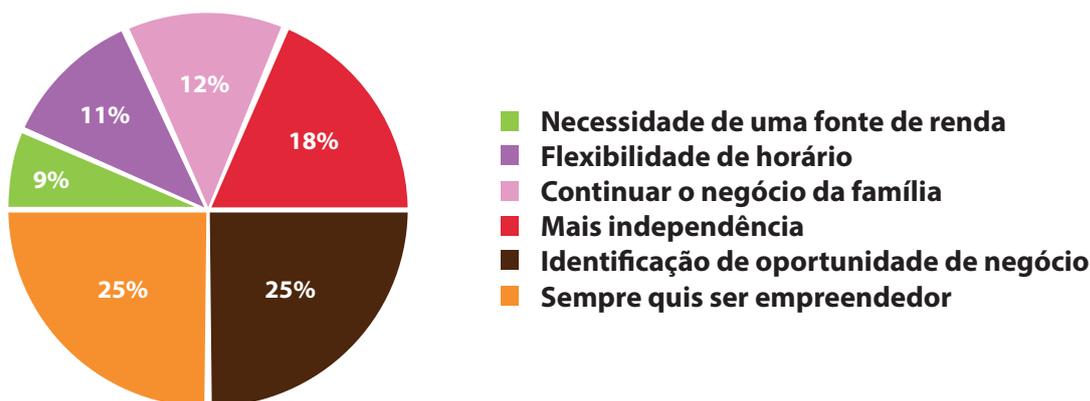
## 3.2 MOTIVAÇÃO DO JOVEM PARA EMPREENDER

### 3.2.1 MOTIVOS A SE TORNAR EMPRESÁRIO

41,4% dos jovens empreendedores relatam ter decidido ser empresário devido à identificação da oportunidade de um negócio seguido de 40,4% dos jovens que sempre tiveram a vontade de empreender. 29,6% dos jovens empreendedores colocam, ainda, a independência como principal fator de motivação. Estes fatores demonstram a grande capacidade de identificação de negócios pelos jovens e o seu ímpeto em adquirir a independência financeira, a qual pode se tornar um fator determinante no sucesso de empreender.

#### POR QUE DECIDIU SER EMPREENDEDOR?

Jovem empreendedor

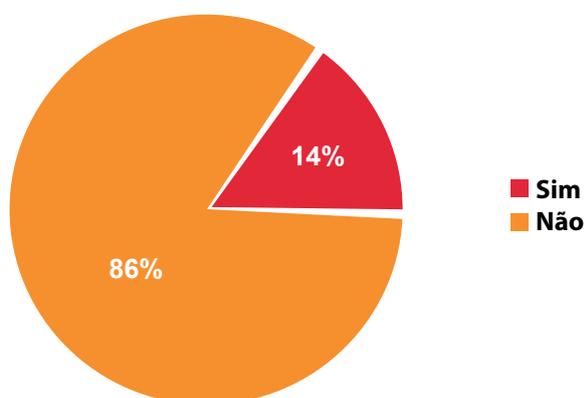


Este resultado pode ser ratificado no Relatório da Pesquisa Global de Empreendedorismo (2014), quando revela que o brasileiro tem empreendido por “oportunidade” e não mais por “necessidade”. A cada empreendedor que iniciou suas atividade por necessidade, 2,4 o fizeram por oportunidade. Entre os jovens empreendedores, a realidade é correspondente.

### 3.2.2 PREPARAÇÃO PARA EMPREENDER DURANTE IDADE ESCOLAR

A falta de qualificação é um dos principais motivos para que o jovem não possa ou tenha insucesso em empreender. Dentre os jovens entrevistados podemos observar que 86% relatam não ter passado por nenhum tipo de qualificação ou preparação ao longo da idade escolar, o que se torna alarmante visto que possuem diferentes programas e cursos para estimular o espírito empreendedor entre os jovens, no entanto, todos esses programas são de iniciativa privada e atuam de forma limitada quanto à escalabilidade, logo, o número de crianças que têm acesso a esse conteúdo é insuficiente. A educação empreendedora ainda não foi vista pelo governo como prioridade de política pública e a pesquisa aponta para a emergência nesta pauta como saída para o desenvolvimento do país a médio prazo, para geração de mais empregos, aumento de arrecadação e reestruturação econômica.

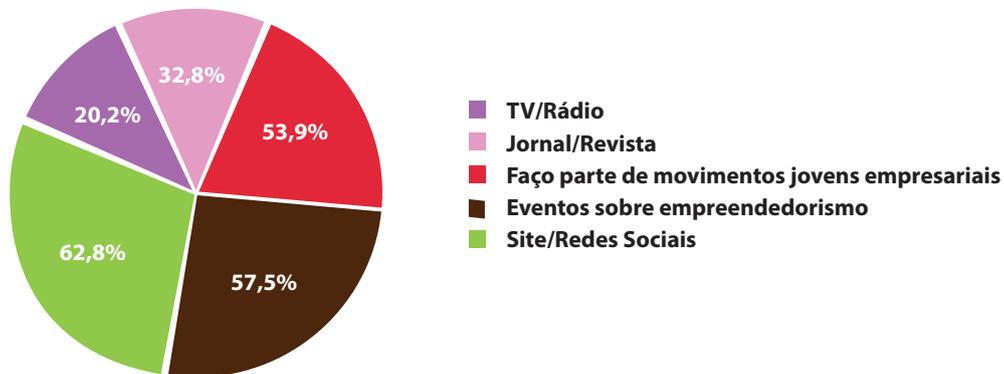
PREPARO PARA EMPREENDER  
Jovens empreendedores



