Análise do ambiente interno e externo

Workshops Planejamento Estratégico 2024-2027

12 a 16/06/2023

Desenvolvido por Imago Pesquisas
exclusivo para o Sebrae-SP

PANORAMA GERAL DO CENÁRIO EXTERNO

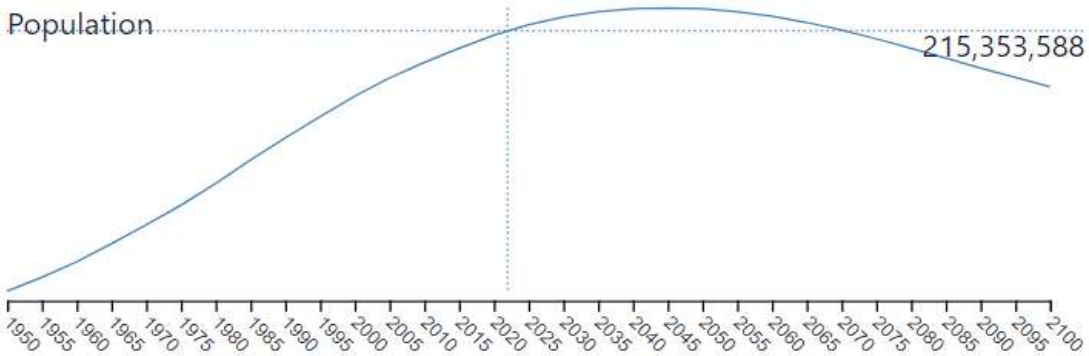
Foto de Joseph Chan na Unsplash

Crescimento da população brasileira

População do Brasil em 2022

215.353.588

Ao longo de 22 anos, podemos observar a evolução do crescimento populacional da seguinte forma:



Vivemos uma **curva de crescimento populacional.**

A projeção é de atingir o **ponto máximo de crescimento** em **2045**, com **229.604.529** brasileiros.

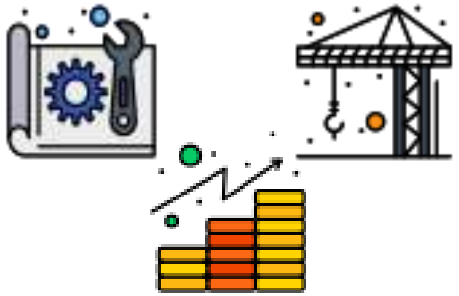
2000 – 174.709.339
2005 – 186.127.108
2010 – 195.713.637
2015 – 204.471.759
2020 – 212.559.409
2022 – 215.353.588

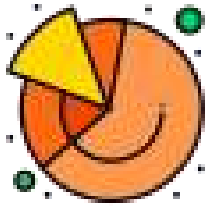
A faixa com maior volume populacional é entre 30 e 39 anos (16,1%).

Fonte: Histórico de crescimento populacional (BR). Pirâmide Etária. https://previous.populationpyramid.net/brazil/2022/
Fonte: PNAD contínua - Conheça o Brasil – População PIRÂMIDE ETÁRIA: https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18318-piramide-etaria.html#:~:text=A%20popula%C3%A7%C3%A3o%20de%2030%20anos,mais%2C%2014%2C7%25.

Histórico de produtividade por setor

"Com o fim do bônus demográfico, a única forma de ***aumentar a renda per capita*** *e gerar* ***crescimento sustentável*** *no Brasil nas próximas décadas será por meio da* ***elevação da produtividade do trabalho****"* (FGV, 2022)

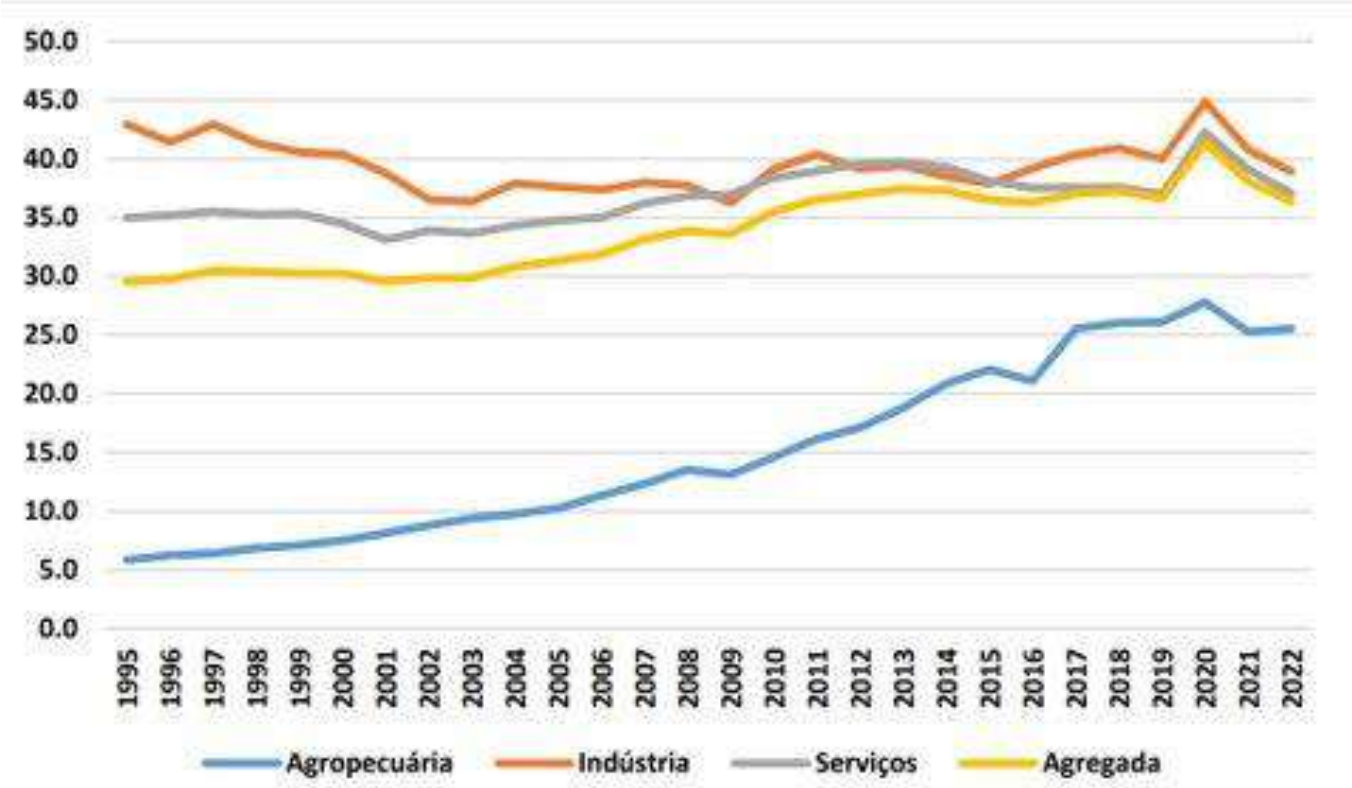




Apesar do baixo crescimento da produtividade agregada brasileira desde 1995, existe grande **heterogeneidade** na trajetória da produtividade do trabalho nos diferentes setores da economia.

Fonte FGV - IBRE. Elaboração do Observatório da Produtividade Regis Bonelli em 2020, com base nos dados das Contas Nacionais, Pnad e Pnad Contínua.

Histórico de produtividade por setor



Evolução da **produtividade por hora trabalhada** para o agregado da economia e para os três grandes setores (agropecuária, indústria e serviços) . Brasil: de 1995 até 2022, em R$.

Fonte FGV - IBRE. Elaboração do Observatório da Produtividade Regis Bonelli em 2020, com base nos dados das Contas Nacionais, Pnad e Pnad Contínua.

Histórico de produtividade por setor

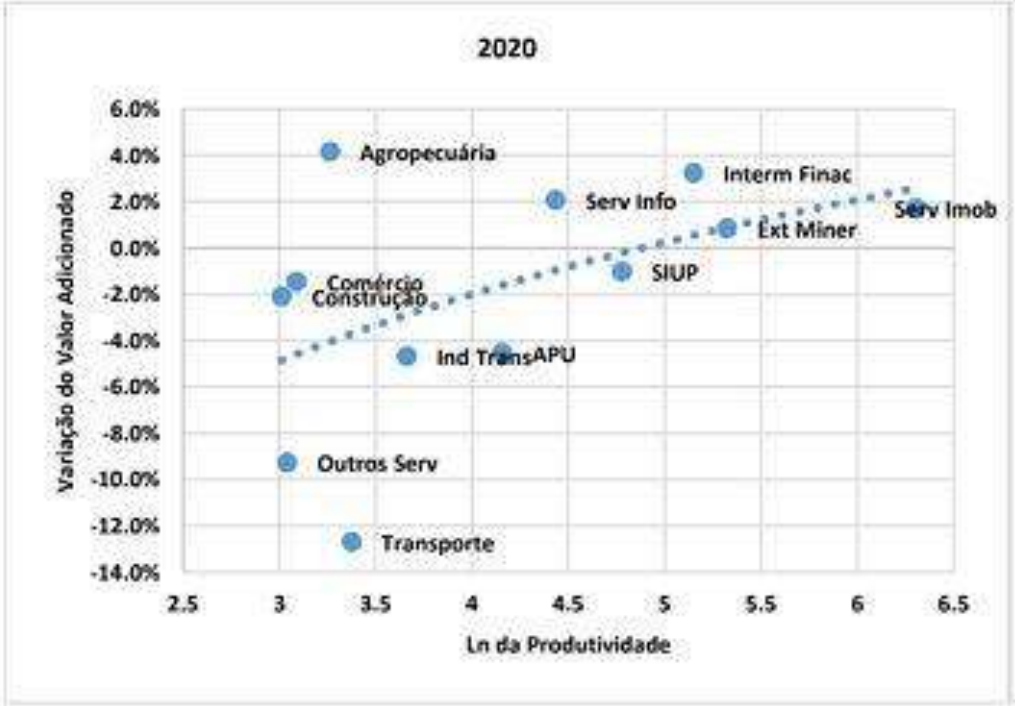
O comportamento da produtividade desde 2020 precisa ser interpretado com cautela, já que refletiu a **mudança no mercado de trabalho decorrente da pandemia**, que afetou principalmente os trabalhadores de baixa produtividade, especialmente os informais e os de baixa escolaridade.

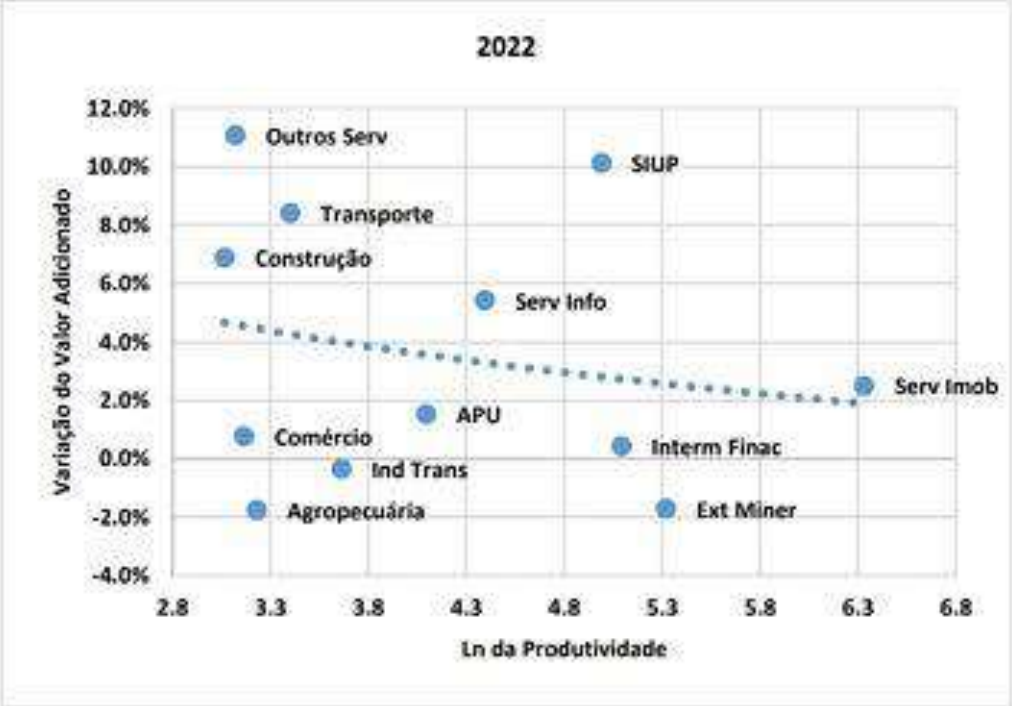
Mudanças na composição do emprego e dos setores da economia elevaram a produtividade média da economia em 2020 e, a **progressiva retomada** do crescimento **de setores menos produtivos** em 2021 e 2022, teve efeitos na **redução da produtividade**.

