

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
FACULDADE DE ECONOMIA

CAROLINE DE SOUSA SILVA

**ALTERAÇÃO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR DE MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA**

Juiz de Fora

2022

CAROLINE DE SOUSA SILVA

**ALTERAÇÃO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR DE MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof^a. Vanessa Ragone Azevedo

Juiz de Fora

2022

de Sousa Silva, Caroline .

Alteração do perfil do empreendedor de micro e pequenas empresas no Brasil durante a pandemia / Caroline de Sousa Silva. -- 2022.

39 f.

Orientadora: Vanessa Ragone

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Economia, 2022.

1. Panorama da micro e pequenas empresas no Brasil. 2. Impactos da pandemia. 3. Perfil do empreendedor Brasileiro. 4. O mercado digital como alternativa a crise. I. Ragone, Vanessa , orient.
II. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus primeiramente por me permitir chegar até aqui ultrapassando todas as barreiras e desafios ao longo do curso.

Agradeço a minha família, em especial minha mãe, madrinha e minha tia, sem dúvidas foram e são cruciais para o meu sucesso nessa caminhada nos momentos difíceis, por nunca medirem esforços para me proporcionar um ensino de qualidade, pelo companheirismo e cumplicidade e por todos os momentos delicados. A elas a minha eterna gratidão.

Agradeço também a minha orientadora por me auxiliar nesse trabalho sempre com paciência e dedicação sempre no meu tempo e sempre disposta à agregar e compartilhar conhecimento.

Agradeço a UFJF por poder me proporcionar um ensino de qualidade e sempre terei orgulho em dizer que me formei em uma instituição pública.

RESUMO

A pandemia de Covid-19 evidenciou o quanto os micros e pequenos empreendedores brasileiros possuem pouco apoio por meio de políticas públicas, sendo essas essenciais para manutenção das suas empresas. Assim, traçar o perfil do empreendedor durante esse período auxilia a compreender de que forma podem ser realizadas ações de fomento a economia e políticas sociais para esse público, a fim de gerar empregos em pequenas empresas e a manter micro empresas em pleno funcionamento. O presente trabalho tem como objetivo detectar como os impactos da crise causada pela pandemia do coronavírus afetaram o perfil do micro e pequeno empreendedor no Brasil a partir dos dados trimestrais da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADC) para o ano de 2020 em comparação ao perfil encontrado entre 2015-2019. Assim, foram analisados dados como sexo, idade, raça, escolaridade, possuir ou não o CNPJ da empresa e os rendimentos da empresa. A fim de analisar os dados utilizou-se o método de uma análise exploratória, com a finalidade de indicar a evolução de cada perfil ao decorrer dos trimestres. Como resultado, obtivemos que ocorreram mudanças no perfil do empreendedor durante a pandemia, dentre elas as principais foram o aumento da regularização do CNPJ de empresas e a diminuição do rendimento dos micros e pequenos empreendedores ao longo dos trimestres.

Palavras-chave: perfil empreendedor, micro e pequeno empreendedor; pandemia.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic showed how little Brazilian micro and small entrepreneurs have support through public policies, which are essential for the maintenance of their companies. Thus, tracing the profile of the entrepreneur during this period helps to understand how actions to promote the economy and social policies can be carried out for this audience, in order to generate jobs in small businesses and keep micro-enterprises in full operation. The present work aims to detect how the impacts of the crisis caused by the coronavirus pandemic affected the profile of micro and small entrepreneurs in Brazil from the quarterly data of the National Continuous Household Sample Survey (PNADC) for the year 2020 compared to the profile found between 2015-2019. Thus, data such as sex, age, race, education, having or not the company's CNPJ and the company's earnings were analyzed. In order to analyze the data, the method of an exploratory analysis was used, in order to indicate the evolution of each profile over the quarters. As a result, we found that there were changes in the profile of the entrepreneur during the pandemic, among them the main ones were the increase in the regularization of the CNPJ of companies and the decrease in the income of micro and small entrepreneurs over the quarters.

Keywords: micro entrepreneurs; pandemic, entrepreneurs.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
2	PANORAMA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL	7
2.1	IMPACTOS DA PANDEMIA.....	8
2.2	O MERCADO DIGITAL COMO ALTERNATIVA A CRISE.....	10
3	PERFIL DO EMPREENDEDOR	11
3.1	PERFIL DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO	12
3.2	O EMPREENDEDORISMO DURANTE A PANDEMIA E AS TENDÊNCIAS DE MUDANÇAS	18
4	METODOLOGIA E BASE DE DADOS.....	21
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
5.1	Sexo.....	22
5.2	Escolaridade	23
5.3	Idade	26
5.4	Raça.....	27
5.5	Condição familiar	28
5.6	CNPJ.....	30
5.7	Rendimentos.....	32
6	CONCLUSÃO.....	34
	REFERÊNCIAS	36

1 INTRODUÇÃO

A pandemia causada pelas altas taxas de disseminação do SARS-CoV-2 trouxe à tona diversos desafios que ultrapassam o campo da infectologia e impactam diretamente na saúde econômica dos países. Considerando o contexto do Brasil, dentro do cenário pandêmico, torna-se necessário entender que uma das formas de controle da disseminação do vírus deu-se através do controle do fluxo de pessoas através do chamado *lockdown* e isolamento social.

Com o isolamento, as atividades econômicas e sociais que constituem aglomeração de pessoas são restringidas ou proibidas, impactando na economia local, regional e global, com redução de consumo de bens e serviços pela população com impacto na redução de faturamento, redução na arrecadação pública de tributos e redução de empregos (BRASIL, 2020; FREITAS, NAPIMOGA E DONALISIO, 2020; SEBRAE, 2020a).

O cenário brasileiro exige importante atenção, com 99% do total das empresas enquadrando-se em micro e pequenas empresas (MPE) e respondendo por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado, entender o impacto da crise nessa categoria e as formas utilizadas para superá-lo é essencial para guiar a recomposição e remodelamento do mercado como um todo (SEBRAE, 2020b).

Atividades relacionadas ao empreendedorismo são diretamente dependentes de variáveis geopolíticas e macroeconômicas que extrapolam o domínio do empreendedor. Fatores econômicos estão entre os mais relevantes e de grande impacto no funcionamento dos micros e pequenos negócios. Períodos de crise favorecem a concepção dessa classe de empreendedores que nasce em um contexto de baixa empregabilidade e necessidade de autossustento, o que desfavorece o planejamento prévio à abertura do negócio e faz com que esses empreendimentos tenham baixas perspectivas de crescimento durante período de recessão (DEVECE, PERIS-ORTIZ E RUEDA-ARMENGOT, 2016).

As MPEs possuem especificidades organizacionais, contextuais, estratégicas e diretivas que as tornam singulares em vários aspectos, tais como informalidade, proximidade, simplicidade, centralização e escassez de recursos, marcadas por uma administração não profissional e gestão pessoal, mas que diante dos desafios necessitam atualizar-se permanentemente e sistematicamente em termos de gestão e livrar-se de atividades com baixo valor agregado (DELGONARO *et. al*, 2014).

Podemos destacar quatro grandes questões abarcadas pelo impacto da pandemia: i) o impacto e a propagação da crise a partir da necessidade ou imposição do isolamento fruto do recolhimento voluntário ou imposto pelo poder público; ii) a incerteza das projeções em relação

ao ambiente macroeconômico, principalmente, sobre a profundidade e duração da crise; iii) o “grupo de risco” mais sensível do universo empresarial formado pelas micro e pequenas empresas (MPE’s) que possuem limitado capital de giro e baixíssimas reservas (BARTIK *et al.*, 2020); e, iii) tempo de duração *versus* tempo de amparo estatal, uma vez que o tempo de sobrevivência sem faturamento das MPEs é, em média, de apenas 23 dias (SEBRAE, 2020b; NOGUEIRA, SILVA E CARVALHO, 2020).

Alternativas como o uso do marketing digital, plataformas de mídia e aplicativos para divulgação e venda de produtos e serviços mostraram-se um recurso necessário que amplia o alcance ao público e garante acesso a novos mercados inexplorados. Porém, a adaptação a essa nova estratégia passa por desafios e questões que podem estar relacionadas ao perfil do empreendedor.

O presente trabalho possui como objetivo principal detectar como os impactos da crise causada pela pandemia do coronavírus afetaram o perfil do micro e pequeno empreendedor no Brasil a partir dos dados trimestrais da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADC) para o ano de 2020 em comparação ao perfil encontrado entre 2015-2019, verificando se há uma ruptura ou mudança mais acentuada durante o período pandêmico. A fim de chegar até o objetivo principal, foi utilizado a metodologia de análise exploratória dos dados considerando a identificação dos pequenos e microempreendedores respondentes.

2 PANORAMA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL

No Brasil, as Leis Complementares nº123, nº128 e nº155 estabelecem um tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte, através de normas gerais. A partir dessa classificação enquadram-se como microempresas as organizações que possuem receita bruta anual de até R\$360.000,00 e empresas de pequeno porte as empresas que possuem receita bruta anual de até R\$ 4,8 milhões, além dessas categorias também são contempladas nas leis complementares a figura do Microempreendedor Individual (MEI), definido pela Lei complementar nº 128, possui regime tributário desburocratizado e receita bruta anual de até R\$81.000,00 (BRASIL, 2006; 2008; 2016).

De acordo com dados do *Global Entrepreneurship Monitor* – Empreendedorismo no Brasil no ano de 2019 o Brasil possuía 51,9 milhões de pessoas ou 38% da população do país envolvida na criação ou manutenção de algum negócio, sendo o segundo maior patamar da série histórica criada desde 2002. Esse crescimento se contrapõe aos desafios encontrados pelos novos empreendedores resultando no aumento da taxa de insucesso nos empreendimentos. Os principais motivos apontados pela mortandade precoce das empresas foram: falta de capital

(19%), encontrou outra atividade de atuação (14%), falta de clientes (9%), problemas particulares (9%) e problemas de planejamento/administração (8%) (GEM 2018/2019; SEBRAE, 2020c).

Outro ponto que se pode destacar é a fragilidade das micro e pequenas empresas em se adaptar as adversidades impostas pelo mercado, parte significativa dessa dificuldade deriva da dificuldade da gestão de caixa, afetando principalmente os setores de alimentação, turismo e transporte (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020b).

No período pré-pandemia, conforme as incertezas sobre o cenário econômico, os investimentos e o consumo de bens e serviços diminuiu, tanto internamente, quanto externamente, pois a queda de produção mundial impactou nos valores de produtos importados e exportados para o Brasil. A redução do comércio gerou várias ações na economia do país, tais como: o decaimento da produção em indústrias e a redução jornada de trabalho, além da demissão de trabalhadores, aumento de falências e retração da oferta de crédito pelo setor bancário, devido à ampliação do risco do investimento (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020b).

Dentre os dados da situação citada acima foi observado que, durante a pandemia, cerca de 60% das empresas de pequeno porte obtiveram o crédito financeiro, na forma de empréstimo, negado, devido a impossibilidade de comprovação de renda para efetuar o pagamento. Nesse momento, surgiu uma solução por parte do governo, pois o BNDES ofereceu linha de crédito para micro, pequenas e médias empresas com taxas de juros menores e prazo de pagamentos maiores (SILVA, MYGRE LOPES, 2020).