Ao mesmo tempo, podemos entender que o jovem está pouco engajado em movimentos estudantis e programas de qualificação para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora. Sendo assim, os movimentos jovens necessitam de uma requalificação e a busca de uma nova maneira de atrair os jovens para que se qualifiquem na sua chegada ao empreendedorismo.

### 3.2.3 CONECTIVIDADE COM O MUNDO EMPREENDEDOR

**CONECTIVIDADE NO EMPREENDEDORISMO**  
 Jovens empreendedores

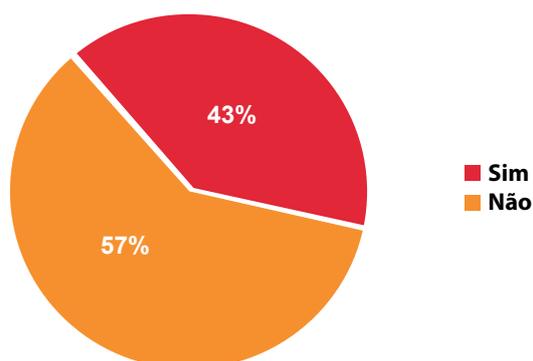


Podemos perceber que a grande maioria dos jovens empreendedores busca uma conectividade com o empreendedorismo através de Site/Redes sociais (62,8%), onde temos materiais de livre acesso e inserção. Para tanto, há uma continuidade de conexão através de eventos sobre empreendedorismo (57,5%) e participação em movimentos empresariais (53,9%). Estes dados revelam uma tendenciosa maneira de comunicação entre o mundo empresarial que são as redes sociais, as quais tornam mais rápidas e prática a maneira de adquirir informações, para tanto devemos articular estratégias para que o jovem, inclusive em idade escolar, possa estar mais presente em movimentos e eventos de cunho empresarial tornando-o cada vez mais capacitado e engajado para a inserção no ambiente empresarial.

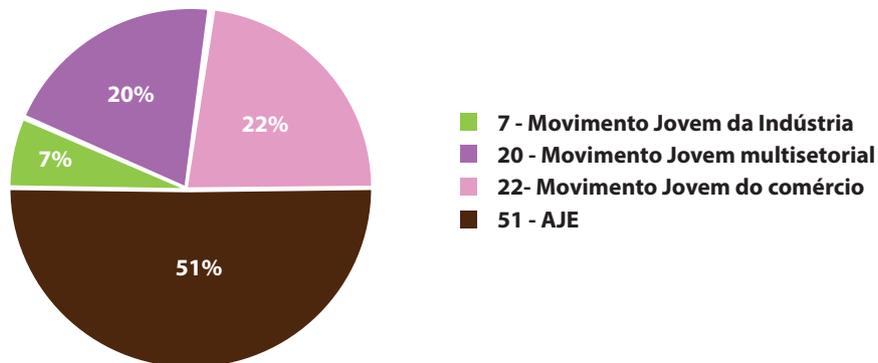
### 3.2.4 PARTICIPAÇÃO EM ALGUMA ENTIDADE EMPRESARIAL JOVEM

Podemos observar um crescimento no número de adeptos aos movimentos jovens empresariais, representado por 57% da amostra entrevistada (quando comparada a pesquisa anterior – 41%). A maior parte da amostra participa de AJE's - Associações de Jovens Empresários (51%), seguido por Movimento Jovem do Comércio (22%), demonstrando importantes nichos a serem explorados para a união e fortalecimento do movimento empresarial jovem.

**PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES JOVEM EMPREENDEDOR**

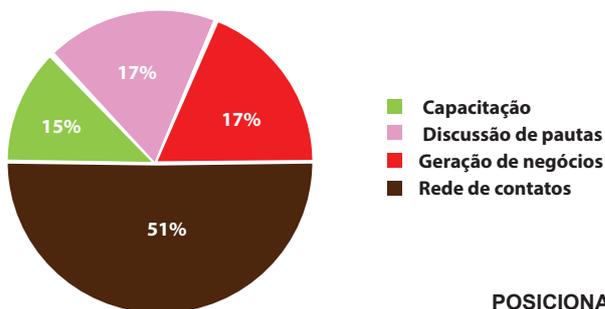


**MOVIMENTO JOVEM QUE PARTICIPA**

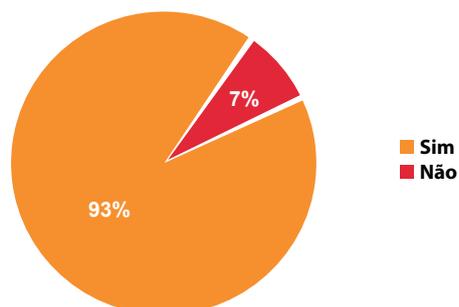


Ao unir-se a entidades empresariais, o jovem busca em sua grande maioria, estabelecer redes de contatos (51%), seguido por geração de negócios e discussão de pautas inerentes ao jovem empreendedor, ambos com 17%. Esta rede de contatos demonstra-se importante para o estabelecimento de novos negócios entre os jovens. Dentre os entrevistados mediu-se também a geração de negócios entre empresas da própria Conaje (22%), ou seja, “inter-estaduais”, dos quais, a sua maioria (71%) representa um volume de até 10 mil reais. O processo de geração de negócio em rede é, portanto, gradativo entre os jovens, visto que com a deficiência brasileira no ensino básico e até mesmo no ensino superior quanto ao “como empreender”, os jovens buscam as entidades associativas para suprir essa lacuna do conhecimento do ambiente empresarial e compartilhamento de suas experiências e dificuldades num primeiro momento, para que no segundo momento, o network formado na rede se converta em negócios. Este dado demonstra, ainda, a importância de se intensificar ações de negócios entre os jovens que já estão se organizando em redes empreendedoras e assim possam fortalecer negócios entre suas empresas, aumentando o volume e fluxo entre elas.

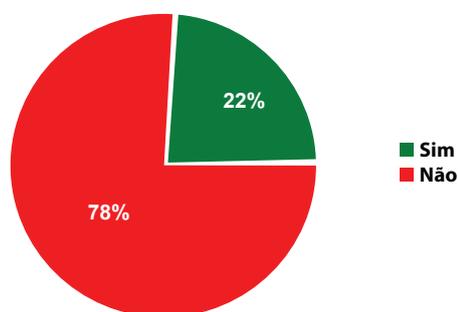
**O QUE BUSCA EM MOVIMENTOS JOVENS**



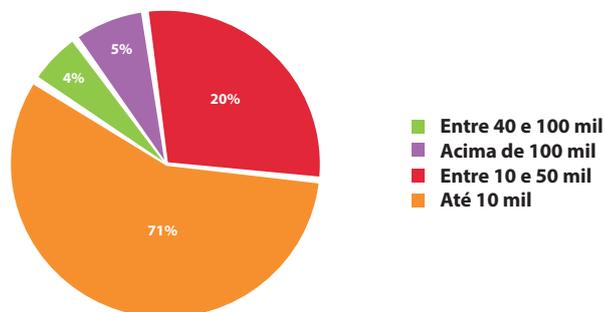
**POSICIONAMENTO POLÍTICO-ECONÔMICO DOS MOVIMENTOS JOVENS**



**NEGÓCIOS ENTRE EMPRESAS CONAJE**



**VOLUME DE NEGÓCIOS**



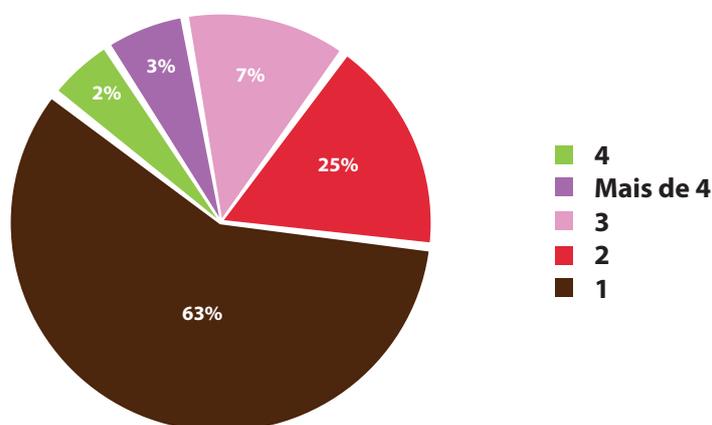
Se correlacionarmos os 57% dos jovens ligados a entidades empresariais jovens aos dados com o sucesso em seus negócios - através da idade da empresa - podemos observar uma correlação positiva ( $r=0,71$ ); o que nos faz perceber que o jovem que está ligado a estes movimentos consegue ter maior subsídio para estruturar e manter a gestão dos seus negócios. Da mesma forma, podemos correlacionar este jovem a um melhor faturamento da empresa ( $r=0,65$ ) e a busca por novos negócios ( $r=0,74$ ).

### 3.3 CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS DOS JOVENS EMPREENDEDORES

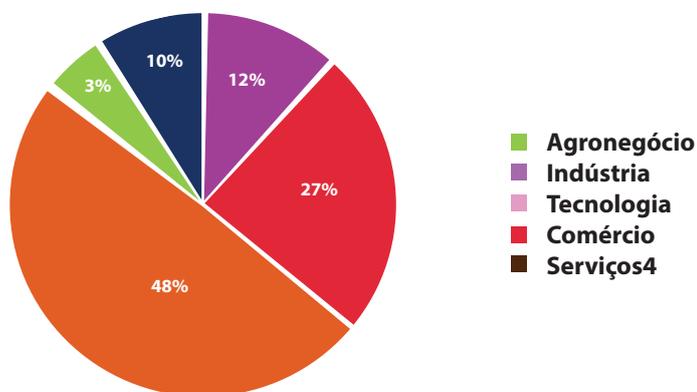
#### 3.3.1 SEGMENTO, PORTE, GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

Os jovens que empreendem possuem, em sua grande maioria, apenas uma empresa (63%) seguida por duas empresas (25%). Dentre as empresas, podemos notar que o setor de serviços (48%) e comércio (27%) são os que possuem a maior parte das empresas. Juntos correspondem a 75% das empresas do jovem empreendedor brasileiro.