Fonte FGV - IBRE. Elaboração do Observatório da Produtividade Regis Bonelli em 2020, com base nos dados das Contas Nacionais, Pnad e Pnad Contínua.

Histórico de produtividade por setor

De modo geral, o desempenho da produtividade é afetado pelo **ambiente macroeconômico**, pelas **taxas de ocupação** e pelos níveis de **inovação tecnológica** dos diferentes setores.





Fonte FGV - IBRE. Elaboração do Observatório da Produtividade Regis Bonelli em 2020, com base nos dados das Contas Nacionais, Pnad e Pnad Contínua.

Previsão de PIB, Inflação e SELIC

BANCO CENTRAL DO BRASIL | Focus Relatório de Mercado

Expectativas de Mercado — 2 de junho de 2023

▲ Aumento ▼ Diminuição = Estabilidade

Mediana - Agregado	2023							2024							2025					2026				
	Há 4 semanas	Há 1 semana	Hoje	Comp. semanal *	Resp. **	5 dias úteis	Resp. ***	Há 4 semanas	Há 1 semana	Hoje	Comp. semanal *	Resp. **	5 dias úteis	Resp. ***	Há 4 semanas	Há 1 semana	Hoje	Comp. semanal *	Resp. **	Há 4 semanas	Há 1 semana	Hoje	Comp. semanal *	Resp. **
IPCA (variação %)	6,02	5,71	5,69	▼ (3)	153	5,49	49	4,16	4,13	4,12	▼ (1)	149	4,10	48	4,00	4,00	4,00	= (10)	125	4,00	4,00	4,00	= (11)	116
PIB Total (variação % sobre ano anterior)	1,00	1,26	1,68	▲ (4)	110	2,06	39	1,40	1,30	1,28	▼ (1)	101	1,22	37	1,00	1,70	1,70	= (3)	77	1,80	1,80	1,90	▲ (1)	71
Câmbio (R$/US$)	5,20	5,11	5,10	▼ (3)	123	5,10	36	5,25	5,17	5,16	▼ (2)	120	5,11	36	5,25	5,20	5,20	= (3)	82	5,30	5,25	5,25	= (1)	77
Selic (% a.a)	12,50	12,50	12,50	= (7)	144	12,50	43	10,00	10,00	10,00	= (16)	138	10,00	42	9,00	9,00	9,00	= (17)	110	9,00	9,00	9,00	= (1)	102
IGP-M (variação %)	2,14	0,67	-0,08	▼ (8)	83	-0,11	23	4,14	4,05	4,10	▲ (1)	70	4,10	18	4,00	4,00	4,00	= (15)	59	4,00	4,00	4,00	= (15)	58
IPCA Administrados (variação %)	10,70	9,44	9,41	▼ (5)	102	9,20	28	4,50	4,50	4,53	▲ (1)	84	4,50	25	4,00	4,00	4,00	= (11)	56	4,00	4,00	4,00	= (14)	51
Conta corrente (US$ bilhões)	-47,70	-47,06	-47,53	▼ (1)	30	-49,30	9	-52,25	-52,40	-53,00	▼ (1)	28	-53,00	8	-50,20	-49,85	-50,30	▼ (1)	17	-50,96	-51,00	-52,00	▼ (1)	15
Balança comercial (US$ bilhões)	60,00	60,00	58,75	▼ (1)	30	56,00	9	55,00	55,00	55,30	▲ (2)	26	55,00	7	55,00	59,50	60,00	▲ (3)	15	51,58	55,00	56,00	▲ (3)	14
Investimento direto no país (US$ bilhões)	80,00	80,00	80,00	= (23)	25	80,00	10	80,00	80,00	80,00	= (18)	23	80,00	9	81,50	82,00	82,00	= (1)	15	85,00	80,00	80,00	= (2)	13
Dívida líquida do setor público (% do PIB)	60,70	61,00	60,70	▼ (1)	27	61,00	9	64,10	64,50	64,45	▼ (2)	24	64,00	7	67,00	66,75	66,25	▼ (2)	18	67,20	67,85	67,45	▼ (1)	16
Resultado primário (% do PIB)	-1,00	-1,10	-1,10	= (1)	43	-1,10	15	-0,80	-0,70	-0,70	= (2)	40	-0,84	14	-0,39	-0,21	-0,34	▼ (1)	30	-0,10	-0,20	-0,20	= (1)	27
Resultado nominal (% do PIB)	-7,80	-7,85	-7,93	▼ (2)	26	-7,80	9	-7,00	-7,00	-7,00	= (6)	24	-7,05	8	-6,00	-6,05	-6,20	▼ (2)	16	-5,75	-5,50	-5,65	▼ (1)	14

* comportamento dos indicadores desde o Focus-Relatório de Mercado anterior; os valores entre parênteses expressam o número de semanas em que vem ocorrendo o último comportamento ** respondentes nos últimos 30 dias *** respondentes nos últimos 5 dias úteis

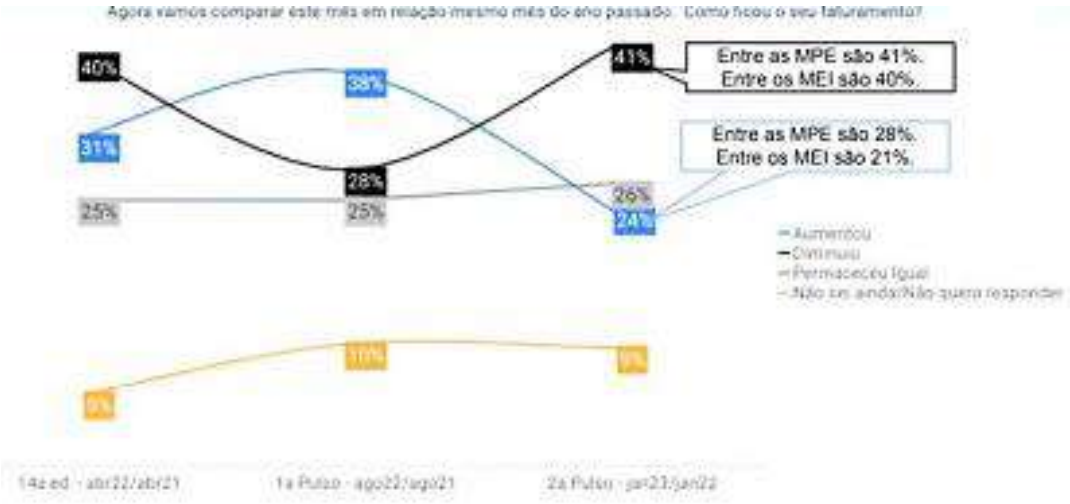
Expectativa de crescimento constante e discreto do PIB 2026.

Inflação apresenta **baixa** e a tendência/projeção da **Selic** é de **redução**, favorecendo o aquecimento da economia interna.

Câmbio tende a subir, favorecendo a exportação dos negócios nacionais.

Fonte: Relatório de Mercado Focus, Banco Central do Brasil, Junho/2023.

Faturamento médio e empréstimos



Aumento da proporção de empresas que afirmam que estão sofrendo uma **redução no seu faturamento**.

Após aumento do impacto médio do faturamento das empresas, nota-se **queda, com maior expressão para MEIs.**

Fonte: SEBRAE (2022), Financiamento dos Pequenos Negócios no Brasil 2022, 9ª edição, nov/22. Fonte: Pesquisa Pulso dos Pequenos Negócios 2 Edição – Jan/2023 ;

Faturamento médio e empréstimos

30% dos empreendedores buscaram empréstimo bancário para suas empresas nos últimos 3 meses, mas **só 4 a cada 10** conseguiram. (Jan/2023)

39% das empresas solicitaram empréstimo em nome da **Pessoa Jurídica**, enquanto **61%** o fizeram em nome da **Pessoa Física**.

Forma mais frequente de empréstimo / financiamento que a empresa fez em bancos (últimos 5 anos)

Desde o início da série histórica (2013), foi o ano com a **maior proporção de solicitações como PF**.

Em parte, é reflexo do **aumento das dificuldades** em obter empréstimos em bancos.

Fonte: SEBRAE (2022), Financiamento dos Pequenos Negócios no Brasil 2022, 9ª edição, nov/22. Fonte: Pesquisa Pulso dos Pequenos Negócios 2 Edição – Jan/2023;

Futuro do mercado de trabalho

A pandemia de Covid-19 e tecnologias da quarta revolução industrial reconfiguraram ofertas, demandas, vagas, funções e status de diversas profissões.

Aceleração e aprofundamento no ritmo das mudanças previstas para um longo prazo antes de 2020

Implementação em larga escala do trabalho remoto

Substituição de diversos trabalhadores por máquinas (produtividade igual ou maior ao humano por um custo menor)

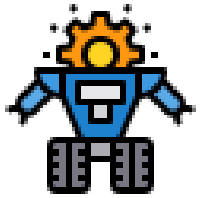
Criação e implementação de IA, redes neurais e IoT

Fortalecimento do comércio eletrônico

Fonte: Futuro do trabalho no Brasil, Paul Ferreira - FGV, 2022. 2 pesquisas realizadas | novembro de 2019 e abril de 2020 | 1.294 participantes

Futuro do mercado de trabalho

No contexto brasileiro, um estudo realizado pela UnB apontou que **54% das vagas de trabalho** estão em risco no país e poderiam ser fechadas até **2026** se houvesse uma substituição completa de trabalhadores humanos por tecnologia já existente, e com produtividade superior à humana.



As funções que mais correm risco são aquelas que demandam **esforço rotineiro e repetitivo** por parte dos trabalhadores.

87,4% dos especialistas acreditam que a tecnologia possibilitará uma quebra de paradigmas nas contratações. Isso deve incluir a maior contratação de profissionais da ***GIG Economy*** (trabalhos temporários, contratações por projetos ou horas).

Fonte: Futuro do trabalho no Brasil, Paul Ferreira - FGV, 2022. 2 pesquisas realizadas | novembro de 2019 e abril de 2020 | 1.294 participantes

Pilares fundamentais do futuro do trabalho

SEBRAE

Natureza do trabalho:

Automação de tarefas rotineiras

GIG Economy e força contingencial

Ressignificar o valor do trabalho

Trabalhos mais analíticos e conhecimentos orientados

Força de trabalho:

Inclusão e diversidade como estratégia

Coexistência humanos - máquinas

Demandas por novas competências

Envelhecimento da população e mercados mais competitivos

Execução do trabalho:

Flexibilização das modalidades do trabalho

Life balance e bem-estar

Práticas de gestão de pessoas

Educação:

Lifelong learning

Multiplicidade de agentes

"Há três coisas que o ser humano ainda faz melhor que uma máquina: lidar com outro ser humano, resolver problemas e criar.

A maior parte dos empregos do futuro estão ligados a essas áreas".