2.1 IMPACTOS DA PANDEMIA

Nas micro e pequenas empresas, a pandemia foi um fator de peso que contribuiu para a redução de lucro e no pior dos casos o encerramento das atividades das mesmas. Na maioria dos casos esses perfis de empresas trabalham diretamente com o público para prestação de serviços e venda de bens, essas atividades tiveram grande impacto devido as medidas sanitárias implantadas na maioria dos estados e municípios, como a restrição da circulação de pessoas em determinados locais, além da suspensão obrigatória de diversas atividades.

Durante a pandemia, uma pesquisa realizada com micro e pequenas empresas nacionais indicou que 58,9% das organizações interromperam temporariamente o funcionamento, enquanto 31% modificaram a forma de funcionamento, 6,6% continuaram funcionando da mesma maneira, e 3,5% encerraram as atividades até março de 2020. Entre as empresas que

modificaram o modelo de funcionamento, 41,9% passaram a funcionar através de vendas online (SEBRAE, 2020b).

Dentre os resultados dessa mesma pesquisa é possível constatar que o mercado reagiu negativamente a tal fato, dentre exemplos dessa reação, podemos citar que na maioria das empresas (65%) o ano de 2020 representou a queda de um terço de seu orçamento, comparado a anos anteriores, ocorreu um aumento no número de empresas que recorreram aos empréstimos para quitar moratória e dívidas (SEBRAE, 2020b).

Além dos problemas citados anteriormente, podemos destacar ainda um aumento na proporção de empresas de pequeno porte que registram dificuldades em manter seu próprio negócio - os quais antes registravam 47%, registraram cerca de 57% (SEBRAE, 2020b). É possível verificar também que ocorreu uma piora nas expectativas que as coisas voltem ao normal, influenciando no posicionamento dos micro e pequenos empreendedores.

Nesse panorama, grande parte das empresas tomaram decisões em suas gestões tais como a demissão de seus funcionários, a redução da jornada de trabalho e o pagamento de parte dos salários por meio de recursos da união, essas medidas foram facilitadas pela flexibilização da legislação trabalhista do Brasil, ao qual surgiu com a ideia de preservar empregos.

Com essa ideia, surgiram concessões como a Medida Provisória 1.405, que permitia a redução de jornada de trabalho e conseqüentemente a redução salarial em 25%, 50% e até 75%. É importante ressaltar que já havia o artigo 7 da Constituição Federal que possibilitava a redução salarial, porém com a nova medida é permitida um acordo individual, o qual pela constituição era permitida apenas acordos coletivos ou por convenção.

A MP 1.405 também permitiu a suspensão contratual pelo espaço de em um prazo máximo de sessenta dias. Este período também poderia ser fracionado no período de 30 dias, impondo que todos os benefícios ao empregado durante o período de suspensão, durante o estado de calamidade pública.

Assim, dentre as medidas tomadas pela maioria das empresas de pequeno porte e microempreendedores 28,8% optaram por realizar férias coletivas e 33,3% optaram pela suspensão do contrato de trabalho, além de 19,1% realizaram a redução da jornada de trabalho. Portanto, é possível observar que aproximadamente um terço dessas empresas decidiram não adotar nenhuma das possibilidades da medida provisória, o que demonstra o efeito da flexibilização da legislação no mercado de trabalho durante a pandemia (CARVALHO, 2020).

Apesar do período de pandemia ser prejudicial a maioria das pequenas empresas, o mesmo também proporcionou a um período de criação de outras empresas, principalmente as de crescimento rápido com ideias aplicáveis, como as *startups*. As medidas restritivas criaram as

necessidades de atender ao mercado de formas diferentes, por exemplo por meio de *sites* e aplicativos, gerando assim uma melhoria nas plataformas virtuais e aumentando a competitividade de algumas empresas, por exemplo as de ramo da alimentação e de tecnologias da informação.

O setor que mais se destacou durante o período da pandemia foi o alimentício, com atenção especial a alimentação fora do lar, o segmento representa 34% dos gastos com alimentos dos lares brasileiros, o estudo aponta que 43% dos pequenos negócios do setor de alimentos e bebidas realizaram alterações no funcionamento. Tal setor possui aptidão e grande potencial de crescimento para demanda por *delivery*, *drive-thru*, porém a entrada de outros setores no mercado digital também foi acompanhada de maiores chances de sobrevivência do negócio (SEBRAE, 2020b).

Além do comércio de produtos, o comércio de serviços também teve uma alteração, com o aumento no número de pessoas trabalhando em regime de home-office, foi possível verificar uma maior demanda de algumas áreas por exemplo a construção civil, pois o número de pessoas que investiram em reformas e manutenção de seus imóveis aumentou, o que conseqüentemente aumentou o valor dos produtos envolvidos em obras (PEREIRA, 2020).

Assim, pequenos proprietários de casas de materiais de construção civil, além de pequenas empreiteiras e trabalhadores do grupo de microempreendedores individuais - como profissões como pedreiros, eletricitas, designers de interiores, entre outros profissionais - que obtiveram suas demandas reagindo negativamente aos impactos referentes a pandemia de COVID-19.

A partir do cenário traçado, abaixo será discutido a ampliação dos mercados digitais como uma das alternativas ao cenário conjuntural.

2.2 O MERCADO DIGITAL COMO ALTERNATIVA A CRISE

Durante o período da pandemia, observou-se um grande desenvolvimento de vendas de produtos online, o que proporcionou uma revolução nos sistemas que facilitam contato entre o fornecedor e o consumidor final. Portanto, com o isolamento social e grande parte das pessoas se adaptando em novas rotinas em suas casas, seja para trabalhar ou para se precaver, tornou-se necessário a adaptação do mercado a demandas sendo respondidas de forma mais rápida e seguras, aumentando assim a concorrência pela atenção dos clientes no *e-commerce* o que gera benefícios para os clientes.

Dentre os benefícios da evolução do comércio digital, podemos citar o conforto, pois os usuários podem receber suas compras em sua residência, seja como forma de refeição ou de

produtos de compras domésticas, menores prazos, diversidade de produtos, mais flexibilidade de rede de entregadores – pois diversas companhias realizam o serviço, o que pode acarretar na diminuição do preço dos fretes - um exemplo que ilustra essas mudanças é o preço do frete dos produtos como o arroz, pois para enviar um pacote de 5 quilos de Curitiba a Porto Alegre pelos correios custava R\$ 47,69 já por meio de aplicativos como a Asap seu frete será custeado por R\$ 24,46 (DUARTE, 2020).

É possível destacar também o trabalho de ferramentas como o *marketing digital*, ao qual ocorreu um crescimento expressivo durante esse período. Basicamente, essa ferramenta direciona determinados produtos para o consumidor baseado em seu comportamento, atingindo assim diversas pessoas e grupos e oferecendo a melhor experiência possível para o consumidor final. Grandes empresas e redes sociais como *Facebook*, *Intagram*, *YouTube*, entre outras, tomam a liberdade de personalizar buscas baseado em banco de dados de determinados usuários, utilizando assim as pesquisas na web a seu favor (ROSA.2017).

No início do período de pandemia, as compras online apresentaram um crescimento de 26,7% em 2020, se comparadas ao mesmo período de 2019, segundo uma pesquisa da Compre&Confie (DUARTE, 2020). Dentre os produtos em destaque de vendas temos os de higiene e saúde – como relação a venda de medicamentos uma pesquisa da UFF da destacou que o comércio de remédios (UFF, 2020) - produtos de esporte e lazer, podendo ser visto como uma ação contraposta ao fechamento de academias, parques públicos e outros locais e atividades que sejam permitido um maior número de pessoas.

Apesar dos benefícios do mundo digital, é importante ressaltar que parte das micro e pequenas empresas brasileiras tem dificuldade em desenvolver vendas online, cerca de 43% dessas tem problemas ao expor o seu produto online e 49% para vende-los. Ainda, segundo essa pesquisa 76% das pequenas empresas pretendem fazer mais investimentos para ampliar a digitalização da empresa. Assim, as maiores dificuldades relatadas foram a falta de profissionais com habilidade e conhecimentos no mercado (55%), a falta de recursos financeiros (42%), a falta de tempo (19%) e a falta de acesso à internet (2%) (SEBRAE; MPE, 2021).

3 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O empreendedorismo é a pedra fundamental de todo e qualquer projeto de inovação, sendo uma importante atividade para o crescimento econômico de uma nação. O empreendedor consegue perceber uma oportunidade onde a maioria das pessoas não a percebem, desta forma ele consegue inovar utilizando os recursos disponíveis de maneira criativa, desenvolvendo

novas formas e sistemas, bem como novos produtos e tecnologias. Empreender é criar sem o medo de errar, realizando a gestão do erro, para assumir apenas riscos calculados (FELICIANO., 2018).

A fim de se empreender, segundo Bueno e Lapolli (2001), é necessário que a pessoa possua algumas características, das quais é possível citar velocidade, para ter rápido atendimento de demandas e prontidão, visão, a partir do seu posicionamento tático atrair clientes e pensar em infraestrutura de negócios, capacidade de realização, para conquistar seu espaço estabelecendo um produto e uma marca digna de confiança de seu público-alvo, além de outras características.

Atualmente, as pessoas que pensam em empreender começam a partir de duas principais formas: o empreendedorismo por necessidade, geralmente esse tipo de pessoa acaba de perder um emprego formal, ou passa por dificuldades financeiras e vê como solução o empreendedorismo a fim de realizar o pagamento das despesas de casa e outras necessidades, e o empreendedorismo por oportunidade, as pessoas que migram dessa forma, na maioria das vezes possuem emprego formal e estabilidade financeira, assim a migração para empreender é feita de forma menos acelerada e mais planejada, levando em conta fatores como fluxo de caixa, vendas e mercado (FELICIANO, 2018).

Os tempos de crise e de instabilidade financeira, seja por motivos políticos, sociais ou de crise sanitária, geram altas taxas de desemprego e problemas em manutenção de empregados em grandes empresas. Em pequenas empresas e em microempreendedores individuais culminam com a redução de cargos e número de trabalhadores, e no pior dos casos no fechamento da empresa. Nesse cenário, é possível verificar o aumento no número de empreendedores, em especial o empreendedorismo por necessidade, devido a necessidade de renda das pessoas (LAPOLLI, 2001).

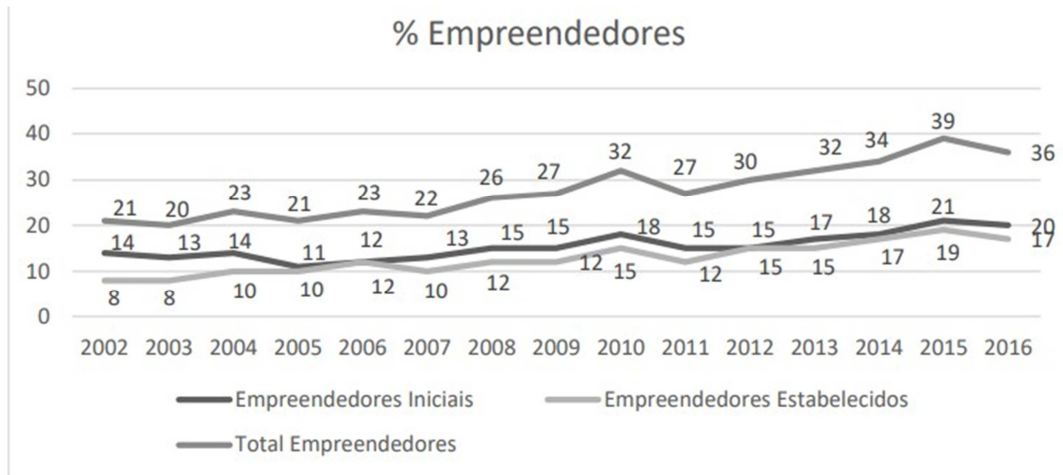
É importante ressaltar que na maioria das vezes, esse tipo de empreendedorismo tende a não alavancar a empresa a longo e médio prazo, pois é feito sem planejamento e em algumas vezes sem muitos recursos, e com pouca linha de crédito por meio de bancos e pelo estado, o que pode gerar o fechamento da empresa em poucos meses (FELICIANO, 2018).