**NÚMERO DE EMPRESAS QUE POSSUI**



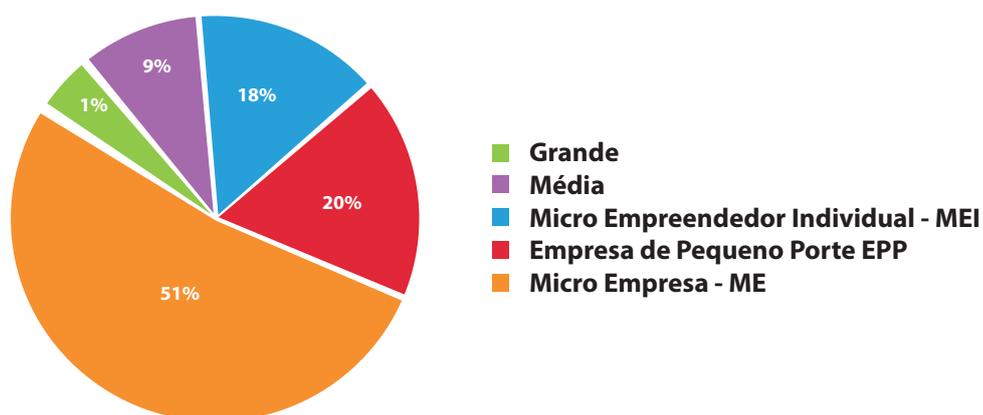
**SEGMENTO DA EMPRESA**



Quando analisado o porte da empresa podemos observar que a grande maioria dos jovens possui uma micro empresa (51%) ou uma empresa de pequeno porte (20%). Este segmento é muito importante ao cenário nacional de empregabilidade, pois estas micro e pequenas empresas tornam-se geradores de emprego e renda a grande parte da população.

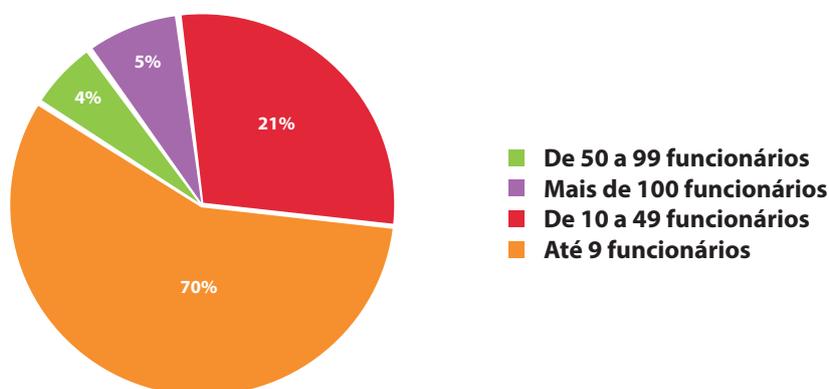
Outro dado importante é acerca da faixa de micro empreendedores individuais (18%), os quais possuem grande facilidade para abrir um negócio e regularizar o seu CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica). Esta vertente torna mais fácil o “empreender” para o jovem, visto que não possui tanta burocracia e investimentos. Considerando que MEIs e MPEs correspondem a 89% das empresas dos jovens empreendedores brasileiros, pode-se afirmar que estes jovens estão predominantemente amparados pelo tratamento diferenciado às micro e pequenas empresas previstos por lei, e grande parte é passível de aderir ao regime do SIMPLES NACIONAL que simplifica a tributação sob suas empresas. Ainda assim, verifica-se a necessidade de uma melhor orientação ao jovem empreendedor com este perfil de empresa, quanto às possibilidades e oportunidades que a legislação prevê e ferramentas empresariais de gestão criadas e destinadas a eles por órgãos governamentais, Sistema S e entidades empresariais.