(especialista entrevistado)

Fonte: Futuro do trabalho no Brasil, Paul Ferreira - FGV, 2022. 2 pesquisas realizadas | novembro de 2019 e abril de 2020 | 1.294 participantes

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Tendências que afetarão as MPEs nos próximos 5 anos

1. Dinâmica e estrutura da economia

O crescimento da ocupação não acompanhará o ingresso de pessoas na força de trabalho devido ao ritmo de crescimento da economia.

2. Relações de trabalho e inserção no mercado

O MEI deve se manter como a principal forma de inserção no mercado para as pessoas que vivem do trabalho.

3. Contratação flexível

Maior flexibilidade para empregadores ajustarem a compra de tempo de trabalho às flutuações de mercado. Devido à reforma trabalhista, haverá maior segurança jurídica para o assalariamento e contratação de serviços de terceiros, inclusive autônomos e MEI.

4. Trabalho em todo lugar o tempo todo

Trabalho remoto cresceu bruscamente na pandemia e permanecerá como tendência para os próximos anos.

5. Transformação Digital

Expande possibilidades de automação para muitos negócios e processos de trabalho. Parte da eliminação de postos de trabalho se deve ao fato de que muitos já são automatizáveis com tecnologias já disponíveis.

6. Competências e Qualificações

As competências socioemocionais devem ganhar cada vez maior importância.

7. Ocupações do Futuro

As ocupações do futuro dependerão de tecnologias e de competências digitais, com um cenário de integração entre os mundos físico e virtual por meio de tecnologias como IoT, big data e IA.

8. Nova educação profissional

Novas opções no mercado de formação profissional oferecem trajetórias de qualificação alinhadas ao trabalho digital.

Fonte: Dinamus Consultoria: O futuro do trabalho e do Empreendedorismo. s/d.

IMAGO
PESQUISA DINÂMICA

Taxas de empreendorismo Brasil / SP / Comunidades

AMBIENTE PARA EMPREENDER

Condições para empreender, informalidade e mortalidade

Foto de Joseph Chan na Unsplash

SEBRAE

Participação de MPEs na economia nacional

Nos últimos trinta anos, a participação das MPEs na economia do país vem crescendo, assim como o seu papel na **geração de empregos e arrecadação de impostos**, especialmente em momentos de crise.

As Micro e Pequena Empresas respondem por cerca de 30% da produção de riqueza do Brasil. E esse valor adicionado tem se mostrado consistente ao longo dos anos.

40% dos donos de negócios do Brasil se concentram em 3 estados do Sudeste:

São Paulo (21,6%)

Minas Gerais (10,3%)

Rio de Janeiro (8,4%)

Fonte: Atualização de estudo sobre participação de micro e pequenas empresas na economia nacional. Sebrae, março, 2022.

Fonte: Atlas-pequenos-negocios-sebrae.pdf (poder360.com.br)

Taxas de Empreendedorismo Brasil x São Paulo

Estimativa do número de pessoas adultas entre 18 a 64 anos que não têm empreendimento mas **que gostaria de ter um em até 3 anos**.

51 milhões

Estimativa de adultos entre 18 e 64 anos que já tinham um negócio (formal ou informal) e/ou que fizeram alguma ação, em 2022, **visando ter um negócio no futuro.**

42 milhões

Empreendedorismo potencial em São Paulo (2021)

9.850.377

Teto de público-alvo

93 milhões

Fontes: Sebrae/GEM 2022. GEM São Paulo, 2021.

Motivações no empreendedorismo

Ter um negócio próprio é um dos principais sonhos a serem atingidos. **Esse sonho cresceu 13% de 2020 para 2021 no Brasil.**

Sonho	**54%**	**60%**
Necessidade	**73%**	**51%**

Fontes: Fast Company, Empreendedorismo, o motor de transformação da favela, 2022, Renato Meirelles e Celso Athayde, Apresentação da pesquisa Data Favela, 2023. ***GEM São Paulo, 2021***

Sonho

78% dos 17,9 milhões residentes em favelas já empreenderam, empreendem ou querem empreender.

*35% das pessoas vivendo em favelas do Brasil tiveram, **sonham em ter um negócio próprio - são 6 milhões de pessoas!***

Liberdade

*O maior sonho profissional da favela é empreender, isso porque ser dono do seu próprio negócio significa **não depender de ninguém**, não ter que baixar a cabeça para **desrespeito ou preconceito.***

57% abriram seus negócios por falta de outras alternativas e empregos.

Proximidade

*Gostam de fazer negócios na área onde residem. Entre os residentes que pretendem abrir um negócio, **sete em cada dez pretendem lançá-lo dentro da favela (68%).***

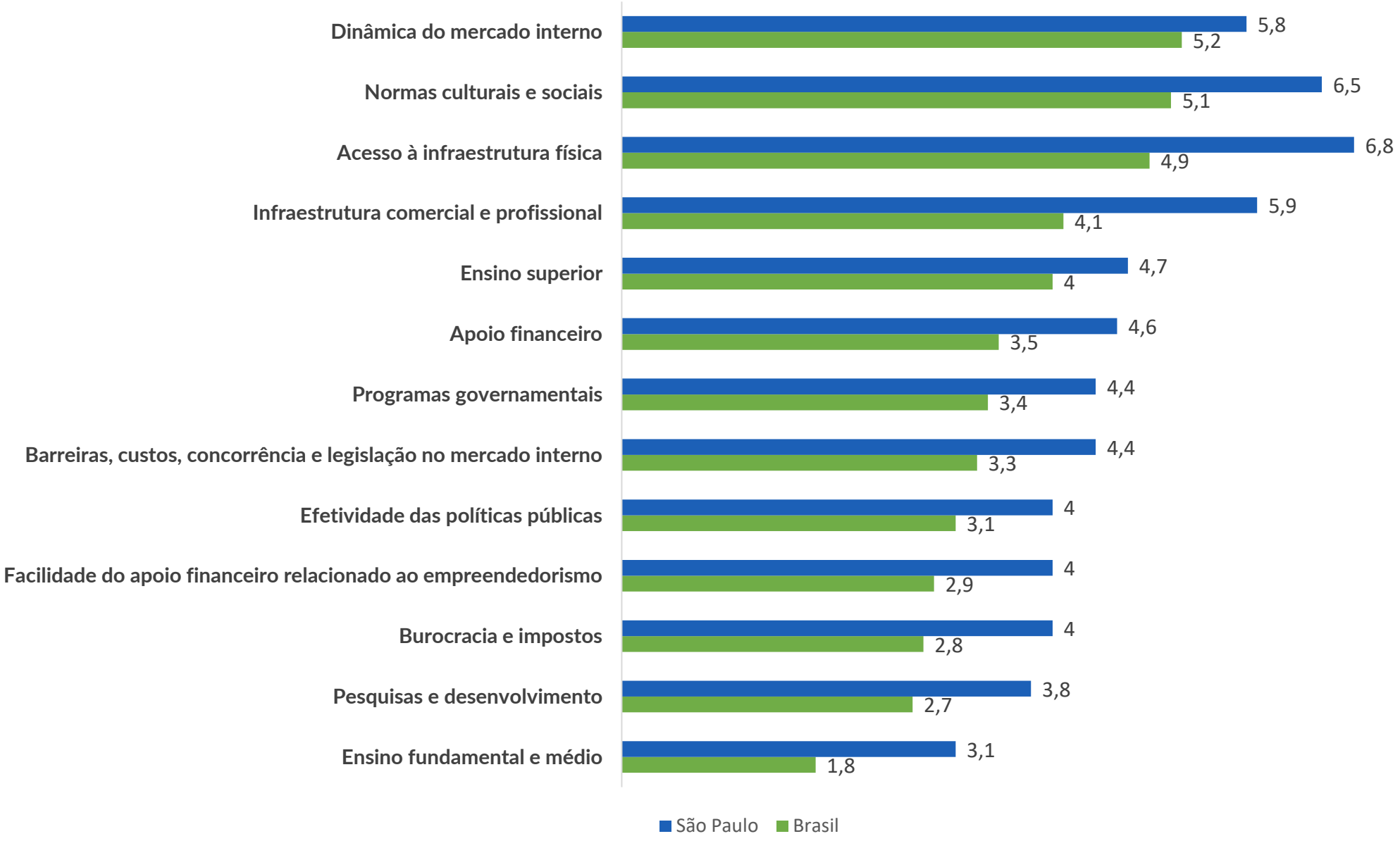
Sobe para 79% para pessoas +50 anos.

*Estima-se que os moradores movimentem **R$ 202 bi** com seus projetos de renda própria por ano.*

Fontes: Fast Company, Empreendedorismo, o motor de transformação da favela, 2022, Renato Meirelles e Celso Athayde, Apresentação da pesquisa Data Favela, 2023. GEM São Paulo, 2021

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Condições para empreender



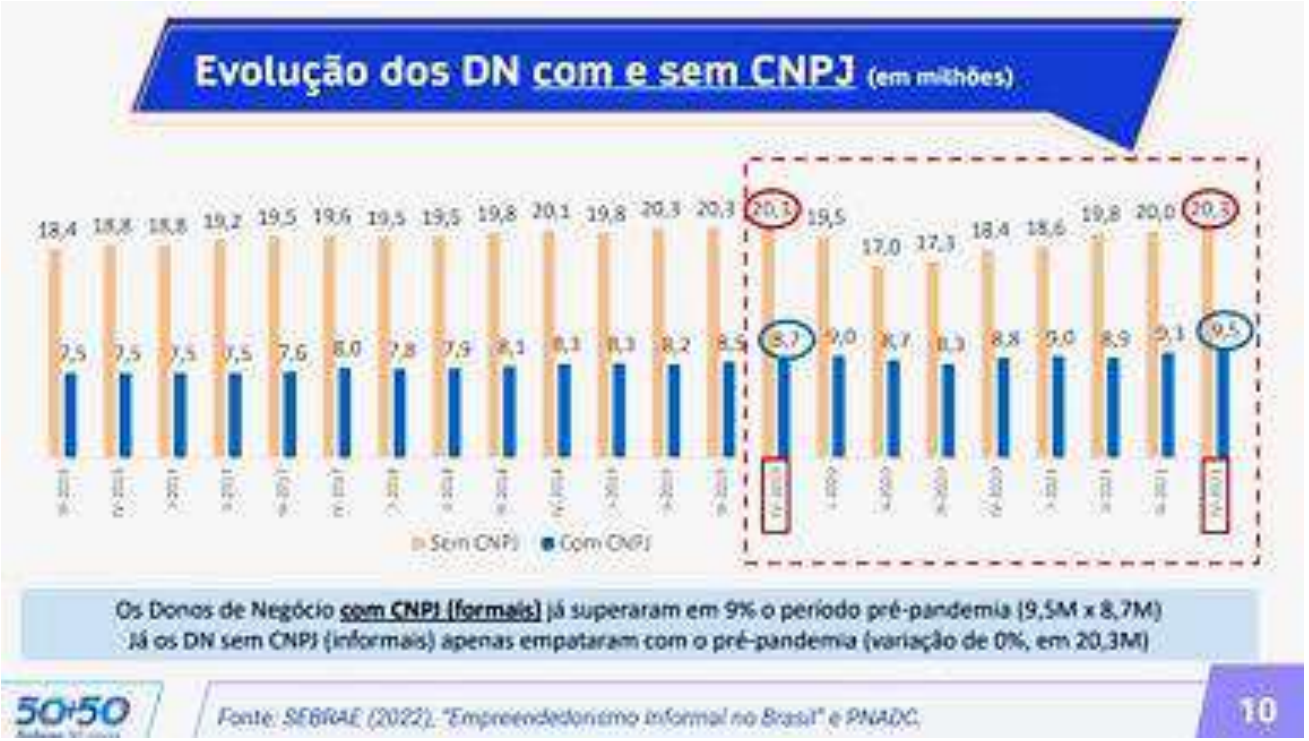
Fontes: GEM 2022

Informalidade no Brasil

Aumento de **3%** do número de Donos de Negócios.