3.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

O empreendedorismo no Brasil cresceu muito ao longo dos anos, como é possível ver no gráfico 1 que mostra a evolução do empreendedorismo no país de 2002 a 2016 por parte dos empreendedores iniciais, os quais começaram seus negócios e possuem de 3 meses a 42 meses e dos empreendedores estabelecidos, os quais possuem mais de 42 meses de empresas.

Parte desse expressivo aumento na taxa de novos empreendedores está ligada ao incentivo ao empreendedorismo contido em nossa legislação. Na Constituição Federal através do artigo 179, é instituído a todas as esferas de governo a obrigatoriedade em criar políticas de amparo aos empreendedores brasileiros (LAPOLLI, 2018).

Gráfico 1: Porcentagem de empreendedores iniciais e estabelecidos.



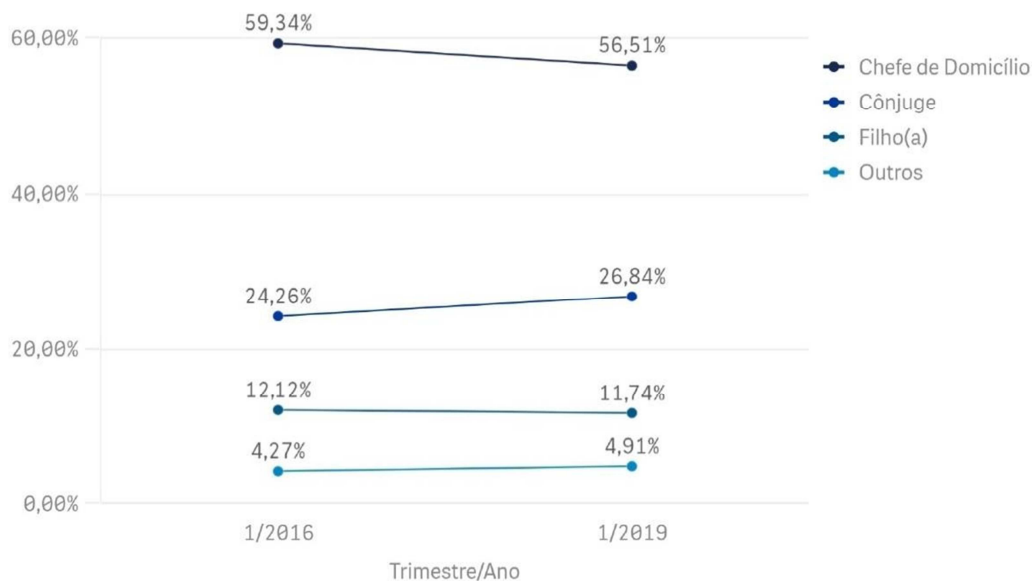
Fonte: GEM Brasil, 2016.

Além disso, no ano de 2006 foi criado o Estatuto Nacional de Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, que trouxe entre outras ferramentas a criação do Simples Nacional, porém foi em 2008 o grande salto do empreendedorismo nacional com a criação da figura do MEI (Microempreendedor Individual). Por meio do MEI, foi possível regulamentar microempresários cujo a renda bruta obtivesse valores até R\$ 36.000,00 por ano, ao qual ao longo do tempo se alterou para R\$ 81.000,00 o que demonstra a potencialidade do empreendedor brasileiro (GUIMARÃES, 2020).

É possível verificar que em números gerais, o empreendedorismo no Brasil não tem uma diferença de gênero, já que homens e mulheres possuem números parecidos quando se analise o início de empreendimentos – respectivamente 48,5% e 51,5% - porém, ao verificar a porcentagem dos estabelecidos é possível ver que há uma diferença de 14,6% a mais para os homens, o que pode ser por motivos diversos, dentre eles a falta de confiança em trabalho por questão de gênero e a jornada dupla de mulheres que após o trabalho ainda ocorre a possibilidade de cuidar da casa e da família (GEM, 2016).

É válido ressaltar também que na maioria das famílias o empreendedor é o chefe da família, como podemos ver no gráfico 2, ou seja, o maior responsável pelas responsabilidades de contas da casa e da parte legal do imóvel. Assim, torna-se ainda maior a pressão para se manter o empreendimento, pois a principal renda da família depende dele.

Gráfico 2: Posição no domicílio dos empreendedores no primeiro trimestre de 2016 e no primeiro trimestre de 2019.



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021).

Os rendimentos dos empreendedores variam dependendo da área de serviço, da região onde o mesmo é prestado, da maturidade da empresa na área, dentre outros fatores. Mas, no geral os empreendedores brasileiros faturam, em sua maior parte, entre 0 a 2 salários mínimos (gráfico 4), o que não garante seu sustento integral em grande parte das vezes, sendo assim uma maior jornada de trabalho, que em sua maior parte varia de 40 a 49 horas semanais (80,9%), para manter ou aumentar seus lucros (gráfico 5).

Gráfico 4: Rendimento mensal do empreendedor no primeiro trimestre de 2016 e no primeiro trimestre de 2019.



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021).

Com relação a idade, é possível observar que a maior faixa etária que começa a empreender, está na idade entre 25 anos e 34 anos, que representam cerca de 30,1% dos empreendedores iniciais. É possível verificar também que a maioria dos empreendedores, cerca de 57,3% possuem em sua família o componente financeiro de 1 a 3 salários-mínimos, o que revela algo importante, na maioria dos casos as pessoas empreendem no Brasil, devido a necessidade de aumentar a sua renda (GEM, 2016).

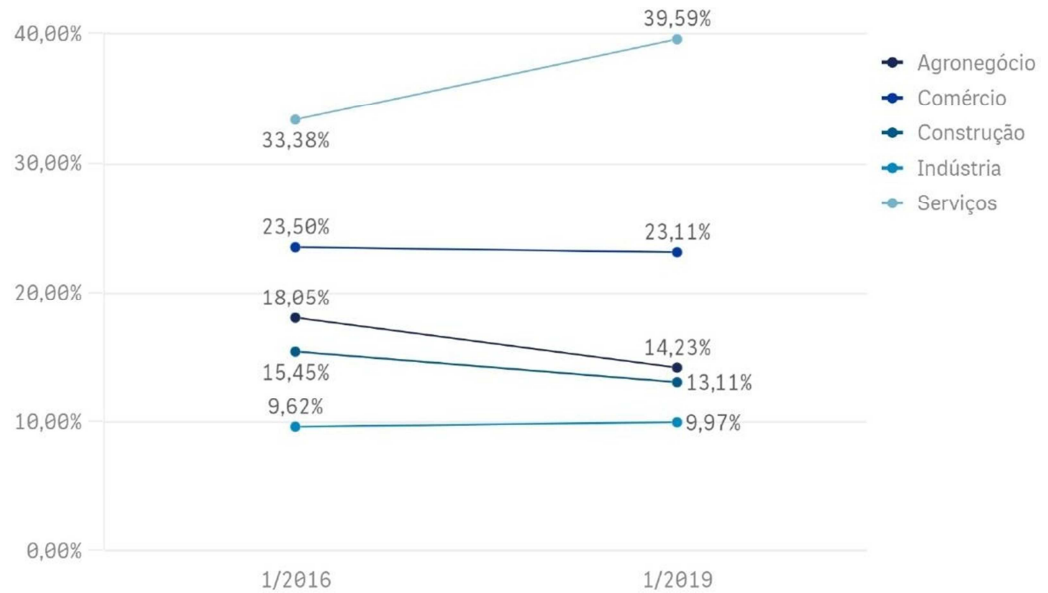
Gráfico 5: carga horária de trabalho semanal no primeiro trimestre de 2016 e no primeiro trimestre de 2019.



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021).

Outro fato relevante é que cerca de quase metade dos empreendedores brasileiros não possuem o nível básico de estudo, ou seja, o ensino fundamental e médio completo – 55,4% dos estabelecidos e 47,3% dos iniciantes (GEM, 2016). Tal fato interfere diretamente nos tipos de serviços prestados por estes empreendedores, que na maioria das vezes são trabalhos mais simples, que exigem menor escolaridade, como serviços domésticos, vendas ambulantes e atuações na área de construção civil, entre outras (Gráfico 6).

Gráfico 6: setor de atividades dos empreendedores no primeiro trimestre de 2016 e no primeiro trimestre de 2019.



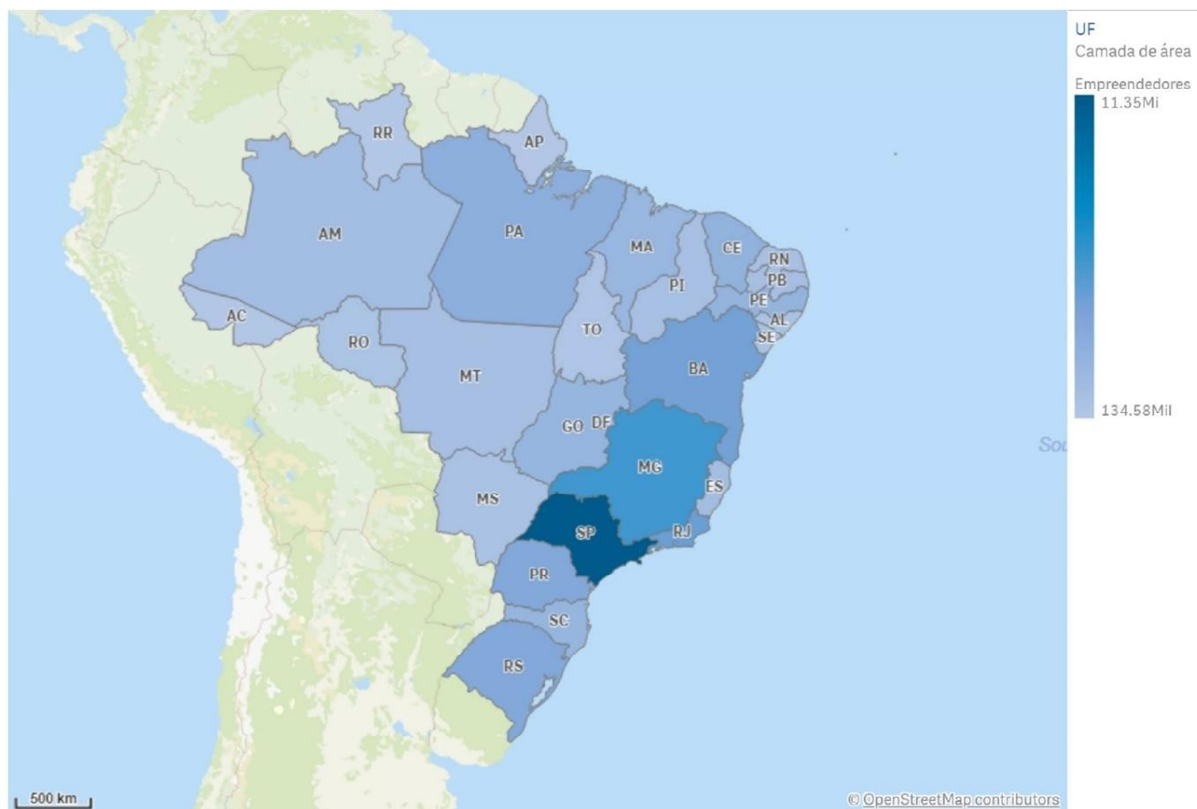
Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021).