**PORTE DA EMPRESA**



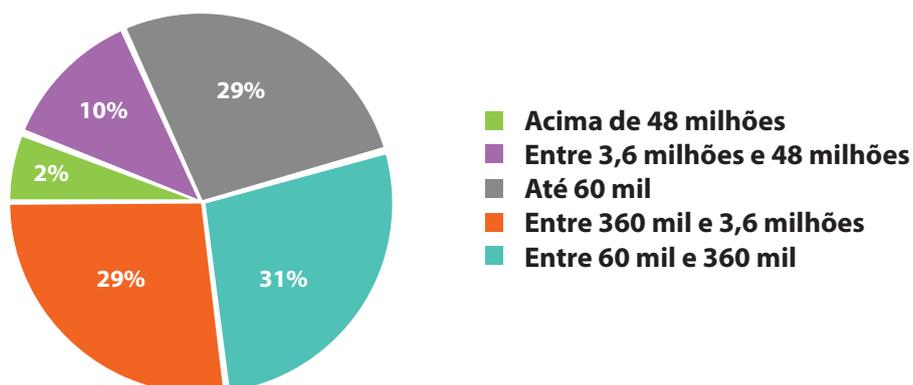
Economicamente é indiscutível a importância dos jovens empreendedores no país, onde a grande maioria das empresas (70%) responde por empregar até 9 funcionários e 21% delas por empregar de 10 a 49 funcionários. Estes dados demonstram um importante setor de investimentos para a geração de emprego e renda para a população. O incentivo ao empreendedorismo jovem, iniciando na educação de base como preparatório para o empreender, se mostra portanto como uma estratégia econômica viável e indispensável ao país. Políticas públicas de incentivo ao primeiro negócio, que desoneram o jovem empreendedor durante seu primeiro ano de empreendimento, por exemplo, são estratégias que se tomadas anteriormente, poderiam ter sido uma saída salutar para os jovens recém formados ou em graduação que sofrem hoje com a crise do desemprego.

### NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS



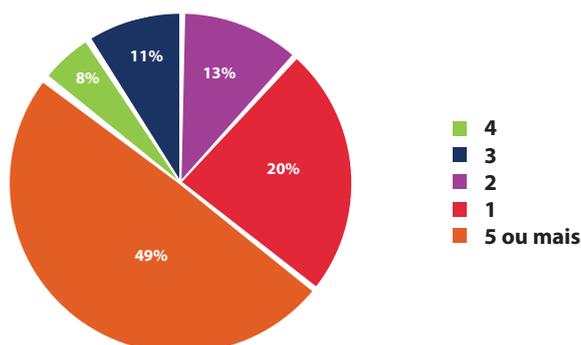
Além de gerar empregos, as empresas são responsáveis por geração de renda ao país, o que contribui para o desenvolvimento de áreas como educação e saúde. A grande maioria das empresas dos jovens possui faturamento bruto de até 360 mil reais ao ano, totalizando 59%. Se compararmos com os dados da pesquisa de 2014, podemos observar um aumento nos jovens que faturam mais do que 360 mil reais ao ano, e isso ratifica que se faz necessário o investimento de políticas públicas para que o jovem tenha o interesse de empreender e gerar, também, mais renda ao Brasil.

### FATURAMENTO ANUAL BRUTO



As empresas estão se tornando mais estáveis e duradouras, pois a maioria dos jovens entrevistados (49%) possui 5 anos ou mais de empresa. Este dado corrobora ao aumento do faturamento em relação ao ano anterior, pois quanto mais estabelecida está a empresa, melhor será o seu faturamento e duração.

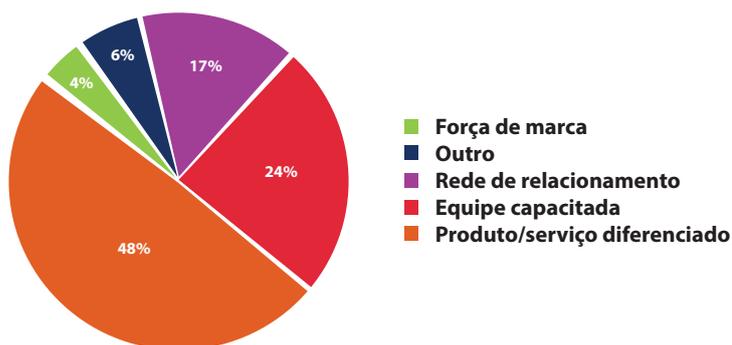
**IDADE DA EMPRESA**



### 3.4 AMBIENTE EMPREENDEDOR

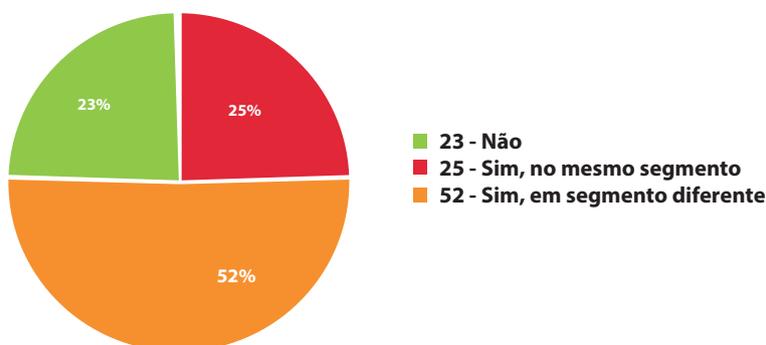
A grande maioria dos jovens empreendedores entende que para obter sucesso com a sua empresa deve ter um produto/serviço diferenciado (48%) como também uma equipe capacitada (26%). Dentre os jovens que responderam “outro” podemos observar muitas citações em relação ao “atendimento e gestão”.