Donos de negócios com CNPJ já superaram em **9%** o período pré-pandemia (sem variação nos informais).

Entre **2015** e **2021**, a proporção de Donos de Negócios com CPNJ passou de **28%** para **32%** do total



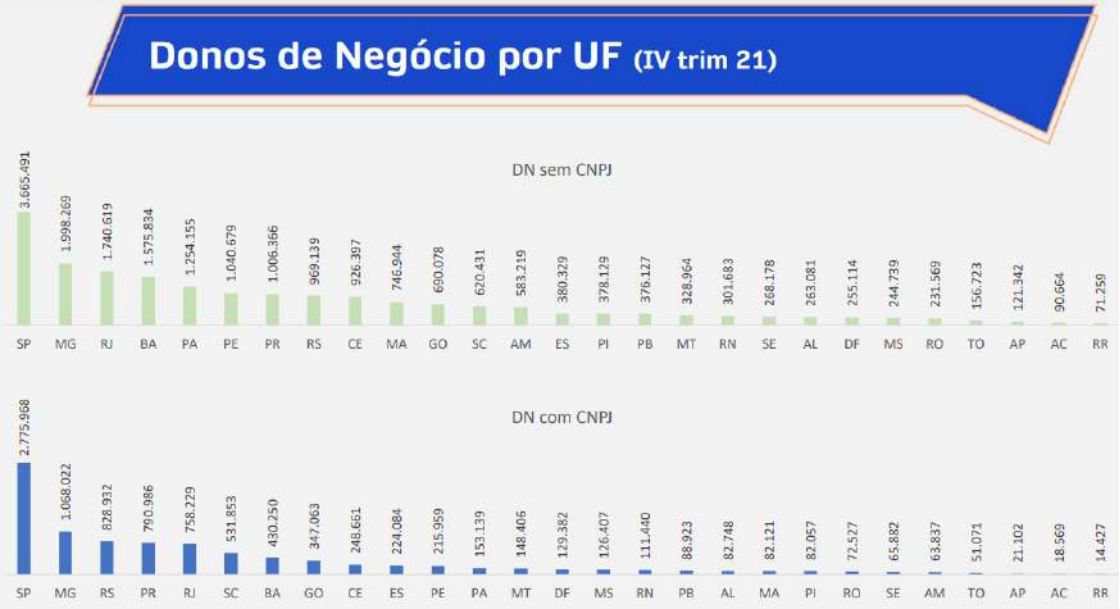
SE e S respondem por **75%** dos DN com CNPJ

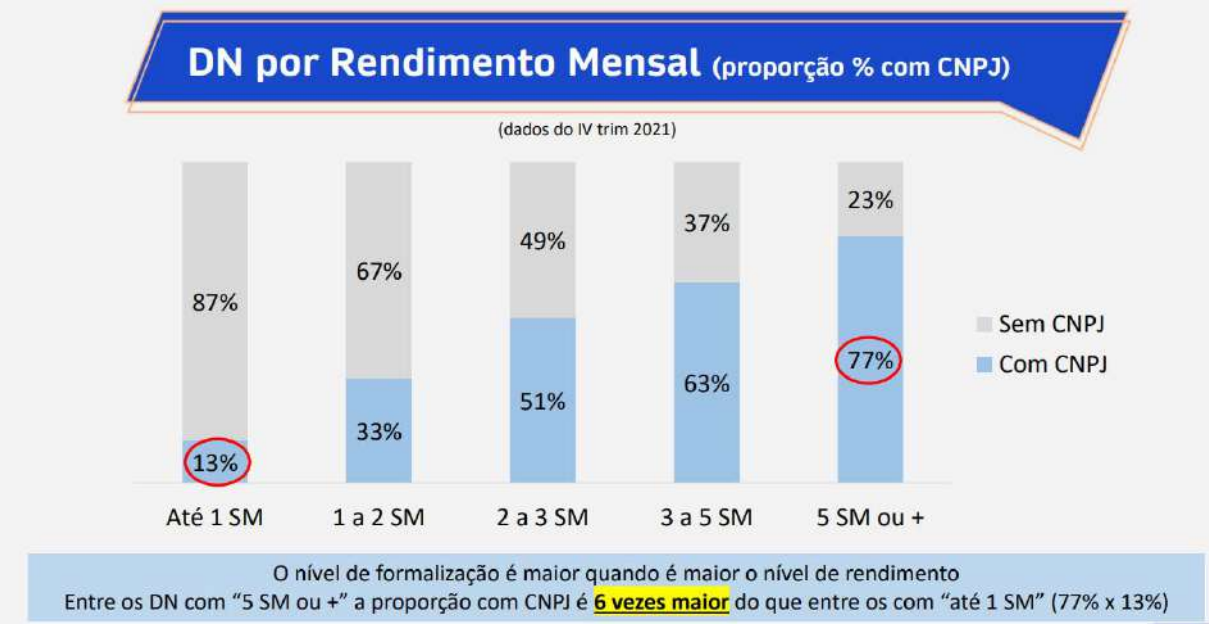
SE e NE respondem por **67%** dos DN sem CNPJ

É maior no sul, no setor do comércio e entre "empregadores" brancos .

Fonte: Estudo "Empreendedorismo Informal no Brasil". Sebrae, Junho 2022

Informalidade no Brasil





Em SP, a proporção de informais é maior que a de formais.

Diferença relativa dos perfis

Donos de Negócio Formais (c/CNPJ)	Donos de Negócio Informais (s/CNPJ)
Estabelecimentos fixos	Sem local fixo
Maior renda/Maior renda	Menor renda/Menor escolaridade
Mais de 2 anos na atividade	Há pouco tempo na atividade
Maior porte	Menor porte
Empregadores	Conta própria (sem empregados)
Mais horas no negócio	Menos horas no negócio
Comércio/Serviços	Agropecuária/Construção
De 35 a 54 anos	Jovem (até 34 anos)
Brancos	Negros

A formalização é proporcionalmente maior com o aumento do rendimento, sendo 6x maior para DN que ganham mais de 5 Salários Mínimos.

Fonte: Estudo "Empreendedorismo Informal no Brasil". Sebrae, Junho 2022

Informalidade nas Comunidades

50% dos moradores da favela empreendem

5,2 milhões de pessoas acima de 18 anos

37% possuem CNPJ

A maioria dos negócios em **contexto de vulnerabilidade** são informais, individuais ou familiares.

Barreiras para a formalização:

Grande parte dos consumidores **não veem os benefícios** e não possuem interesse em se formalizar.

O processo de formalização é **burocrático** e visto co mo caro pelos empreendedores em situação de vulnerabilidade.

Boa parte prefere se manter na informalidade para assegurar o **recebimento dos benefícios** e **auxílios do governo**.

"É preciso, primeiro, consolidar o negócio e a manutenção da vida para depois pensar em formalização".

Fonte: Revista PEGN, Metade dos moradores de favelas se considera empreendedor, mostra pesquisa, 2022

Principais motivos para o fechamento de empresas no Brasil

Instabilidade Econômica

Falta de Acesso ao Crédito

Ambiente Regulatório

Carga Tributária

Problemas Pessoais

Impacto da pandemia de 2020 no fechamento das empresas

- Maior proporção de pessoas **desempregadas antes de abrir o negócio**
- **Menor conhecimento/experiência** anterior no ramo
- Maior proporção de quem abriu por **exigência de cliente/fornecedor** ou por **necessidade**
- Menor acesso ao crédito (pediram e conseguiram menos)
- Tinham **menos iniciativa em aperfeiçoar o negócio**
- Fizeram **menos esforços de capacitação**
- Cerca de metade das empresas que fecharam em 2020 considera que "**a pandemia foi determinante**"

Fonte: Apresentação Executivo Discussão: Pesquisa "Sobrevivência de Empresas" Diretoria/Unidade: Presidência Gerente/Técnico Responsável: Adriane/Bedê Abril 2021 . Fonte: Desk do Projeto Mortalidade, IMAGO, 2023.

Mortalidade empresarial

Mortalidade das empresas após 5 anos de atividade

Por categoria empresarial

MEI	ME	EPP
29%	21,6%	17%

Por área de atuação empresarial

Comércio	Indústria Extrativa
30%	14%
(maior taxa)	*(menor taxa)*

O **gap de gestão e conhecimento** ainda é um dos grandes responsáveis pela mortalidade empresarial

Empreendedorismo por necessidade representa quase metade dos motivadores para empreender

O fechamento de uma empresa pode ter grande **impacto sobre a vida do empreendedor**, maior ainda pelos motivados por necessidade

Fonte: Apresentação Executivo Discussão: Pesquisa "Sobrevivência de Empresas" Diretoria/Unidade: Presidência Gerente/Técnico Responsável: Adriane/Bedê Abril 2021 . Fonte: Desk do Projeto Mortalidade, IMAGO, 2023.

Custo do fracasso com a morte da empresa

Custos financeiros

Perda do investimento, acúmulo de dívidas, falta da renda - muitas vezes a principal familiar e dificuldade de captar novos recursos.

Custos sociais

Associados ao impacto nas relações pessoais e profissionais e perda de reputação devido ao fracasso da empresa.

Custos psicológicos

Geram estresse, tristeza, depressão e até trauma. Estão associados à uma perda de autoestima e autoconfiança.

Fonte: Desk do Projeto Mortalidade, IMAGO, 2023.

Maiores aprendizados com o fracasso

Resiliência

O fracasso ensina aos empreendedores a capacidade de se recuperar rapidamente das dificuldades.

Conhecimento

O conhecimento e a experiência prática que vêm do fracasso inspiram coragem e confiança. Isso os levam a tentar de novo.

Adaptabilidade

Abraçar a mudança, manter-se ágil e pivotar fazem parte da adaptabilidade que ajuda os empreendedores a superar obstáculos, aprender e inovar.

Fonte: Desk do Projeto Mortalidade, IMAGO, 2023.

IMAGO
PESQUISA DINÂMICA

EPP / ME / MEI

PERFIL DE QUEM EMPREENDE

Raça, gênero, juventude, terceira idade, vulnerabilidade

Foto de Joseph Chan na Unsplash

SEBRAE

82% das MEIs recomendam o registro como MEI para amigos.

Maioria são de pessoas pretas

54% negras
43% brancas
3% outros

Rendimento médio

24% ganham até 2 salários mínimos
54% ganham entre 2 e 5 salários mínimos
22% ganham mais de 5 salários mínimos

Maioria não paga impostos em dia

54% já deixaram de pagar alguma Guia DAS-MEI
49% não sabem das consequências da inadimplência do DAS-MEI

Educação Superior

34% possuem o ensino superior incompleto ou mais
42% possuem o ensino médio ou técnico completo
24% até médio ou técnico incompleto

Maioria trabalha de casa

38% trabalham em casa
27% trabalham em um estabelecimento comercial
19% trabalham na rua, em feiras, shopping ou outros locais
16% trabalham na casa ou na empresa de clientes

Motivações para se tornar MEI

30% Aproveitar benefícios do INSS
23% Ter uma empresa formal
12% Para emitir Nota Fiscal
03% Fazer compras melhores e baratas
03% Crescer mais como empresa

Fonte: DataSebrae 2022

Perfil de MEIs no Estado de São Paulo

Maioria são de pessoas brancas

50,8% brancos
37,4% pardos
7,4% pretos
1,1% amarelos
0,1% indígenas

Distribuição de gênero

53,6% gênero masculino
46,4% gênero feminino

Distribuição de gênero segue um padrão entre os anos 2018 a 2023.