Além dos serviços prestados, a educação influencia também no tempo de permanência no mercado da empresa, pois as pessoas que possuem maiores possibilidades de acessos aos estudos, obtêm maior facilidade com o desenvolvimento de documentação da empresa, fluxo de caixa, cálculo de saldo líquido e planejamento estratégico de vendas, o que conseqüentemente acarreta em uma melhor administração da empresa (GUIMARÃES, 2020).

Ainda segundo essa pesquisa, as pessoas que possuem o ensino superior e vão em busca de empreender são cerca de modestos 6,3% (GEM, 2016), dentre os possíveis motivos podemos citar que as pessoas que possuem esse nível de instrução geralmente têm maior facilidade na busca de empregos formais, possuem também a tendência a ocupar cargos mais altos dentro de empresas, os quais exigem uma menor rotatividade para uma manutenção sólida dos projetos e maior remuneração, entre outros.

É possível notar também que há regiões no país que possuem mais empreendedores, e que nessas regiões possui maior renda (gráfico 7). Portanto, estados da região sudeste do país possuem mais empreendedores investindo em novos negócios, o estado de São Paulo, por exemplo, em 2019 possuía cerca de 11,35 milhões de empreendedores, enquanto regiões mais pobres do país, como o Acre possuía 199,9 mil empreendedores nesse mesmo período.

Gráfico 7: número de empreendedores por estado no primeiro trimestre de 2019.



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021).

Assim, é possível verificar essas informações na tabela 1 a seguir ao qual mostra a porcentagem do empreendedorismo entre gênero, faixa etária, condição financeira do grupo familiar e grau de escolaridade, os quais são fatores que influenciam diretamente no perfil do empreendedor brasileiro.

Tabela 1- Dados do perfil de empreendedor brasileiro para 2016

Gênero	Iniciais (%)	Estabelecidos (%)
Masculino	48,5	57,3
Feminino	51,5	42,7
Faixa Etária		
18 a 24 anos	19,7	6,2
25 a 34 anos	30,3	17,9
35 a 44 anos	22,9	30,1
45 a 54 anos	16,6	26,5
55 a 64 anos	10,4	19,2
Renda		
Até 1 salário mínimo	13,7	9,7
Mais de 1 até 3 salários mínimos.	57,3	50,3
Mais de 3 até 6 salários mínimos.	25,4	34,6

Mais de 6 salários mínimos.	3,5	5,3
Escolaridade		
Nenhuma Educação Formal/Ensino Fundamental Incompleto.	27,4	29,2
Ensino Fundamental Completo/Ensino Médio Incompleto.	19,9	26,2
Ensino Médio Completo/Ensino Superior Incompleto.	46,4	38,1
Superior Completo/Pós graduação Incompleta ou Completa.	6,3	6,4

Fonte: GEM(Adaptada), 2016

Assim, diante dos dados apresentados acima é possível concluir que o perfil do empreendedor brasileiro apresenta meia idade – entre 25 anos e 44 anos – possui uma renda baixa, reduzido nível de escolaridade e uma mão de obra especialmente voltada a prestação de serviços, sendo assim necessário um maior investimento em políticas públicas a fim de expandir o empreendedorismo no Brasil.

3.2 O EMPREENDEDORISMO DURANTE A PANDEMIA E AS TENDÊNCIAS DE MUDANÇAS

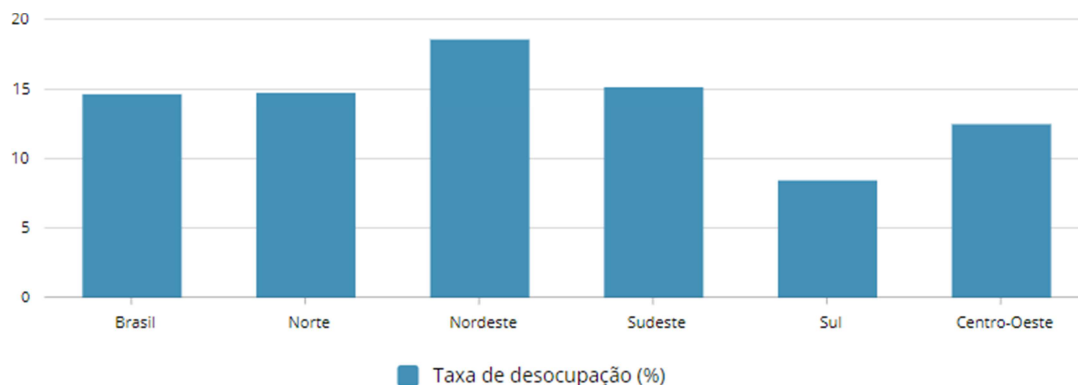
Com as dificuldades impostas pela pandemia, como a limitação de circulação, o distanciamento social e o fechamento de serviços considerados não essenciais, parte significativa das empresas obtiveram dificuldades de se manter no mercado e continuar a administrar suas receitas. O que acarretou um grande desemprego, especialmente em pequenas empresas, devido a dificuldade de obtenção de crédito por meio de iniciativas públicas e privadas.

Apesar das medidas tomadas pelo governo para manutenção dos empregos como a MP 1.045 e as medidas de concessão de crédito para empresas de médio e pequeno porte, e o auxílio emergencial, o índice de desemprego durante a pandemia foi o maior visto na série histórica do país desde 2012, alcançando a taxa de 14,7% no primeiro trimestre de 2021 - tendo um total de 14,8 milhões de desempregados em todo o Brasil (IBGE, 2021).

Ainda é possível que destacar que o desemprego afeta de maneira diferente os estados do país, pesando ainda mais em estados mais pobres, como na região nordeste. É possível

visualizar isso por meio do gráfico 3 a seguir que mostra a taxa de desemprego por região do país baseado em uma pesquisa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

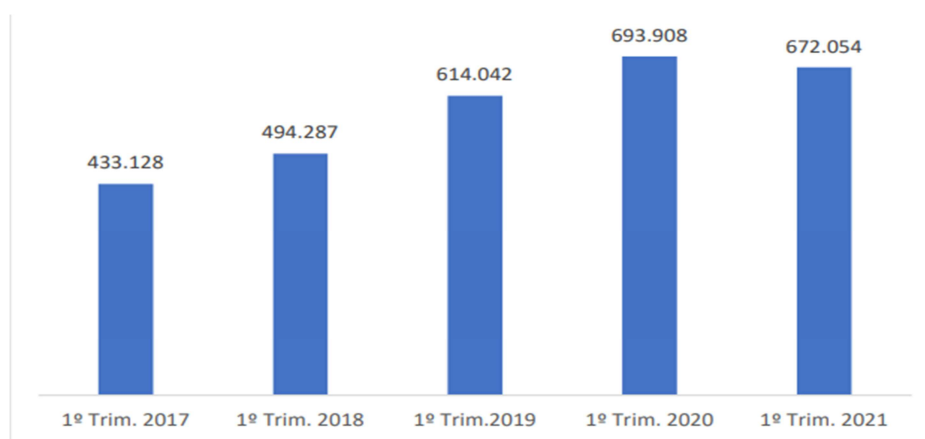
Gráfico 8 - Taxa de desocupação no Brasil e grandes regiões no primeiro trimestre de 2021



Fonte: IBGE, 2021

Assim, no cenário de alta inflação e grande nível de desemprego no país, ocorreu um aumento no número de pessoas que migraram para área do empreendedorismo, por meio da necessidade de manutenção financeira de recursos. O MEI, uma das formas mais fáceis de regulamentar a profissão de microempreendedor, obteve um crescimento de 13% no primeiro semestre de 2020, se comparado ao mesmo período de 2019 (SEBRAE, 2021), o que comprova o aumento no número de novas empresas, conforme podemos ver no gráfico 3.

Gráfico 9 Número de MEI abertos no primeiro semestre de cada ano.



Fonte: SEBRAE (2020).

Outro ponto interessante de se destacar é que não apenas a maneira do perfil de necessidade de empreender que mudou durante a pandemia, mas também alguns tipos de

serviços se destacaram nesse período com o aumento da sua demanda durante a crise sanitária nos períodos de 2020 a 2021.

Dentre eles podemos citar: o comércio varejista de bebidas (51,25%), o aumento na demanda de serviços administrativos especializados (22,67%), o fornecimento de alimentos especializados para alimentação domiciliar (7,37%), dentre outros serviços listados na tabela 2 construída a partir da pesquisa do Sebrae (SEBRAE, 2021).

É possível observar também que alguns tipos de serviço obtiveram uma queda em sua demanda se compararmos o mesmo período de crescimento das anteriores, dentre eles serviços como cabeleireiro, manicure, pedicure (-32,92%), serviços ambulantes de alimentação (-19,16%), obras de alvenaria (-12,72%), serviços de entregas rápida (-3,07%), entre outros (SEBRAE, 2021)

Portanto, se verifica que no geral aumentou a demanda por serviços especializados, que é de gosto subjetivo dos perfis dos clientes, e administrativos e diminuiu a demanda por serviços que exigem pouca escolaridade. O que pode demonstrar uma mudança no perfil de empresas que crescem durante a pandemia (FGV, 2021)

No entanto, destacamos que cada tipo de serviço possui sua peculiaridade, pois serviços de beleza, por exemplo, são extremamente sensíveis a abertura e o fechamento de eventos em cidades e estados, serviços de alvenaria tem obtido um aumento sucessível de preço, o qual tem influência sobre a demanda do consumidor, entre outros fatores (WTO, 2020).

Tabela 2: Taxa de crescimento de MEI em comparativas do primeiro trimestre do ano de 2020 com o primeiro trimestre de 2021.

Descrição CNAE	MEI abertos no 1 Trimestre 2020	MEI abertos no 1 Trimestre 2021	Taxa de crescimento (2020/2021) %
Comercio Varejista de bebidas	10.207	15.438	51,25
Preparação de documentos e serviços administrativos	17.760	21.787	22,67
Transporte Rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal.	14.053	24.932	21,56
Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente	23.220	24.932	7,37

para consumo domiciliar.			
Promoção de vendas	34.778	34.893	0,33
Atividades de fornecimento de infraestrutura e apoio e assistência a paciente no domicílio.	9.641	8.813	-8,59
Atividade estética e outros serviços de cuidados com beleza	11.682	10.228	-12,45
Obras de alvenaria	29.404	25.665	-12,72
Serviços ambulantes de alimentação.	11.462	9.266	-19,16
Outras atividades auxiliares dos transportes terrestres não especificadas anteriormente.	22.552	15.179	-32,69
Cabeleireiros, manicure e pedicure.	45.187	30.313	-32,92

Fonte: Adaptada Boletim 1 semestre 2021 - SEBRAE (2021).