**FATOR DE SUCESSO DA EMPRESA**



Apesar de observarmos que a grande maioria dos jovens possui solidez em suas empresas devido a idade delas, muitos jovens ainda querem abrir negócios em segmentos diferentes aos que atuam (52%). O motivo mais citado para que esta abertura não ocorra é que 35% dos jovens acreditam que o cenário econômico não é favorável, a qual se equilibra através dos 29% dos jovens que abririam de qualquer forma. Dentre os que responderam “outro” podemos citar como mais frequentes: burocracia e limitação de recursos.

**DESEJA ABRIR UM NOVO NEGÓCIO**



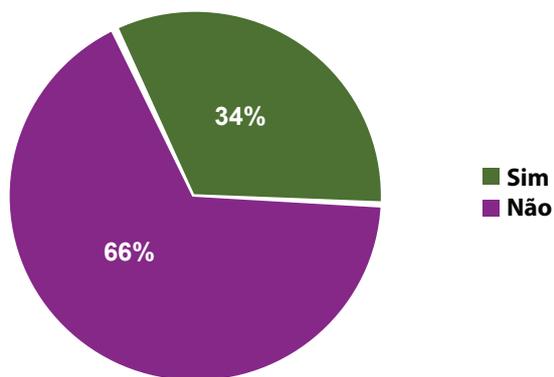
**MOTIVO PARA NÃO ABRIR UM NOVO NEGÓCIO**



Podemos observar que muitos jovens não acreditam no cenário político-econômico do país, em virtude de grandes fatos políticos e alterações econômicas importantes, porém quando correlacionamos esse dado com o jovem que participa de entidades empresariais, especificamente, há uma mudança de “crença”, pois este jovem acredita que o cenário do país pode ser alterado através da criação de oportunidades, observando-o como regular ( $r=0,81$ ), e que espera que as entidades tenham uma proposição e posicionamentos políticos, que coletivamente, faça a diferença no ambiente de negócios brasileiro, ainda que o cenário seja de crise. ( $r=0,91$ ). O jovem participante de entidades empresariais vê na defesa coletiva de interesses, uma estratégia para melhorias e enxerga oportunidade na crise.

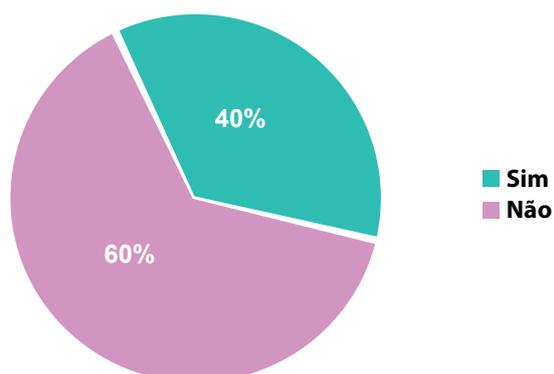
### 3.5 ATUAÇÃO DO JOVEM EMPREENDEDOR

Podemos observar que a grande maioria dos jovens não possui uma empresa familiar (66%), ou seja, iniciaram os seus próprios negócios. Em comparação ao ano anterior podemos observar que houve uma mudança neste cenário, pois havia um equilíbrio entre os jovens que iniciaram e os que seguiram um negócio.



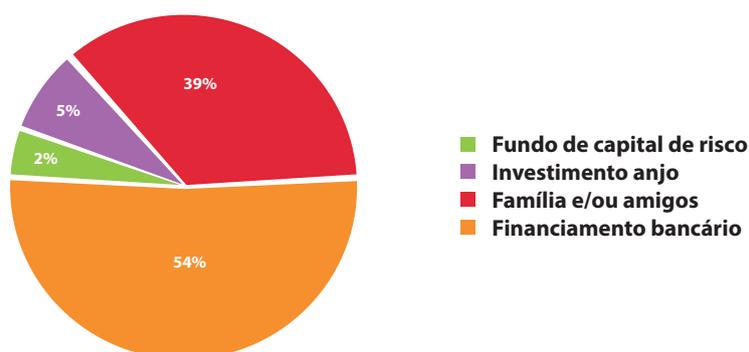
A grande maioria dos jovens empreendedores não obtiveram investimentos para a capitalização de suas empresas (60%). Este fato pode ser explicado pela maioria das empresas ser do ramo de “serviços”, as quais geralmente necessitam de menor capital de investimento e, assim, os jovens conseguem driblar a grande barreira para empreender.

#### OBTENÇÃO DE INVESTIMENTO PARA CAPITALIZAÇÃO



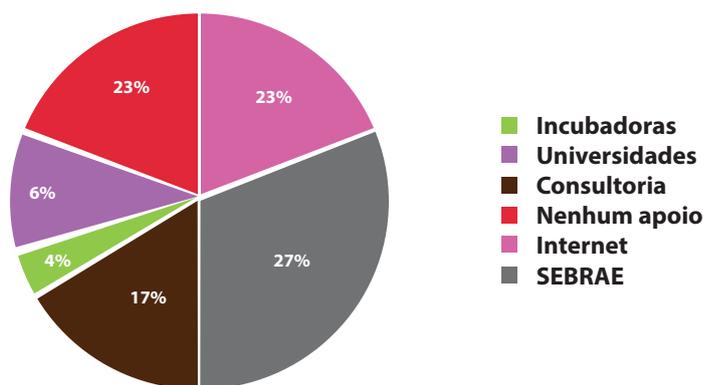
Dentre os 40% dos jovens que buscaram capitalização para a empresa, a maioria buscou através de financiamentos bancários (54%) ou através da família e/ou amigos (39%). Este dado se inverteu quando comparado à pesquisa anterior, em que a capitalização pela família e amigos correspondia a 47% e a bancária a 25%. Isso ratifica a maturação demonstrada pelas empresas dos jovens que tem se estabelecido de forma competitiva, e, conseqüentemente propiciou histórico favorável a financiamentos bancários para novos investimentos.