Motivações para se tornar MEI

Motivação	Nascentes	Novos
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	73,3%	72,8%
Para fazer diferença no mundo	71,9%	69,2%
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	55,7%	51,1%
Para continuar uma tradição familiar	33%	28,6%

Principais segmentos de atuação

6,9% Cabeleireiro, manicure e pedicure (286.382)
5,9% Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (244.292)
4,3% Promoção de vendas (244.292)
4,1% Obras de alvenaria (169.084)
3,6% Preparação de documentos e serviços especializados de apoio admin. (137.493)
3,2% Transp. rodov. de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, munic. (127.606)
03% Fornec. de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar (124.401)

Esses segmentos representam mais de 31% das MEIs de SP.

Fonte: Sebrae-SP a partir do Portal do Empreendedor e DataSebrae 2022.

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

66% das MEs atuam no comércio e indústria

Maioria são de pessoas brancas

72% brancos
19% pardos
03% pretos
01% amarelos

Rendimento médio

14% ganham até R$5 mil
21% ganham entre R$5 mil e R$10 mil
46% ganham mais de R$10 mil

Maioria paga impostos em dia

72% nunca deixaram de pagar os impostos
61% estão em dia com o pagamento dos impostos

Educação Superior

57% possuem o ensino superior incompleto ou mais
28% possuem o ensino médio ou técnico completo
15% até médio ou técnico incompleto

Maioria trabalha de casa

21% trabalham em casa
06% trabalham em outro lugar
06% trabalham na rua, em feiras ou shoppings.

Motivações para se tornar ME

45% Conhecimento/Experiência na área
27% Vontade de abrir um negócio
26% Oportunidade de mercado
18% Necessidade de aumentar a renda
07% Desemprego
08% Outros

Fonte: DataSebrae 2022

77% das EPPs atuam no comércio e indústria

Maioria são de pessoas brancas

55% brancos
33% pardos
07% pretos
02% amarelos

Rendimento médio

28% ganham até R$5 mil
29% ganham entre R$5 mil e R$10 mil
28% ganham mais de R$10 mil

Maioria paga impostos em dia

74% nunca deixaram de pagar os impostos
63% estão em dia com o pagamento dos impostos

Educação Superior

62% possuem o ensino superior incompleto ou mais
22% possuem o ensino médio ou técnico completo
16% até médio ou técnico incompleto

Maioria trabalha de casa

14% trabalham em casa
06% trabalham em outro lugar
03% trabalham na rua, em feiras ou shoppings.

Motivações para se tornar EPP

52% Conhecimento/Experiência na área
26% Vontade de abrir um negócio
25% Oportunidade de mercado
16% Necessidade de aumentar a renda
08% Desemprego
12% Outros

Fonte: DataSebrae 2022

Perfil da pessoa fundadora

Distribuição de gênero

73% gênero masculino

18% gênero feminino

Raça

72% branca

12% parda

07% preta

05% prefiro não responder

03% amarela

0,1% indígena

Idade

01% menos de 20 anos

05% de 20 a 25 anos

15% de 26 a 30 anos

20% de 31 a 35 anos

21% de 31 a 40anos

15% de 41 a 45 anos

15% 45 anos ou mais

Grau de escolaridade

43% Especialização (pós graduação, MBA)

33% Ensino superior (graduação, tecnólogo)

12% Mestrado

08% Doutorado

04% Ensino médio

Fonte: Perfil Startups São Paulo - Sebrae For Starups e Abstartups

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Perfil da pessoa fundadora

Atua também em outra função?

68% CEO: Diretor (a) executivo
05% COO: Diretor (a) de operações
05% CTO: Diretor (a) de tecnologia
08% CEO: não atua nessas funções, mas dedica exclusivamente seu tempo a startup
10% CEO: não atua nessas funções, mas além da startup, exerce outras atividades e projetos.
2,5% CMO: Diretor (a) de marketing
01% CFO: Diretor (a) financeiro

Tamanho do quadro de sócios

15% Nenhuma
79% De 1 a 5
04% De 6 a 10
0,9% De 11 a 20
0,1% De 21 a 30
0,2% De 31 a 50
0,2% Acima de 50

Tempo de fundação

13% menos de 1 ano
20% 1 ano
20,3% 2 anos
15,2% 3 anos
9,5% 4 anos
06% 5 anos
16,5% mais de 5 anos

Fonte: Perfil Startups São Paulo - Sebrae For Starups e Abstartups

Principais Segmentos

EDUCAÇÃO (EDTECH)	11,6%
SAÚDE E BEM-ESTAR (HEALTHTECH E LIFE SCIENCE)	10,3%
FINANÇAS (FINTECHS)	9,7%
DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE	4,5%
AGRONEGÓCIOS (AGTECHS)	4,0%
RECURSOS HUMANOS E RECRUTAMENTO	3,9%
E-COMMERCE / MARKETPLACE	3,8%
COMUNICAÇÃO E MARKETING	3,2%
VENDA POR VAREJO / ATACADO (RETAIL)	2,6%
LOGÍSTICA E SUPPLY CHAIN	2,5%

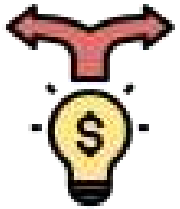
Fase

3,8%	IDEAÇÃO
32,5%	VALIDAÇÃO
30,4%	OPERAÇÃO
23,6%	TRAÇÃO
9,7%	ESCALA

21% tem negócios no exterior

18% possui alguma patente

52% já pivotou negócio



Fonte: Perfil Startups São Paulo - Sebrae For Startups e Abstartups

Possui alguma iniciativa relacionada aos critérios de Governança Ambiental, Social e Corporativa (ESG)?

52% Não, ainda não temos iniciativas reconhecidas na startup dentro desses critérios.

17% Sim, ações sociais como valorização do time de colaboradores, diversidade e inclusão, LGPD, etc.

12% Sim, projetos de impacto do negócio no meio-ambiente, gestão de resíduos, poluição, reciclagem.

12% Sim, temos iniciativas em todas as frentes do ESG.

7% Sim, fatores de governança como ética e transparência, código de ética e cultura, compliance, etc.

Fonte: Perfil Startups São Paulo - Sebrae For Startups e Abstartups

Perfil das Startups brasileiras - Investimentos

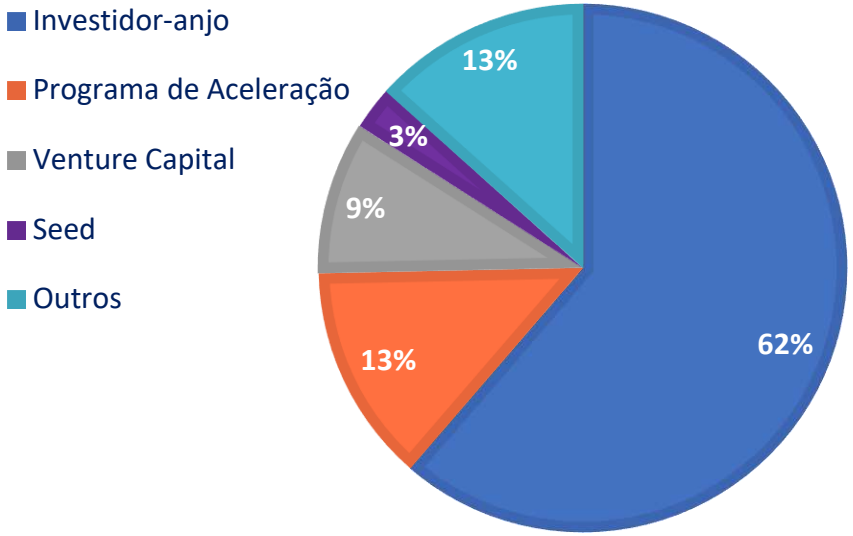
Sua startup já recebeu investimento?

64,7%	35,3%
NÃO	SIM

Qual foi o valor total do investimento que sua startup recebeu?

0,3%	Abaixo de R$10 mil
1,0%	R$10 mil a R$30mil
1,9%	R$30 mil a R$50 mil
19,7%	R$50 mil a R$250 mil
11,7%	R$250 mil a R$500 mil
13,9%	R$ 500 mil a 1 milhão
28,8%	R$ 1 a 2.5 milhões
10,4%	R$ 2.5 a 5 milhões
12,3%	Acima de 5 milhões

Tipo de investimento recebido pelas startups



Faixa de faturamento (anual)

27,0%	SEM FATURAMENTO
10,5%	ABAIXO DE R$10 MIL
6,2%	R$10 MIL A R$30MIL
5,1%	R$30 MIL A R$50 MIL
13,5%	R$50 MIL A R$250 MIL
10,8%	R$250 MIL A R$500 MIL
6,9%	R$500 MIL A R$1 MILHÃO
9,2%	R$1 MILHÃO A R$2,5 MILHÕES
5,4%	R$2,5 MILHÕES A R$5 MILHÕES
5,4%	ACIMA DE R$5 MILHÕES

71% das startups estão em busca de investimento no momento

48% das startups têm rodada de investimentos aberta no momento

Fonte: Perfil Startups São Paulo - Sebrae For Startups e Abstartups

Perfil das Startups brasileiras - Empregabilidade

SEBRAE

Tamanho da equipe

50,0%	1-5 COLABORADORES
20,6%	6-10 COLABORADORES
13,4%	11-20 COLABORADORES
9,4%	21-40 COLABORADORES
4,8%	41-100 COLABORADORES
1,2%	101-200 COLABORADORES
0,5%	201-500 COLABORADORES
0,1%	501-1000 COLABORADORES

Sua startup abriu processos seletivos no último ano?

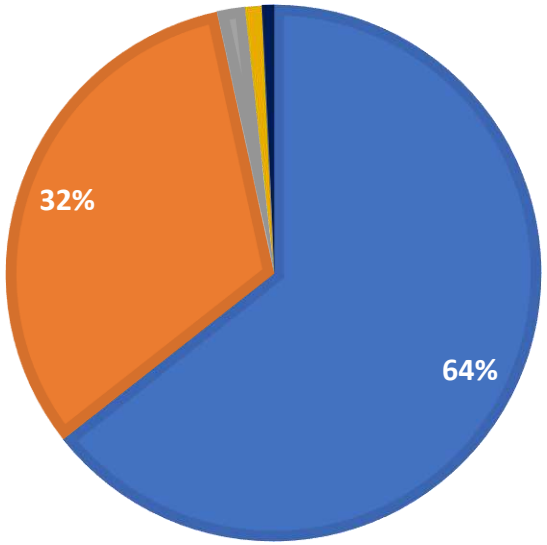
56,4% SIM

43,6% NÃO

Destes processos, quantos colaboradores foram contratados nesse período?

4,6%	NENHUM
58,7%	DE 1 A 5
16,5%	DE 6 A 10
10,6%	DE 11 A 20
3,7%	DE 21 A 30
3,3%	DE 31 A 50
2,2%	DE 51 A 100
0,4%	ACIMA DE 100

Colaboradores que pediram desligamento no último ano



- Nenhum (64%)
- de 1 a 5 (32%)
- de 6 a 10 (1,7%)
- de 11 a 20 (1%)
- acima de 21 (0,7%)

Fonte: Perfil Startups São Paulo - Sebrae For Startups e Abstartups

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Além dos números, quem são esses micro e pequenos empreendedores?

Apesar de relevante, a pesquisa realizada pela Global Entrepreunership Monitor se **limita a traçar o perfil de empreendedores categorizado por sexo feminino e masculino e recorte etário de adultos (18 e 64 anos).**

O Sebrae amplia o olhar para o **Empreendedor 65+** e para as possibilidades da educação empreendedora entre estudantes do **EF 2, Ensino Médio e Superior**, como um preparo para a futura atuação como empreendedores.

Trouxemos pautas transversais para a construção do PA24-27.

Vamos dar um **zoom** nesses diferentes tipos de empreendedorismos?

Empreendedorismos no plural!