4 METODOLOGIA E BASE DE DADOS

Nesta seção apresentaremos os procedimentos metodológicos que serão utilizados. Para analisarmos a evolução e mudança no perfil do micro e pequeno empreendedor nacional utilizaremos como base os dados anuais da PNAD (Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios) contínua, realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Com relação aos microdados, reuniremos informações como gênero da pessoa, raça, idade, escolaridade, remuneração e desemprego.

A PNAD Contínua (PNADC) visa acompanhar as flutuações trimestrais e a evolução, no curto, médio e longo prazos, da força de trabalho, e outras informações necessárias para o estudo do desenvolvimento socioeconômico do país. Para atender a tais objetivos, a pesquisa foi planejada para produzir indicadores trimestrais sobre a força de trabalho e indicadores anuais sobre temas suplementares permanentes (como trabalho e outras formas de trabalho, cuidados de pessoas e afazeres domésticos, tecnologia da informação e da comunicação etc.), investigados em um trimestre específico ou aplicados em uma parte da amostra a cada trimestre e acumulados para gerar resultados anuais, sendo produzidos, também, com periodicidade variável, indicadores sobre outros temas suplementares. Tem como unidade de investigação o domicílio (IBGE, 2021).

Para o presente trabalho, coletaremos os dados da PNADC em um período de oito anos, mais precisamente de 2012 a 2020, tal período foi definido pela característica dos dados, como a PNADC foi a campo em caráter experimental em 2011, sendo implantada em definitivo a partir de 2012 para substituir tanto a antiga PNAD quanto a Pesquisa Mensal do Emprego (PME), que fornecia estatísticas mensais de mercado de trabalho para seis regiões metropolitanas.

Em relação à antiga PNAD, a nova PNADC possui amostras maiores, com cerca de 210 mil domicílios entrevistados por trimestre, e mais espalhadas ao longo do território brasileiro, além de novidades em conceitos, no questionário e no próprio processo de coleta e processamento dos dados. Por isso, os resultados para várias variáveis não são diretamente comparáveis com os da série histórica da PNAD.

Infelizmente, uma das maiores quebras metodológicas ocorreu justamente com os dados sobre rendimentos. Em comparação com a PNAD, a PNADC reporta níveis mais elevados de renda e desigualdade. Até o momento não há consenso sobre procedimentos de compatibilização que permitam o encadeamento das duas fontes de dados (SHIKIDA, MONASTERIO E NERY, 2021).

Com o objetivo de analisar as mudanças do perfil dos micro e pequenos empreendedores ao longo dos anos será feita uma análise exploratória de dados, indicando a evolução de cada perfil ao decorrer dos trimestres.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

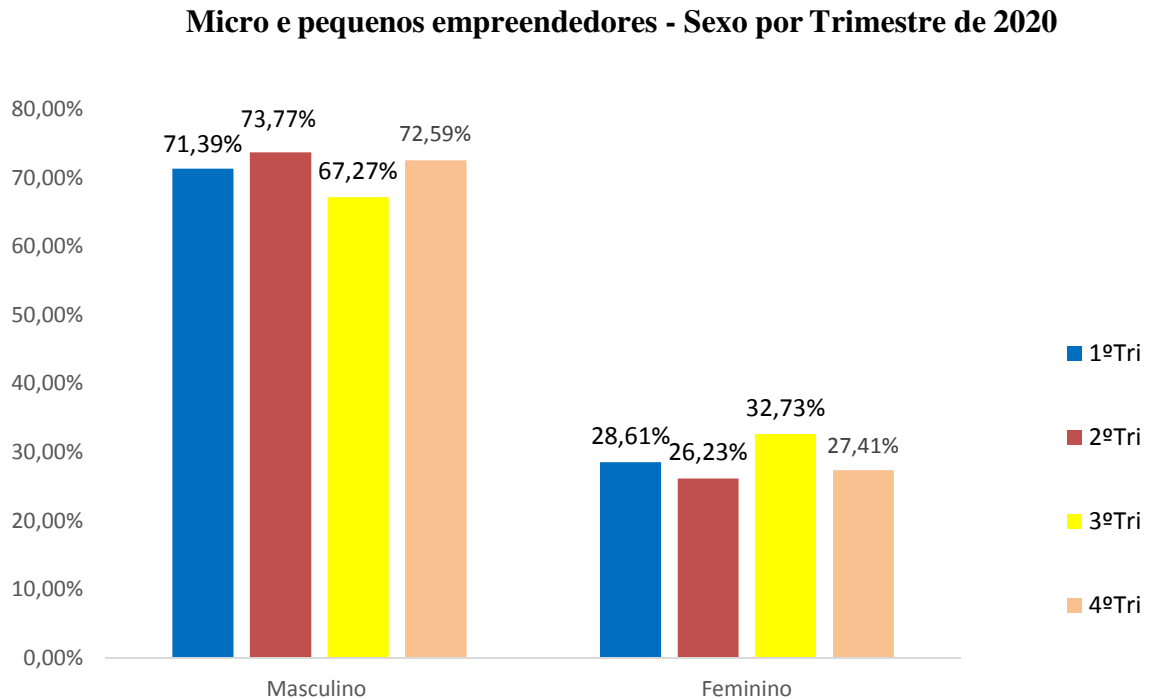
Após realizar a análise dos dados obtidos com a regressão logística ao longo dos semestres de 2020, os mesmos foram separados em categorias das quais destacamos: sexo, escolaridade, idade, raça, condição do domicílio, CNPJ e rendimentos. Assim, foi possível observar que algumas categorias mantiveram os resultados esperados por meio de análise teórica, já outras obtiveram uma mudança de perfil significativa no primeiro ano de pandemia. Assim, esse capítulo vai explorar os resultados obtidos e avaliar algumas das possíveis gênese das mudanças.

5.1 Sexo

Ao analisar essa categoria foi possível os micro e pequenos empreendedores realizar a escolha entre duas opções em relação a sua auto declaração de sexo, sendo as respostas

possíveis: “Masculino” ou “Feminino”. A partir dos dados obtidos foi possível elaborar o gráfico 10.

Gráfico 10: Micro e pequenos empreendedores por sexo.



Fonte: PNAD (adaptado).

Portanto, ao realizar a comparação entre os dados presentes na tabela 1, na seção 3.1 deste trabalho, é possível destacar que em comparação a 2016, o número de empreendedores do sexo masculino aumentou, em média, cerca de 15,2%, o que é uma diferença significativa nas obtida através dos dados de PNAD, dentro do período de 8 anos, se comparados aos dados da GEM (2016).

É possível visualizar também que ao longo dos trimestres no ano de 2020, ocorreram poucas alterações no em relação ao sexo, pois, segundo os dados, o homem continua sendo o perfil mais comum entre os empreendedores. Ao analisamos a diferença entre o percentual dos dados correlacionados ao sexo feminino, é possível perceber uma disparidade ainda maior, chegando em média a 25%.

5.2 Escolaridade

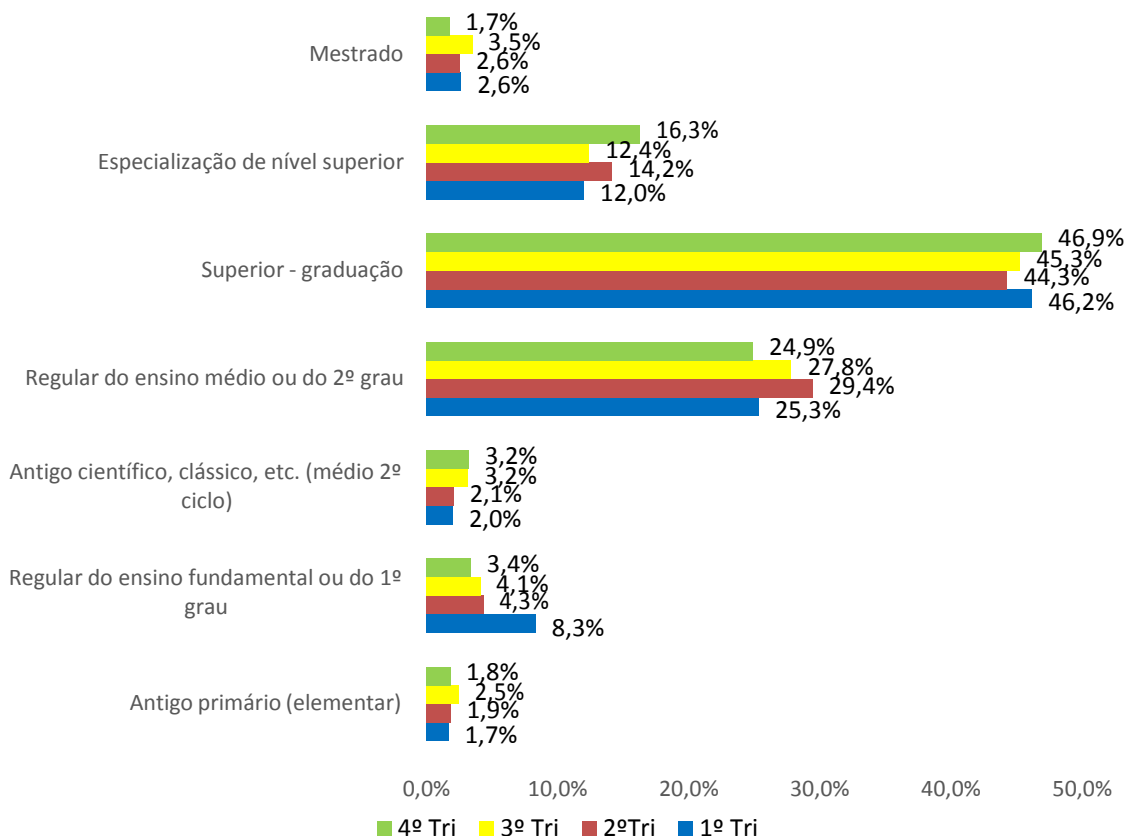
A categoria escolaridade obteve seus dados divididos em relação ao nível escolar dos participantes da pesquisa do PNAD, sendo a divisões respectivamente: antigo primário(elementar), regular do ensino fundamental (primeiro grau), antigo científico (clássico ou segundo ciclo), ensino médio (segundo grau), superior (graduação), especialização de nível superior e mestrado. A partir dos dados obtidos foi possível construir o gráfico 11.

Portanto, é constatado que a maior parte dos micros e pequenos empreendedores possuem a escolaridade a nível de graduação, como esperado segundo o referencial teórico. Outro ponto interessante está situado na correlação entre maior grau de escolaridade e empreendedorismo, pois, segundo os dados analisados, o maior número de empreendedores no país possui escolaridades: ensino médio (em média 25,6%), graduação (em média 45,7%) e especialização a nível superior (em média 13,7%).

Ao verificar os dados contidos no gráfico 11, podemos constatar também que o número de empreendedores que possuem o ensino fundamental reduziu-se ao longo dos semestres em cerca de 59,0% (se compararmos entre o primeiro e o quarto trimestre de 2020), o que pode evidenciar uma maior dificuldade dos micro e pequenos empreendedores que possuem menor nível de escolaridade a responder positivamente aos tempos de pandemia, podendo ser ocasionado por diversos motivos, dentre eles a dificuldade com a tecnologia, artefato essencial em época de pandemia e menores ganhos (GUIMARÃES, 2020).

Gráfico 11: Escolaridade dos micros e pequenos empreendedores.