#### TIPO DE INVESTIMENTO



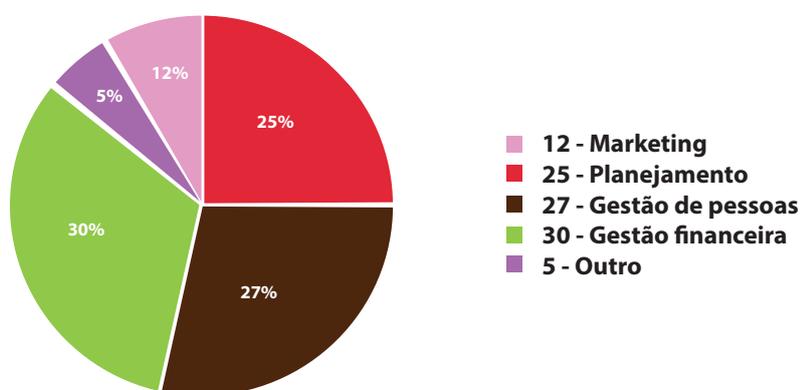
Quanto ao fato de buscar apoio para o crescimento da empresa em gestão, podemos observar que 27% da amostra estudada utiliza o SEBRAE como base para o auxílio e 23% dos jovens não buscaram nenhum tipo de apoio, enquanto o mesmo percentual buscou apoio através da internet. Sabe-se que o crescimento de redes de educação a distância – EAD e a busca através de sites é realizada nos dias atuais, contudo deve-se ter um cuidado nas fontes onde estão sendo preparados estes jovens. Ao mesmo tempo, a internet demonstra-se como um importante nicho de apoio para empresas e organizações deste setor.

**BUSCA DE APOIO PARA ABERTURA OU CRESCIMENTO DA EMPRESA**



Neste contexto, analisa-se que o indicativo de “não ter buscado algum tipo de apoio” para abertura ou crescimento do negócio, ou ainda, o uso da internet com este fim por parte dos jovens, pode refletir nos problemas de gestão interna da empresa, tais como: gestão financeira (31%), gestão de pessoas (27%) e planejamento (25%), apontados como principais dificuldades em sua gestão. Estes fatores podem ser minimizados através do estabelecimento de uma cultura e educação empreendedora, o que fará com que atinjam maior sucesso no empreendedorismo.

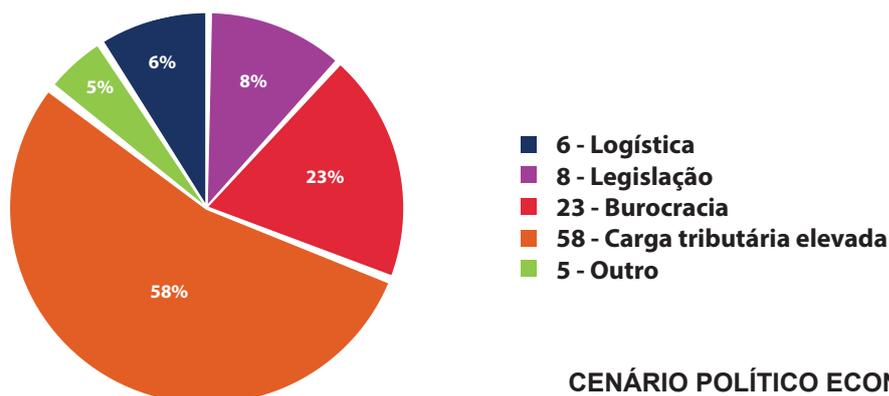
**PRINCIPAL DIFICULDADE NA GESTÃO INTERNA**



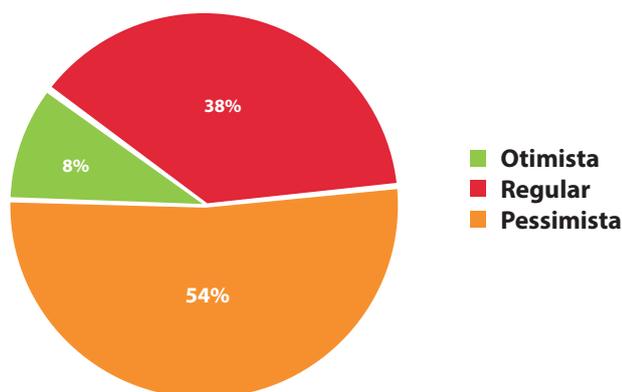
Os principais desafios externos encontrados pelo jovem empreendedor hoje são: carga tributária elevada (58%) seguido por burocracia (23%). Estes fatores urgem por políticas públicas mais favoráveis ao investimento e facilitação na abertura de empresas, as quais são responsáveis por grande geração de empregos e renda. Um dos fatores mais citados na resposta “outro” foi a concorrência. Infelizmente,

as últimas medidas econômicas adotadas no Brasil caminha na contra mão do país para a construção de um ambiente de negócios salutar. A carga tributária vem aumentando e o aumento desnecessário da burocracia acompanha os “pacotões econômicos” de emergência, o que gera mais prejuízo ao empreendedor e culmina em cortes e demissões, principalmente.