Empreendedorismo e Gênero – donas de negócio

Distribuição de gênero

66% gênero masculino

34% gênero feminino

10,3 milhões são donas de seus negócios

Rendimento Médio mensal

49,09% até 1 salário mínimo

22,62% entre 1 e 2 salários mínimos

12,61% entre 2 e 3 salários mínimos

9,96% entre 3 e 5 salários mínimos

5,77% acima de 5 salários mínimos

Perfil

64% possuem negócios **com CNPJ**

17% possuem **sócios**

87% tocam o negócio **por conta própria**

49% se declaram **negras**

5,3 milhões são **chefes de domicílio**

Faixa etária

0,8 milhões têm até 24 anos

2,5 milhões entre 25 e 34 anos

2,8 milhões entre 35 e 44 anos

2,2 milhões entre 45 e 54 anos

1,4 milhões entre 55 e 64 anos

0,6 milhões acima de 64 anos

Formação

4,2 milhões tem **EM completo ou incompleto**,

2,9 milhões tem **ensino superior** completo ou incompleto,

2,3 milhões tem **ensino fundamental** completo ou incompleto.

Fonte: https://datasebrae.com.br/painel-de-empreendedorismo-feminino-2022/

Empreendedorismo e Gênero – donas de negócio

Ramos de atuação

53% Serviços
27% Comércio
13% Indústria
07% Agropecuária

Atividades de trabalho

97% exercem uma atividade de trabalho
03% exercem dois trabalhos
0,1% exercem 3 atividades ou mais

Tempo no trabalho atual

75% estão há 2 anos ou mais
14,8% estão entre 1 mês e menos de 1 ano
8,3 % estão entre 1 ano menos de 2 anos
1,7% está há menos de 1 mês

Horas semanais trabalhadas

14% até 14 horas
35% de 14 até 40 horas
31% de 41 até 45 horas
06% de 46 até 48 horas
14% 49 horas ou mais

Número de empregados

73,5% de 1 a 5 empregados
13,7% de 6 a 10 empregados
10,42% de 11 a 50 empregados
2,37% têm 51 ou mais empregados

Local de atividade

5,0 milhões não tinham estabelecimento
4,7 milhões em loja, escritório, galpão etc.
0,6 milhões em fazenda, sítio, granja, chácara, etc.

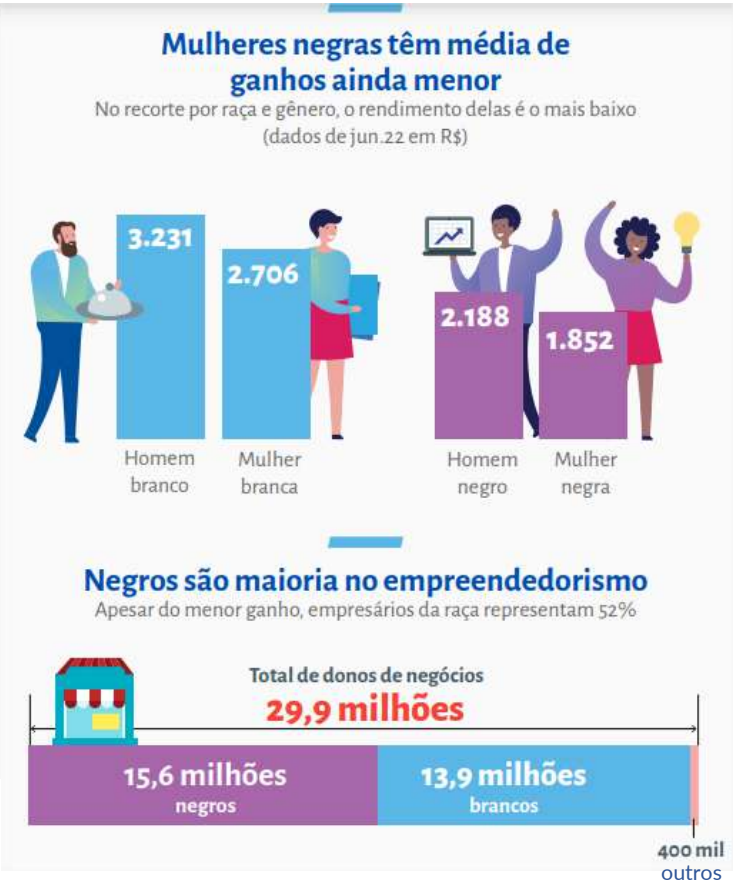
Fonte: https://datasebrae.com.br/painel-de-empreendedorismo-feminino-2022/

Empreendedorismo e Gênero – São Paulo

Empreendedores homens são mais escolarizados que as mulheres em SP.

Eles também possuem maior renda.

Fator	Homens	Mulheres
Taxa de empreendedorismo total	63%	26%
Empreendedorismo Inicial	73%	82%
Empreender por necessidade	8%	10%
Empreender por oportunidade	12%	7%
Renda superior a 6 salários mínimos	32%	18%



Estado de São Paulo

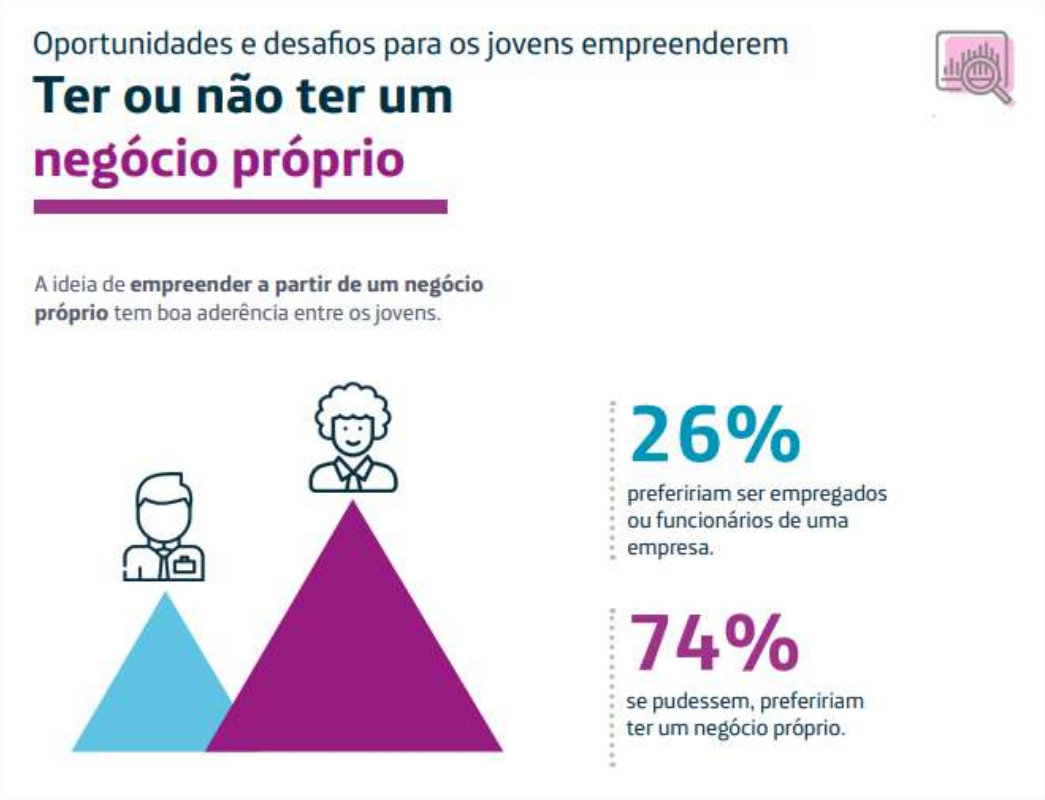
As taxas em **2021** foram próximas nos dois grupos de cor ou raça: **31,9%** Brancos e **30,2%** Pretos e Pardos

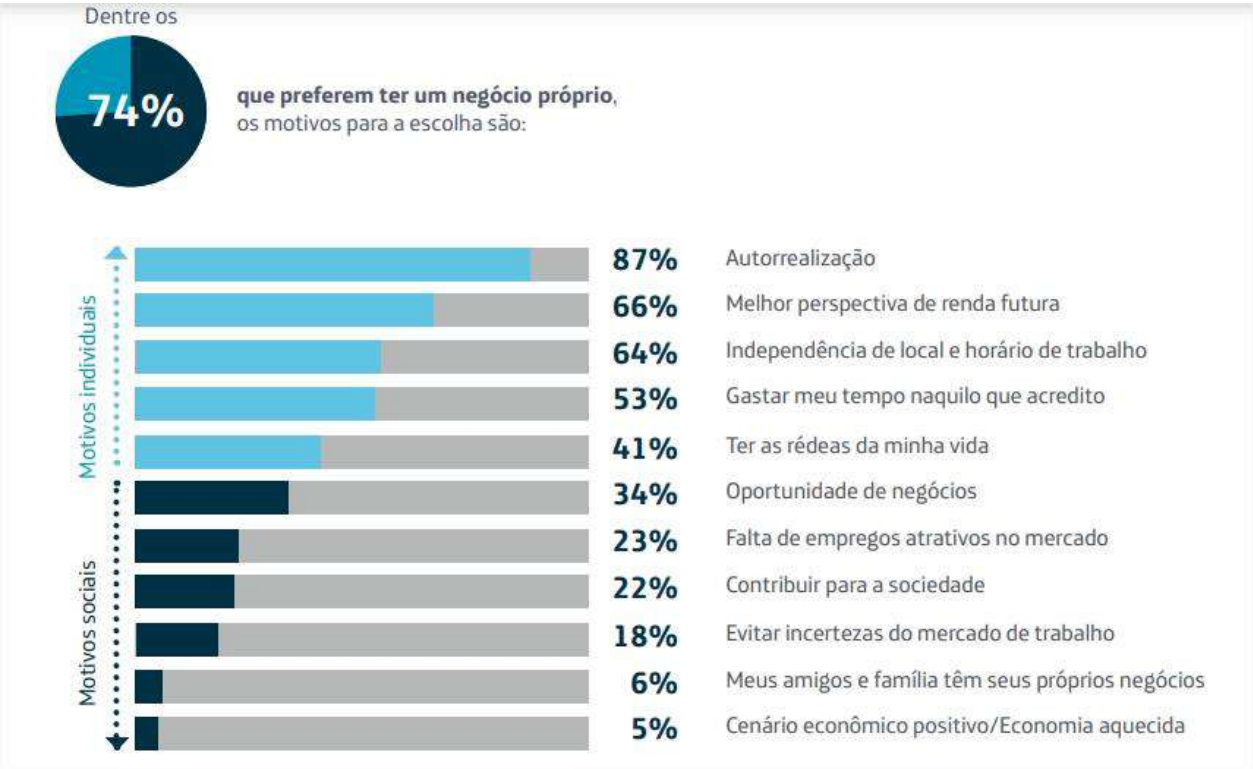
Brancos possuem maior escolaridade que pretos ou pardos – 40% brancos possuem ensino superior e 22% pretos e pardos.

Brancos (33%) possuem renda familiar mais altas – acima de 6 SM, enquanto pretos e partos, apenas 19%.

Pretos e pardos (80%) começam um negócio devido à escassez de empregos, mais que brancos (66%).