Escolaridade dos micro e pequenos empreendedores- por trimestre de 2020



Fonte: PNADC (adaptado)

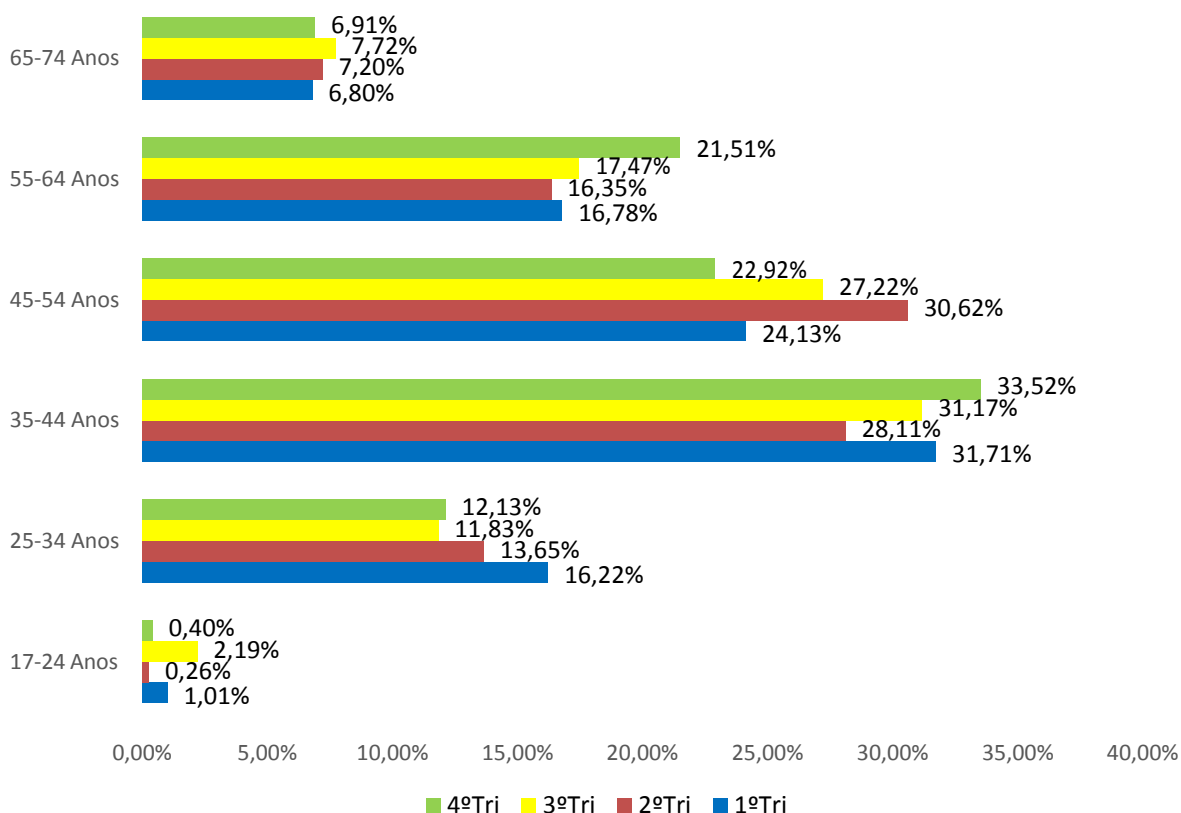
Além disso, é possível notar que empreendedores com níveis de especialização em graduação também obtiveram um aumento, cerca de 33,3% (se compararmos os dados do primeiro e o quarto trimestre de 2020), o que pode ser resultado, por exemplo, do aumento de demanda por profissionais capacitados em área de tecnologia e logística durante a pandemia (FELICIANO, 2018). Em contrapartida, micro e pequenos empreendedores com o nível escolar de mestrado reduziram seu percentual em cerca de 25%, o que demonstra que a pandemia atingiu a todos os níveis de escolaridade, apesar de o impacto ser diferente para cada uma delas.

5.3 Idade

Dentre os dados analisados, a categoria idade foi subdividida em intervalos de tempo, a fim de realizar uma comparação entre idades semelhantes. Baseado nisso, foi possível observar que os dados obtidos condizem com os resultados apresentados no embasamento teórico do trabalho. Para analisar esses dados foram divididos as idades em intervalos de: 17 a 24 anos, 25 a 34 anos, 35 a 44 anos, 45 a 54 anos, de 55 a 64 anos. Após realizar a processamento de dados foi construído o gráfico 12.

Gráfico 12: Idade dos micros e pequenos empreendedores ao longo dos trimestres de 2020.

Idade dos micro e pequenos empreendedores por trimestre de 2020



Fonte: PNAD (adaptado).

A faixa etária que possui a maior porcentagem de micro e pequenos empreendedores, segundo os dados analisados foi a que possui o intervalo de idade entre 35 a 44 anos (em média, cerca de 30,52%), o que corresponde a aporte teórico da tabela 1, da seção 3.1. Grupos que possuem essa idade, na maioria das vezes, já obtiveram sua primeira experiência profissional e em alguns casos, diversas experiências, e a oportunidade de adquirir instrução e conhecimento, o que abre a possibilidade de carreiras e a visualização de suas capacidades permitindo-lhes melhores oportunidades em empreender (GONÇALVES, 2015).

Cabe ressaltar também que micro e pequenos empreendedores com idades entre 17 e 24 anos, obtiveram as menores porcentagens representativas ao longo dos trimestres de 2020, obtendo uma média de 0,96%, o que também foi observado pelo aporte teórico. Dentre os diversos fatores que contribuem para uma menor taxa de micro e pequenos empreendedores jovens, podemos destacar a falta de crédito, o qual se reduziu ainda mais em tempos de pandemia, desestímulo em vista do cenário atual do país que vem aumentando taxas inflacionárias desde 2016, entre outros (GUIMARÃES, 2020).

5.4 Raça

Apesar de o Brasil ser um país que possui aproximadamente 54% de sua população composta por pessoas negras (USP, 2020), esse número não se reflete na parcela de micro e pequenos empreendedores. Segundo os dados analisados, na categoria raça, foram divididos em 4 subcategorias as quais foram representadas por: branca, preta, amarela e parda. Assim, foi construído o gráfico 13 de representação desses dados.

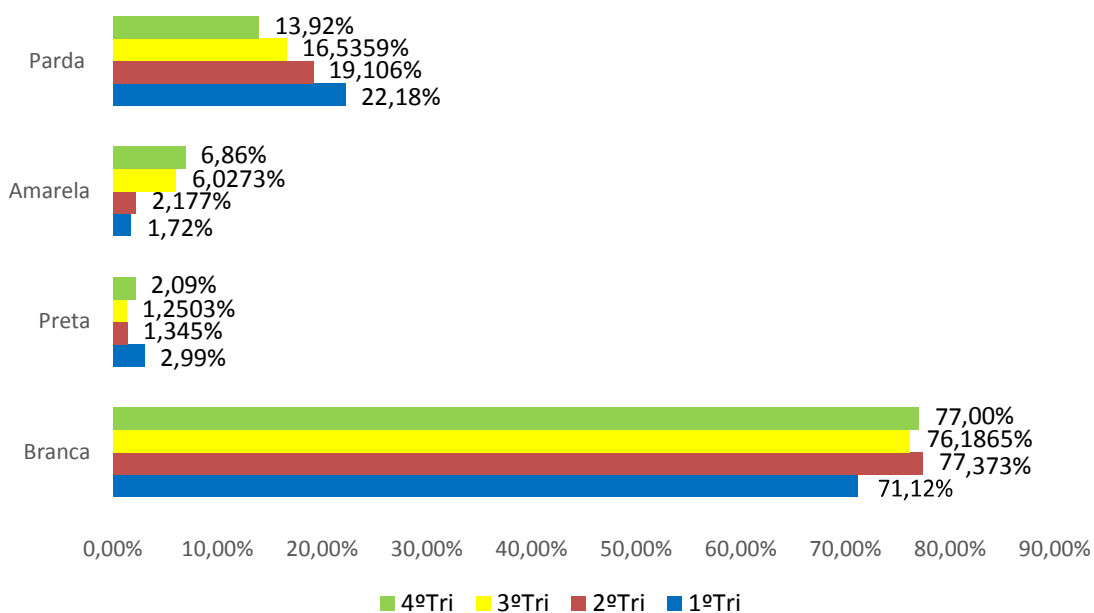
Assim, como analisado anteriormente na base teórica deste trabalho, é possível observar que a maior parte dos micro e pequenos empreendedores se declaram brancos (em média 75,41%). Outro fator de destaque que se demonstra no gráfico é que ao longo dos trimestres durante o ano de 2020, na pandemia, o percentual de pessoas que se auto declaram pardas diminuiu cerca de 37,24%, se compararmos o primeiro trimestre e o quarto trimestre de 2020. Se compararmos no mesmo período o percentual de pessoas que se auto declaram amarela, aumentou em significativamente (cerca de 600,0% a mais).

Em relação aos micro e pequenos empreendedores que se declaram negros, em média, ao longo dos 4 trimestre de 2020, apenas 1,91%, o que é bem abaixo da parcela da população representada na população brasileira. É importante destacar que, como visto anteriormente, fatores como educação possuem uma relação direta com o empreendedorismo. No Brasil, a

parcela significativa da população que não tem acesso a educação de qualidade e renda é de cor negra e parda, o que pode vir a influenciar diretamente os dados representados nesta seção.

Gráfico 13: Raça declarada dos micro e pequenos empreendedores ao longo dos trimestres de 2020.

Raça declarada dos micro e pequenos empreendedores por trimestre de 2020



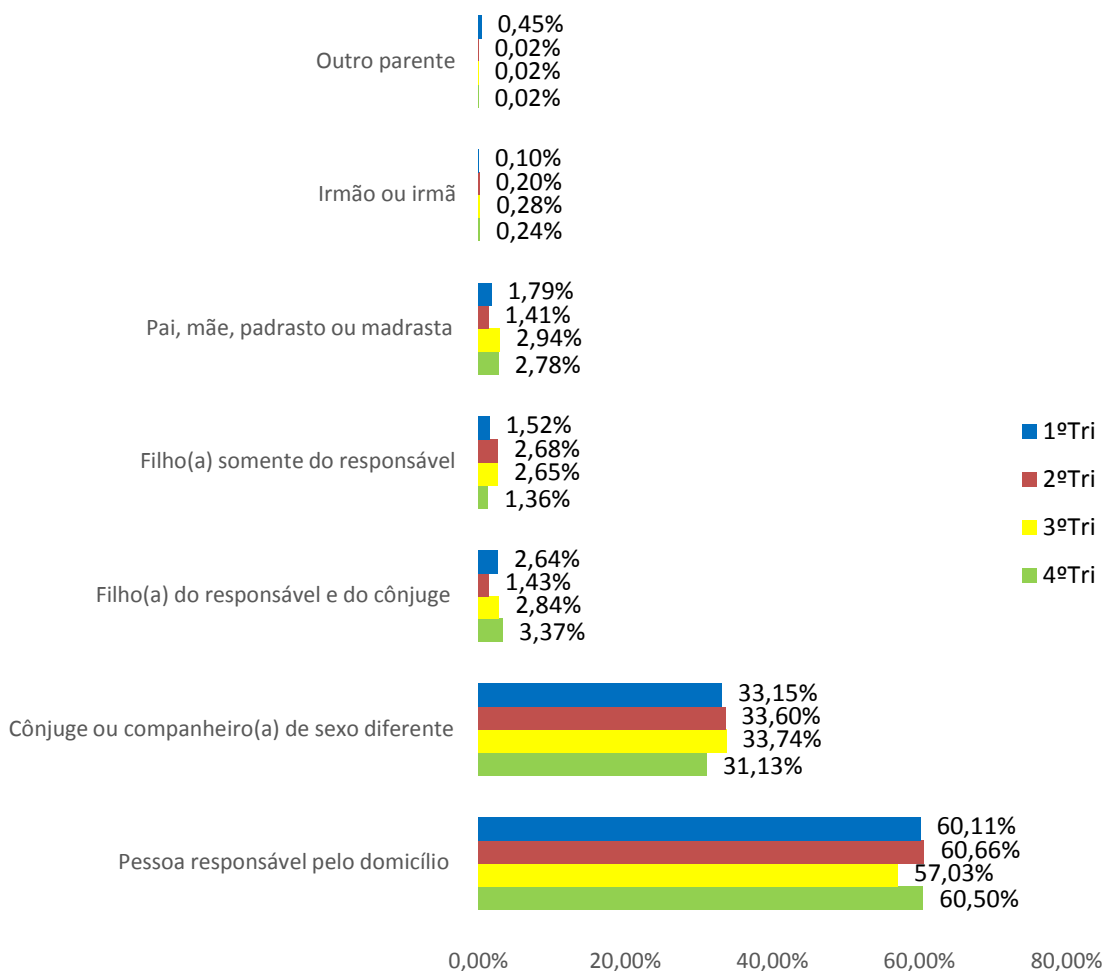
Fonte: PNAD (adaptado)