#### PRINCIPAIS DESAFIOS EXTERNOS



#### CENÁRIO POLÍTICO ECONÔMICO NO PAÍS



Apenas 8% dos jovens empreendedores enxergam o cenário político econômico do país como otimista, o que nos reflete uma insegurança para esta importante classe de empregabilidade e renda.

## 4 CONCLUSÃO

Este estudo permite concluir que a principal faixa etária em que o jovem empreende compreende dos 26 aos 30 anos de idade. A maior parte deles possui nível superior, sendo que as mulheres buscam atingir a pós graduação antes de empreender.

As principais dificuldades enfrentadas são a burocracia, a falta de capacitação, a concorrência e a dificuldade no acesso ao crédito, apesar de muitos atingirem financiamentos bancários para crescer. A busca pela melhor capacitação e preparação do jovem, decorrente da lacuna deixada pelo ensino formal no incentivo ao empreendedorismo, está baseada na participação em entidades empresariais

jovens como estratégia adotada por eles para expansão de rede de contatos e busca de novos nichos de atuação para empreender. Hoje, a grande maioria dos jovens está buscando acesso a informações de cultura empreendedora através da internet, o que demonstra ser uma importante ferramenta de atuação das entidades jovens e de escolas de formação.

O sentimento de um cenário político e econômico desfavorável demonstra a importância de políticas públicas voltadas para o entendimento do empreendedorismo desde a base educacional, diminuindo as dificuldades enaltecidas pelos jovens nesta pesquisa. O incentivo à participação e regularização de empresas devem ser desburocratizadas e até desoneradas para que o jovem sinta-se mais atraído para o ambiente empreendedor, pelo menos para a primeira empresa.

Grande parte dos jovens está entre micro e pequenos empresários, empregando até 49 funcionários e com um faturamento de até 360 mil reais. Este nicho representa a importância da melhora no cenário político e econômico visto que os jovens buscam crescer através de uma capacidade criativa para que, assim, possam gerar mais emprego e renda ao Brasil.

## **A PESQUISA APONTOU, PORTANTO, O SEGUINTE “PERFIL DO JOVEM EMPREENDEDOR BRASILEIRO”:**

- 26 a 30 anos é a faixa que mais empreende;
- Predominantemente homens;
- Ensino superior concluído, porém as mulheres em sua maioria (43%) buscam a pós graduação para empreender;
- A vontade de ser um empreendedor e a identificação de uma oportunidade de negócio são os principais motivos para serem empreendedores;
- 86% não busca preparação para ser empreendedor;
- Utiliza site e redes sociais como meio de comunicação seguido de participação em entidades empresariais jovens. TV/Rádio são os meios mais utilizados;
- Busca o aumento da rede de contatos quando está associado a entidades empresariais jovens e espera que estes movimentos tenham posicionamentos políticos quanto a pautas empreendedoras;
- O jovem não utiliza estas entidades para fechar novos negócios imediatos. Os negócios acontecem gradativamente e a maioria dos negócios fechados giram em torno de até 10 mil reais;
- Os jovens participantes de entidades jovens conseguem ter maior subsídio para estruturar e manter seus negócios.
- Em geral, possui somente uma empresa. Sendo prevalente o ramo de “serviços” e o menos procurado de “agronegócios”;
- A maioria de suas empresas estão entre micro e pequenas empresas e empregam até 9 funcionários com um faturamento de até 360 mil reais ao ano. O segmento que fatura entre 360 mil reais e 3,6 milhões ao ano, vem crescendo e as empresas estão se tornando mais sólidas, tendo a maioria mais de 5 anos;
- Acreditam que para obter sucesso em seus negócios precisam ter um produto/serviço diferenciado;



- Muitos pretendem abrir uma outra empresa em um segmento diferente, porém não o fazem por achar o ambiente econômico desfavorável;
- A maioria não pertence a empresas familiares e não buscam recursos para capitalização;
- Os jovens que buscam investimentos, em sua maioria, o fazem através de financiamentos bancários;
- Os jovens que buscam apoio para abrir ou crescer a empresa (pelo SEBRAE, por exemplo) estão equiparados com aqueles que não buscam qualquer tipo de apoio ou o fazem através da internet;
- A sua grande dificuldade é a gestão financeira e a carga tributária elevada;
- A grande maioria considera o cenário político econômico do país pessimista.

# ENTIDADES FILIADAS A CONAJE

PERFIL DO JOVEM EMPREENDEDOR BRASILEIRO





**CONAJE**

Confederação Nacional  
dos Jovens Empresários

[WWW.CONAJE.COM.BR](http://WWW.CONAJE.COM.BR)