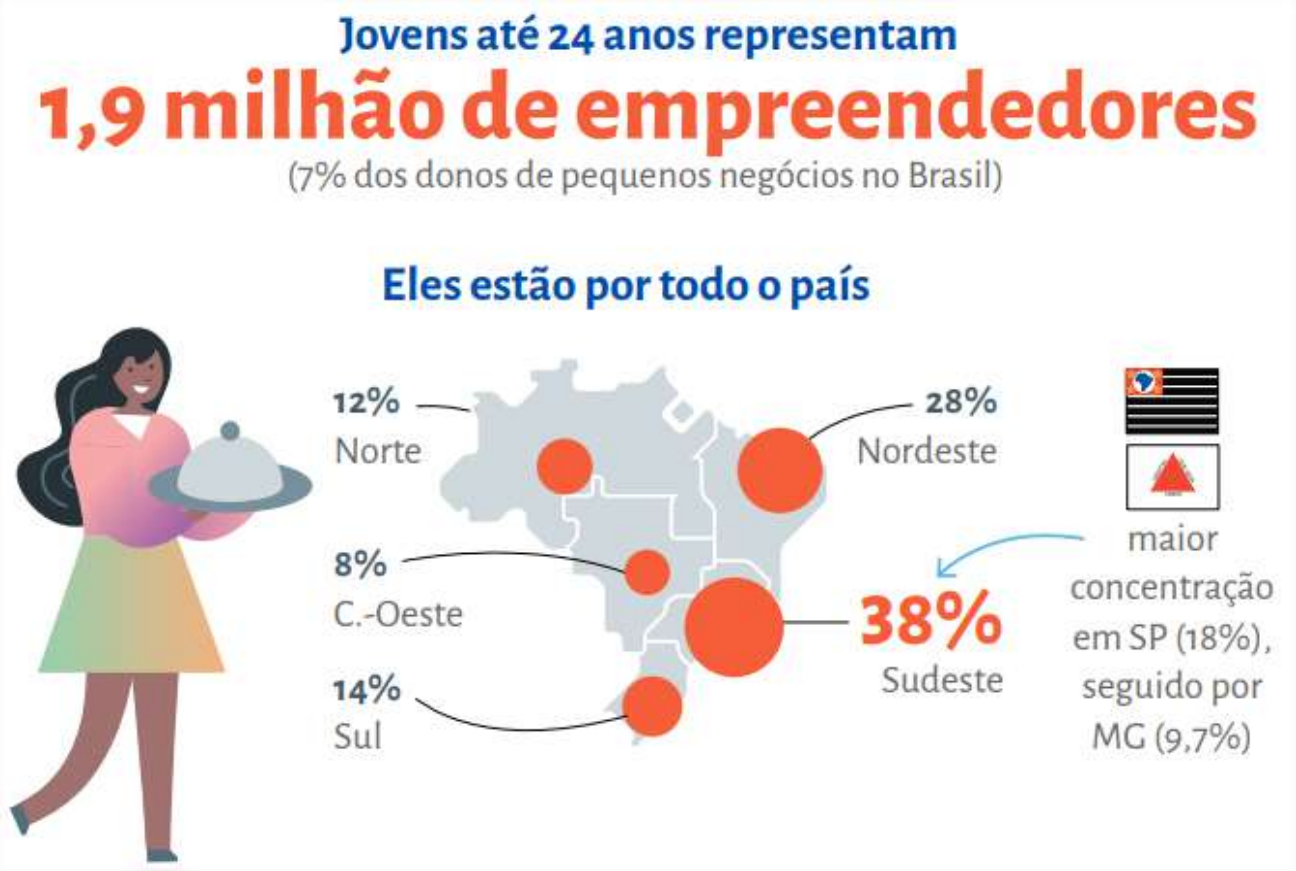
Fonte: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/12/renda-negros-brancos-dez-2022.pdf
Fonte: https://www.fg2021.eventos.dype.com.br/resources/anais/8/fg2020/1613669587_ARQUIVO_0b724f52900d57cd0e6dd96e1f03602f.pdf)





Em média, cada jovem apresenta pelo menos 4 motivos para preferir ter um negócio próprio a ser um empregado. A realização pessoal é quase unanimidade, seguida por motivação financeira, liberdade de horário e envolvimento com o que faz.

Fonte: Empreendedorismo Jovem no Brasil, Sebrae, 2021.
Fonte: Fundação Telefonica Vivo, Juventude Conectada: Ed. Especial Empreendedorismo, 2018.
Amostra: 400 internautas entrevistados, homens e mulheres, 15 a 29 anos, classes ABC, residentes em todo o Brasil

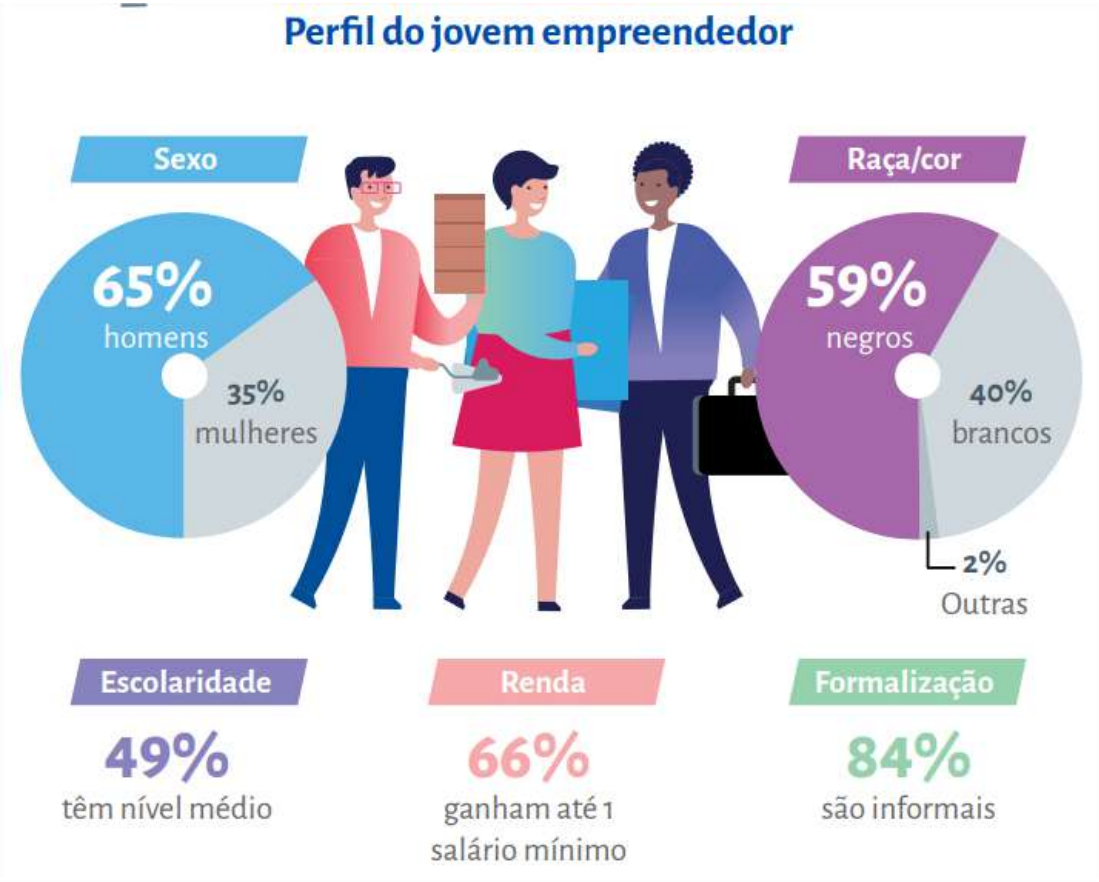


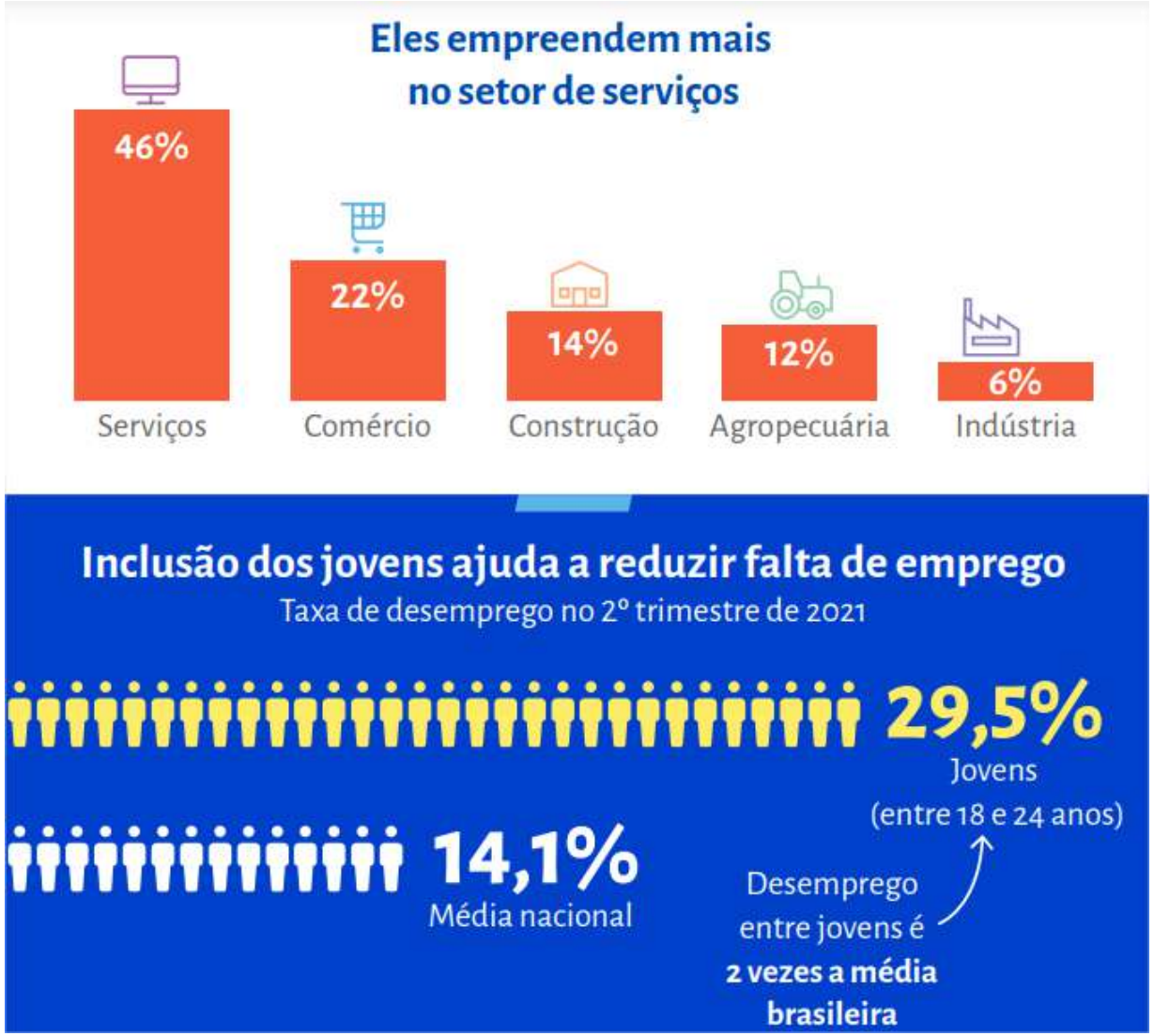
CNPJ Ativo
2018 - Brasil

CNPJ Ativo
2018 - SP

Os jovens acreditam que a sua relação com o empreendedorismo está cada vez mais forte e a internet é um dos principais facilitadores e impulsionadores.

Fonte: Empreendedorismo Jovem no Brasil, Sebrae, 2021.





Fonte: Empreendedorismo Jovem no Brasil, Sebrae, 2021.

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Oportunidade x Improviso por necessidade

O empreendedorismo para os **jovens de classes mais altas** consiste num **estímulo ao sucesso.** Enquanto que para os jovens inseridos em classes sociais mais desfavorecidas se dá mais por necessidade, sendo, às vezes, a única alternativa que possuem. Considera-se também uma oportunidade para maior flexibilidade de tempo e aumento dos ganhos financeiros.

SOLUÇÃO: Investir mais em programas de aceleração, ações afirmativas e bolsas de estudo. Políticas públicas e privadas.

Existe uma diferenciação de empreendedorismos jovens no Brasil que é diretamente relacionada à diferença de classes sociais. Apesar dos jovens, em geral, buscarem por protagonismo, propósito e liberdade, ainda existem barreiras econômicas e de acesso à informação que afetam, sobretudo, os jovens de classes sociais mais desfavorecidas.