5.5 Condição familiar

A condição familiar se enquadra em qual posição na família o micro e pequeno empreendedor representa em relação a dependência financeira do seu círculo familiar ou de convência, ou seja, o correspondente, em termos financeiros pela família. A fim de realizar a análise desses dados, foram subdivididos grupos correlacionados a família, cônjuge, filhos e filhas, além de agregados familiares. Assim, foi construído o gráfico 14 visualizado a seguir.

Gráfico 14: Condição familiar declarada dos micro e pequenos empreendedores nos trimestres de 2020.

Condição familiar declarada dos micro e pequenos empreendedores por trimestre de 2020



Fonte: PNADC (adaptado).

A partir dos gráficos, é possível observar que como visto no aporte teórico da seção 3.1, na maioria dos casos, o responsável financeiro principal da família, segundo os dados analisados, é o microempreendedor, em média 59,57%, sendo o cônjuge ou o companheiro de sexo diferente sendo o responsável pela condição familiar logo em seguida, com cerca de 32,9%.

Portanto, é possível supor que em grande parte das vezes a correlação direta entre a responsabilidade financeira familiar e a função de empreender para os micro e pequenos empreendedores, o que realça o fato de no Brasil, a maior parte desses empresários se dedicam

a carreira de empreender por necessidade, como a falta de emprego e de recursos suficientes para suprir a sua família, o que vem piorou na maiorias das área durante o período de pandemia (FELICIANO, 2018).

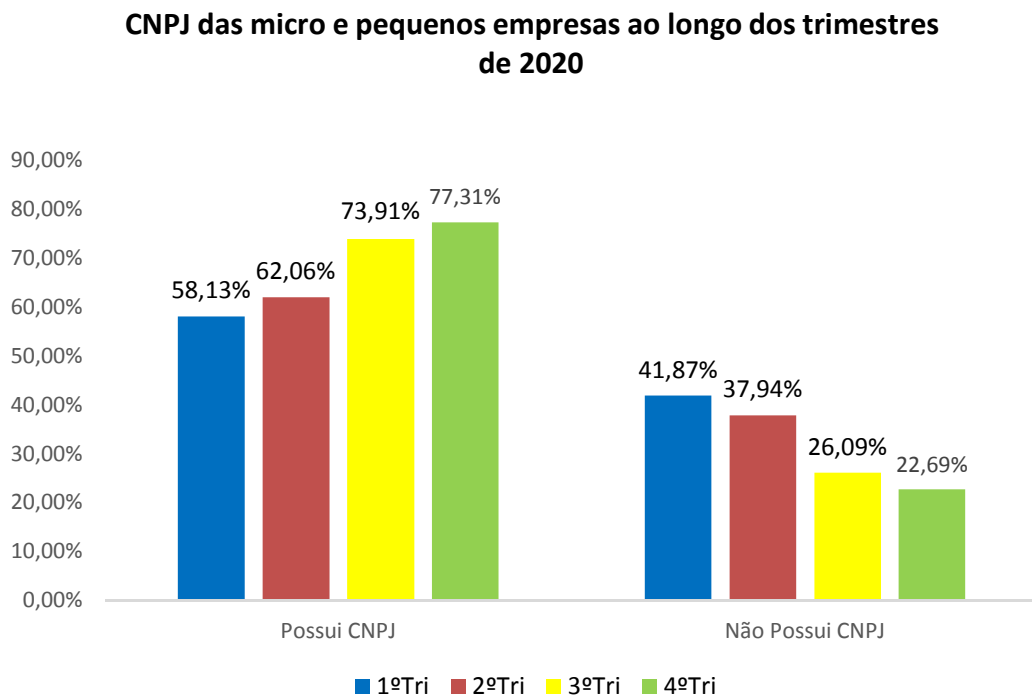
5.6 CNPJ

A fim de expor os dados correlacionados a categoria de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), definiu-se apenas duas subcategorias, as empresas que “possuem” e as empresas que “não possuem”. Por conseguinte, foi possível construir o gráfico 15, a partir das subcategorias, e realizar análises críticas das informações obtidas do período ao longo dos trimestres de 2020 realizadas.

A partir do gráfico é perceptível que ocorreu um aumento no número de micro e pequenos empreendedores que regularizaram sua situação por meio da criação de um CNPJ de sua empresa, esse aumento obteve uma média pouco abaixo dos 20,0%, o que representa um aumento significativo nesse espaço de tempo.

É importante ressaltar que no mesmo período ocorreram mudanças na política, as quais fomentaram e favoreciam a regulamentação de empresas na informalidade, dentre essas ações podemos citar o Auxílio Emergencial, concedido a micro empreendedores individuais (MEI), concessão de crédito para evitar o fechamento ou a falência dos empresas, além de o acordo comum de auxílio ao pagamento de salários de funcionários promovido pela Medida Provisória 936, de 1^a de abril de 2020, entre outros incentivos fomentados pelo governo no intuito de auxiliar as empresas de micro e pequeno porte, além das demais.

Gráfico 15: CNPJ das micro e pequenas empresas.



Fonte: PNADC (adaptado).

Ao analisar também o número de micro e pequenas empresas que não possuíam CNPJ, caiu cerca de aproximadamente 20,0% no mesmo período, o que pode ser visto como uma resposta positiva aos programas de enfrentamento da pandemia por parte da política econômica do país. Portanto, o resultado foi compatível com o esperado com o referencial teórico acerca do aumento da regularização de micro e pequenas empresas na informalidade.

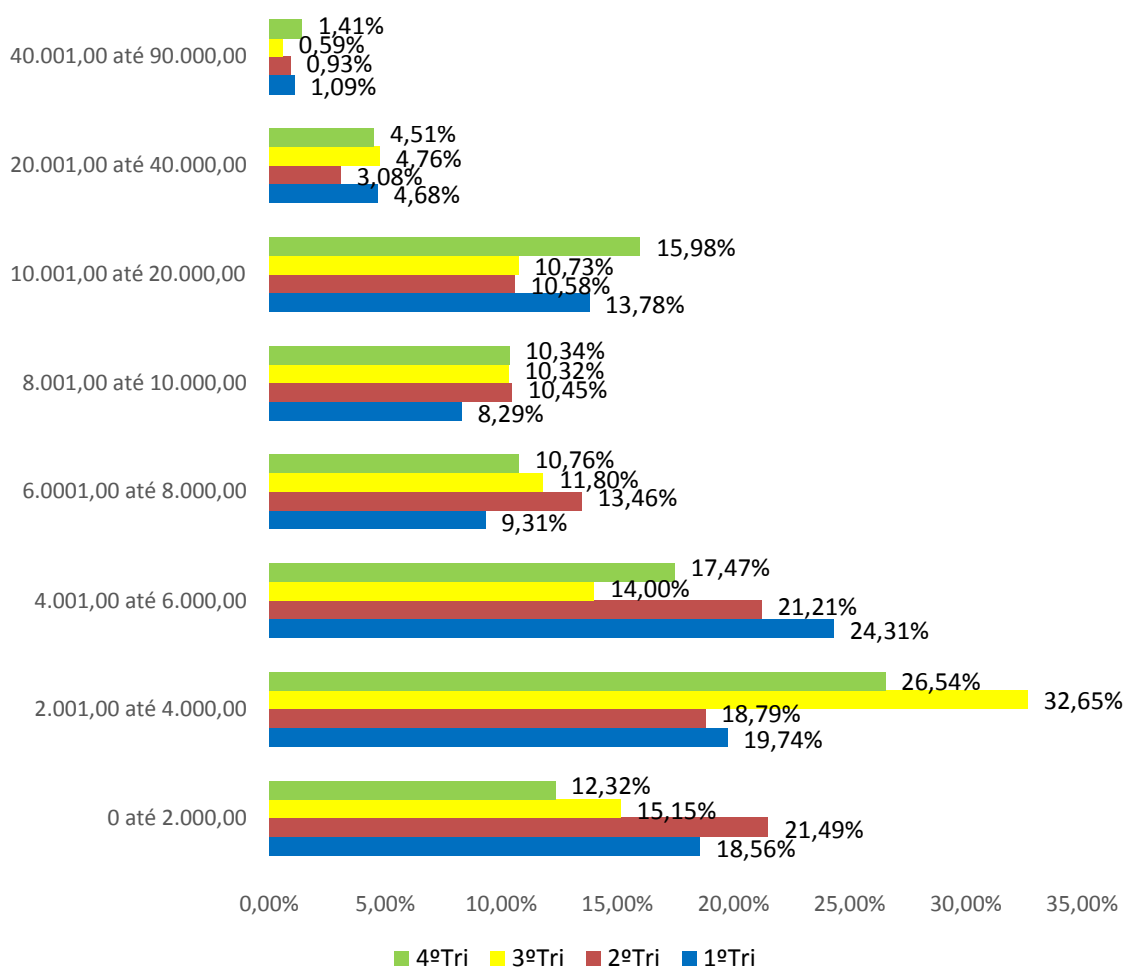
É válido dar atenção ao fato de apesar da contribuição das ações políticas no enfrentamento a pandemia com viés econômico, as mesmas levaram um tempo um período relativamente longo até serem propostas e aprovadas, o que gerou o fechamento de uma parte significativa das micro e pequenas empresas do país (PEREIRA, 2020). Na maioria dos casos, possuem ausência de conhecimento financeiros, o que interfere na criação de um fundo de emergência e capital de giro para momentos (GEM, 2016).

5.7 Rendimentos

Realizando a análise dos rendimentos dos micro e pequenos empreendedores no período entre o primeiro e o quarto semestres de 2020, obtivemos os dados variando em subcategorias de diferentes valores, a partir dessas subcategorias foi construído o gráfico 16, o qual representa a variação de rendimentos.

Gráfico 16: Rendimento das micro e pequenas empresas nos trimestres de 2020.

Rendimentos das micro e pequenas empresas nos trimestres de 2020



Fonte: PNADC (adaptado).

A partir do gráfico, é possível notar que a maior parte dos micros e pequenos empreendedores obtém uma renda variando de R\$ 2.001,00 a 4.000,00 reais (em média 24,43%) e a segunda maior parcela arrecada cerca entre R\$ 4.001,00 e R\$ 6.000,00 reais (em média 19,24%) e a terceira maior parcela de microempreendedores recebe uma receita entre R\$ 4.001,00 e R\$ 6.000,00 (em média 16,88%) sendo assim as três partes somadas um pouco mais de 60%, um resultado esperado segundo a revisão teórica (GEM, 2016).

Portanto, podemos notar que no terceiro trimestre de 2020, ocorre uma variação significativa na qual as pessoas que obtinham o rendimento entre R\$ 4.001,00 e R\$ 6.000,00 reais ocorre uma queda significativa se comparada ao primeiro semestre, cerca de 10,2%. É possível averiguar também que no mesmo período ocorre um aumento no número de micro e pequenos empreendedores com a renda variando entre R\$ 2.001,00 a 4.000,00 reais, cerca de 13,4% maior se comparada ao terceiro trimestre.

A partir desses dados, podemos supor que um dos reflexos da pandemia é a diminuição no rendimento médio da segunda maior parcela dos micros e pequenos empreendedores, o que pode ser reflexo das medidas de *lockdown* e das restrições de abertura e fechamento de estabelecimentos. Pois, no mesmo período ocorreu um aumento significativo na taxa de internação e mortes provocadas por covid-19 e suas complicações (DIAS, 2020). Além de outros fatores, como a demora no desenvolvimento de propostas econômicas por parte do governo e problemas com o novo modelo de *marketing digital* de produtos por parte dos empreendedores.

6 CONCLUSÃO

Diante do estudo apresentado acima, conclui-se que o perfil do empreendedor brasileiro pode ser descrito, em sua maior parte, segundo a literatura e os dados levantados, levando-se em consideração os dados analisados, durante o período de pandemia de Covid-19, como sendo um pessoal de raça branca, do sexo masculino, com idade variando ente 34 e 45 anos, com ensino superior completo. Além dessa percepção, nota-se também a importância que o micro e pequeno empreendedor tem em sua composição família, pois na maior parte das vezes segundo a pesquisa ele(a) é o responsável por obter a principal renda familiar.

Assim, foi possível constatar, analisando os dados obtidos durante o estudo, que, no geral, não ocorreram mudanças no perfil dos micros e pequenos empreendedores brasileiros durante o ano o primeiro ano de pandemia da covid-19, apesar de nesse período haver mudanças significativas em outros parâmetros e também foram aplicadas diferentes políticas públicas na intenção de auxiliar os empreendedores ao longo do ano de 2020.

Foi possível notar também que não foi ocorreram alterações significativas em relação à declaração de sexo entre micro e pequenos empreendedores, durante esse período. Assim, a maioria dos micros e pequenos empreendedores continuam sendo do sexo masculino conforme o resultado esperado pela base teórica dos estudos.

Portanto, a responsabilidade de ser o maior contribuinte financeiro familiar, pode levar ao micro e pequeno empreendedor a ter responsabilidades maiores com seu próprio negócio. Dessa forma, também é possível ressaltar que muitas das vezes o empreendedorismo parte de uma necessidade financeira. O que reforça a análise teórica que serviu como base para consolidar o presente estudo.

Torna-se importante ressaltar também que mesmo diante da pandemia de Covid-19, o perfil do empreendedor brasileiro se alterou, gerando um ligeiro aumento no número de micro e pequenos empreendedores com maior nível de escolaridade, um dos motivos pode ter sido a possibilidade de obter acesso à internet com maior facilidade, o que adapta seu produto a marketing dos meios digitais. Em contra partida, micro e pequenos empreendedores com menor grau de ensino podem ter vindo a apresentar menor resiliência em se adaptar com a tecnologia, o que pode comprometer as vendas de produtos e serviço durante a pandemia.

Durante o trabalho, tornou-se perceptível o impacto gerado por medidas econômicas criadas pelo governo, durante a pandemia, de fomento a economia na regularização da situação das micro e pequenas empresas - pois há aumento, no período do primeiro trimestre ao quarto trimestre de 2020, no número de micro e pequenos empreendedores com CNPJ (cerca de 20,0%). Tais medidas podem ser avaliadas na gestão presente e em futuras gestões por parte do governo, a fim de otimizar processos de regulamentação de CNPJ de micro e pequenos

empreendedores e para o crescimento econômico do país, visto que a maior parte das empresas é composta por micro e pequenas empresa.

Além disso, é importante destacar que medidas como o compartilhamento de salários entre empresa e governo, realizadas por meio de medidas provisórias, obtiveram impactos positivos. Levando em consideração os rendimentos médios dos empreendedores se reduziu durante a pandemia, essa medida se refletiu na manutenção de empregos, principalmente em empresas de pequeno porte.

Foi possível notar também ao longo do estudo que os rendimentos dos micros e pequenos empreendedores durante a pandemia, em média, caiu significativamente, pois a maior parte que estava recebendo entre R\$ 4.000,00 a R\$ 2.000,00 no primeiro trimestre de 2020 (cerca de 24,31%), diminuiu seus rendimentos, fazendo com que a faixa atingisse o pior patamar do ano no terceiro trimestre (cerca de 14,00%). Isso pode ser devido aos efeitos da epidemia que teve seu surto com maior número de casos e registro de morte no mesmo período.

Conseqüentemente, no mesmo período, entre o primeiro e terceiros semestres ocorreu um salto no número de empreendedores que recebiam salários entre R\$ 2.000,00 a R\$ 0,00, variando cerca de 13,0%. O que corrobora com a percepção da diminuição de rendimentos dos micros e pequenos empreendedores durante a pandemia.

O estudo foi realizado com uma análise voltada a possíveis mudanças no perfil dos micro e pequenos empreendedores durante a pandemia de Covid-19. É válido ressaltar que é possível realizar diversos estudos que possam aumentar a amplitude da pesquisa. É sugerido para os próximos trabalhos que venham a coincidir com a área realizar análises por região do país, visto que as diferentes regiões do Brasil se comportaram de maneira diferente com relação a medidas de restrição, o que impacta em seus resultados econômicos e indicadores de micro e pequenas empresas.

Como possíveis transbordamentos é possível também realizar análises do comportamento do nicho de mercado dos micros e pequenos empreendedores após a vacinação, analisando se ocorreram mudanças significativas e a manutenção por parte dos mesmos a mudanças promovidas pelo governo e os impactos gerados em decorrência do fim de programas de auxílio e fomento.

REFERÊNCIAS

- BELIZÁRIO, MÁRCIA PALOMA; DE ALMEIDA, SABRINA RIBEIRO. O impacto da covid-19 no índice de mortalidade de micro e pequenas em-presas.
- BINDER, David A. On the variances of asymptotically normal estimators from complex surveys. **International Statistical Review/Revue Internationale de Statistique**, p. 279-292, 1983.
- BINDER, D. et al. Analytic uses of survey data: a review. In: **Advances in the Statistical Sciences: Applied Probability, Stochastic Processes, and Sampling Theory**. Springer, Dordrecht, 1987. p. 243-264.
- BRASIL. Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário Oficial da União. Brasília, 2006.
- BRASIL. Lei Complementar 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006. Diário Oficial da União. Brasília, 2008.
- COX, D. R.; HINKLEY, D. V. Theoretical Statistics Chapman and Hall, London. **See Also**, 1974.
- DEVECE, Carlos; PERIS-ORTIZ, Marta; RUEDA-ARMENGOT, Carlos. Entrepreneurship during economic crisis: Success factors and paths to failure. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 11, p. 5366-5370, 2016.
- DA SILVA, Mygre Lopes; DA SILVA, Rodrigo Abbade. Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19: impactos e reflexões. **Observatório Socioeconômico da COVID-FAPERGS**, 2020.
- DIAS, Fellipe Leonardo Torres et al. Doenças respiratórias no Triângulo Mineiro: Análise epidemiológica e projetiva com a pandemia de COVID-19. **Journal of Health & Biological Sciences**, v. 8, n. 1, p. 1-6, 2020.
- DO NASCIMENTO, Ana Caroline; DO PRADO, Nágela Bianca; DA CUNHA, Christiano França. COVID-19 e modelos de gestão nas micro e pequenas empresas: qual a melhor saída?. **Revista Expectativa**, v. 20, n. 1, p. 50-72.
- DUARTE, Dayane Valéria Silva. AS TECNOLOGIAS DIGITAIS COMO RECURSO DE INOVAÇÃO NO MERCADO DIGITAL. **Revista Terceiro Setor & Gestão-UNG-Ser**, v. 14, n. 1, p. 51-53, 2020.
- FELICIANO, Felipe Kupka et al. FATORES SOCIOECONÔMICOS DO PERFIL DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO. In: **Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação-ciki**. 2018.
- FREITAS, André Ricardo Ribas; NAPIMOGA, Marcelo; DONALISIO, Maria Rita. Análise da gravidade da pandemia de Covid-19. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 29, p. e2020119, 2020.

GLOBAL ENTREPREUNESHIP MONITOR (GEM 2018/2019) Global Report. 2019. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213>>.

GONÇALVES, Vasco B.; PIFANO, Mafalda Silva. Idade e empreendedorismo: uma revisão da literatura. 2015. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/10727>>.

GUIMARÃES, Cristiane Pereira et al. O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA COVID-19: NECESSIDADE, OPORTUNIDADE E SOLIDARIEDADE. **Anais do Seminário Científico do UNIFACIG**, n. 6, 2021.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua: o que é. IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 24 fev. 2021.

MACHADO, Ani Caroline; DE ARAÚJO, Geraldino Carneiro. MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES NO CONTEXTO PANDÊMICO DE COVID-19. **Anais do Simpósio Sul-Mato-Grossense de Administração**, v. 4, n. 4, p. 203-215, 2021.

MARCELINO, Jose Antonio; REZENDE, Adriano; MIYAJI, Mauren. Impactos iniciais da covid-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná-Brasil. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 2, n. 5, p. 101-112, 2020.

NOGUEIRA, Mauro Oddo; SILVA, Sandro Pereira; CARVALHO, Sandro Sacchet de. Da virose biológica à virose econômica: uma vacina para microempresas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 54, n. 4, p. 1010-1021, 2020.

ROCHA, Daniel Favoretto. Concorrência em Mercados Digitais e Desafios ao Controle de Atos de Concentração. **Revista de Defesa da Concorrência**, v. 7, n. 2, p. 99-121, 2019.

ROSA, Renato de Oliveira; CASAGRANDA, Yasmin Gomes; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. **Revista de tecnologia aplicada**, v. 6, n. 2, 2017.

SEBRAE. **Quem são os pequenos negócios**, 2020a. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD.

SEBRAE. **Quem são os pequenos negócios**, 2020b. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios**, 2020b. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

SEBRAE. **Sobrevivência e mortalidade de empresas**, 2020c. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Ufs/SP/Pesquisas/CAUSA%20MORTIS_vf.pdf>

SEBRAE. **Datasebrae – dados dos empreendedores no Brais**, 2021c. Disponível em:
<<https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empreendedores>>

SHIKIDA, Claudio D.; MONASTERIO, Leonardo; NERY, Pedro Fernando. Guia brasileiro de análise de dados: armadilhas & soluções. 2021.