Principalmente os jovens da periferia não sabem ao certo o que é o empreendedorismo e não enxergam como uma opção. Até mesmo porque não associam o trabalhar por conta ao ato de Empreender.

2021

1,9 milhão de donos de negócio com mais de 65 anos (7,3% do total)

7% dos donos de pequenos negócios no Brasil

O sudeste concentra **50%** desses Donos de Negócio. Lideram o ranking: SP com **29%** e MG com **10%**.

Os Donos de Negócio da 3ª idade

São os que **mais se dedicam a um único trabalho** (98,8%)

73% são chefes de domicílio

92% estão há mais de 2 anos na atividade atual

71% têm de 1 a 5 empregados,

11% de 6 a 10 empregados,

10% de 11 a 50 empregados e

8% têm 51 ou mais empregados

Apresentam o maior rendimento

(**10%** ganham mais de 5 SM)

CNPJ Ativo 2018 - Brasil

CNPJ Ativo 2018 - SP

Ramos de atuação

36% serviços,

23% agropecuária,

19% comércio,

14% indústria e

08% construção

Fonte: SEBRAE (2021), Empreendedorismo na 3ª idade. Nota: dado do III trim/2020

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Empreendedorismo na terceira idade

Distribuição de gênero

73% gênero masculino

27% gênero feminino

50% dos empreendedores com 65 anos ou mais estão na região sudeste.

19% Nordeste

8% Centro oeste

15% Região Sul

8% Região Norte

Renda da Aposentadoria

48% Não recebeu benefício da aposentadoria

52% Recebeu benefício da aposentadoria

Faixa etária

88% entre 60 e 70 anos

11% entre 71 à 80 anos

01% acima de 80 anos

Formação Escolar

33% Ensino superior incompleto

25% Ensino Superior completo

24% Ensino fundamental incompleto (não completou antiga 8ª série)

12% Ensino Fundamental completo / E. Médio incompleto

4% Pós-graduação, mestrado, doutorado

2% Sem instrução formal.

Fonte: SEBRAE (2021), Empreendedorismo na 3ª idade. Nota: dado do III trim/2020

O **empreendedorismo** surge como uma saída para a questão da **empregabilidade e geração de renda**, principalmente para pessoas em situação de **vulnerabilidade.**

CadÚnico: Em **2003**, havia cerca de **10 milhões** de famílias cadastradas. Atualmente, este número é de **19,5 milhões**.

Um potencial chamado favela

6 milhões de pessoas pensam em abrir sua empresa nos próximos anos.

R$202 bilhões foi o valor que os moradores movimentaram com projetos de renda própria

Fonte: IBGE, 2023.. Fonte: Pesquisa Empreendedorismo nas Comunidades, Sebrae-SP, 2022.

Benefícios Sociais

São extremamente importante para a subsistência da vida: **"são cem reais que transformam a dignidade daquela família".**

Para além, são importantes para o **nascimento** e para a **sobrevivência dos negócios** nas comunidades, como um apoio até que se sustentem sozinhos.

"A pessoa em situação de vulnerabilidade usa sua criatividade o tempo todo para se manter viva."

Fonte: IBGE, 2023.
Fonte: Pesquisa Empreendedorismo nas Comunidades, Sebrae-SP, 2022.

Perfil dos empreendedores na comunidade

- Empreendedor por necessidade
- Empreendedor de segundo turno
- Empreendedoras mães solo

Empreender nas comunidades acontece de forma espontânea e com baixo investimento inicial

A busca por **autonomia** e a **luta pela própria vida** estão inseridas na cultura de sobrevivência das pessoas periféricas, que criam alternativas para sobreviver – "**SEVIROLOGIA**" e "**GAMBIARRA**".

O empreendedorismo por necessidade possui forte relação com PROJETOS SOCIAIS e foi impulsionado pela PANDEMIA, que aprofundou a precarização das condições de trabalho e de insegurança financeira.

Fonte: IBGE, 2023.
Fonte: Pesquisa Empreendedorismo nas Comunidades, Sebrae-SP, 2022.

Futuro da Educação Empreendedora

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

EF JEPP, EM JEPP, Faculdade Sebrae, Jovens - Ed. Empreendedora, Adultos - Capacitação MPEs

Foto de Joseph Chan na Unsplash

Universo Educacional do Sebrae

Públicos no Ensino Fundamental e Médio

Públicos no Ensino Superior

Educação/capacitação para Jovens

Educação/capacitação para Adultos

Formas preferidas de aprender

- Através do **entretenimento** (redes sociais, YouTube, podcast, jogos de celular).
- Na busca por conhecimento técnico e específico preferem fazer algum tipo de curso para obter **certificado**.

Necessidades

- Precisa ser **diferente** do que já vivem dentro da sala de aula: querem vivências práticas e experiências, aprender fazendo.
- Por isso, o que é oferecido para os outros públicos não pode ser oferecido para o jovem: é preciso ter algo específico e que fale sua língua: **"seja gente como a gente"**

Fonte: Empreendedorismo e o Jovem. Imago Pesquisas. Outubro, 2022

Sebrae a Educação Empreendedora para Jovens

O Sebrae precisa construir uma **conexão** com os jovens que vai muito além da sala de aula:

É necessário mudar a imagem atual que os jovens têm que a instituição é apenas para pessoas mais velhas e que oferece cursos maçantes: **eles precisam gostar do Sebrae!**

COMO?

Criar um relacionamento, estar onde esses jovens estão, falar a sua língua: FAZER PARTE DA SUA TRIBO.

Para isso, **estar presente nas redes sociais com conteúdos curtos, utilizando pessoas jovens, influencers e gerando identificação é fundamental.**

Fonte: Empreendedorismo e o Jovem. Imago Pesquisas. Outubro, 2022.

O Sebrae precisa **repensar os métodos de ensino à medida que as necessidades dos alunos mudam** e os ecossistemas digitais para aprendizagem e conhecimento emergem.

Tendências que não podem faltar para alcançar o público jovem

Digital first

Falar a língua dos jovens

Empreender com propósito

Influenciadores digitais

como chancela do conhecimento

Fonte: Empreendedorismo e o Jovem. Imago Pesquisas. Outubro, 2022.

Os **adultos** apresentam algumas **barreiras** em relação ao aprendizado:

Acreditam que **não precisam mais** aprender.

Diante de uma rotina corrida, **não priorizam o aprendizado.**

Teoria deve acompanhar a prática, atender as necessidades, explorar o uso de exemplos reais e permitir a troca de experiências.

Fonte: Tendências de Ensino e Aprendizagem para Adultos, Sebrae, 2022.

Os **professores** devem atuar como **facilitadores do conhecimento** e mediadores das discussões, e os alunos, como os grandes **agentes do aprendizado**, eles precisam ser os **protagonistas**.

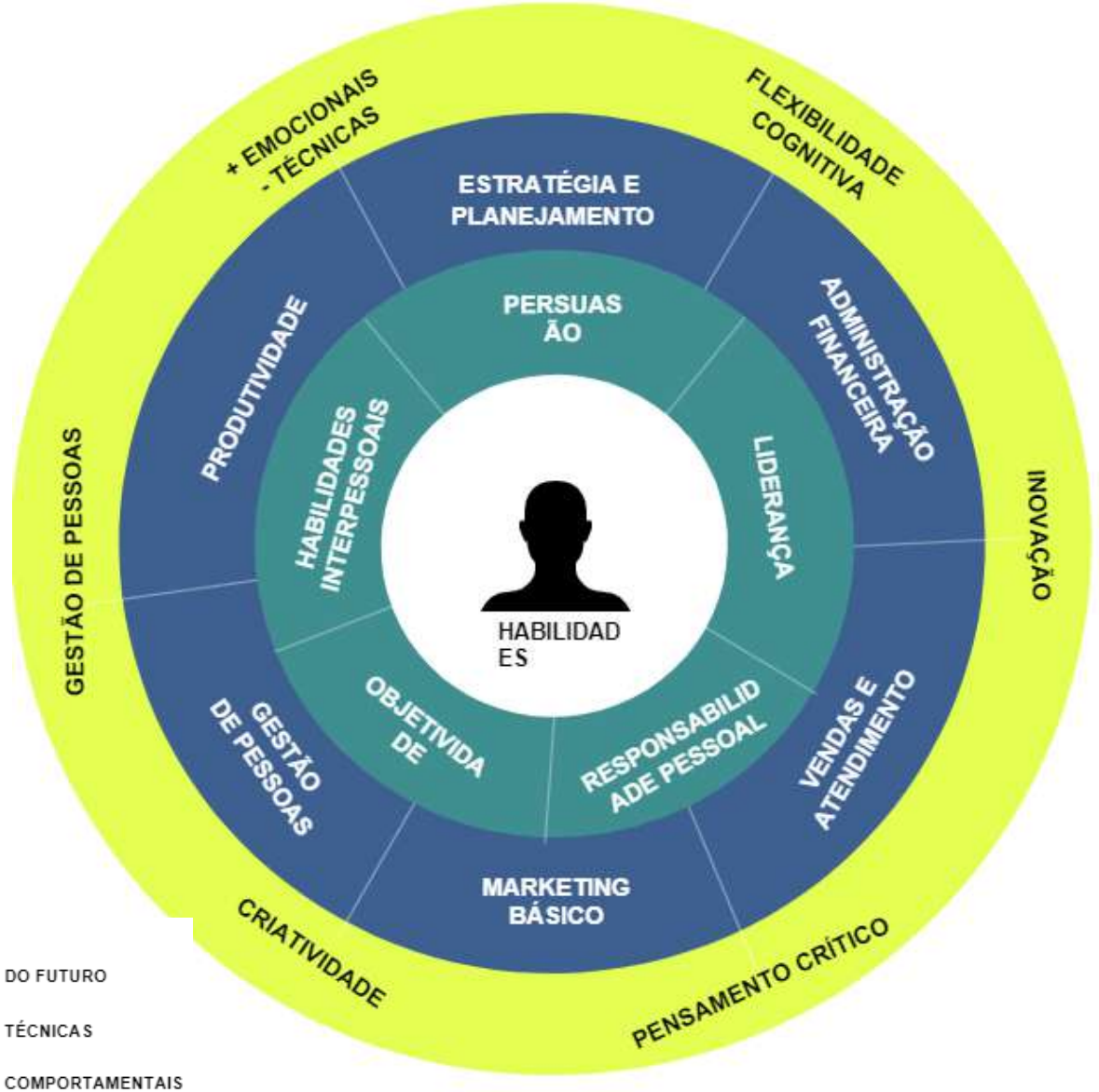
Quando falamos de **capacitação** e **educação empreendedora**, estamos falando de um público que desenvolve habilidades e conhecimentos empreendedores quando **já estão** na prática empreendedora!

Fonte: Tendências de Ensino e Aprendizagem para Adultos, Sebrae, 2022.

As características empreendedoras são uma junção entre: habilidades comportamentais + capacidades técnicas e gerenciais

DESAFIOS

FALTA DE PLANEJAMENTO E INFORMAÇÃO	ACESSO AO CRÉDITO RESTRITO	GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA
GESTÃO DE PESSOAS	TRANSFORMAÇÃO TECNOLÓGICA	EMPATIA
INVESTIMENTO EM MARKETING	GESTÃO DE PROCESSOS	AUTOGERENCIAMENTO



DESAFIOS TÉCNICOS
DESAFIOS COMPORTAMENTAIS

HABILIDADES DO FUTURO
HABILIDADES TÉCNICAS
HABILIDADES COMPORTAMENTAIS

Fonte: Tendências de Ensino e Aprendizagem para Adultos, Sebrae, 2022.

Ensino tradicional

Comunicação das informações necessárias

↓

Memorização do conteúdo

↓

Exercício que ilustra como resolver o problema com a informação apresentada

Ensino do futuro

Atribuição de um problema

↓

Identificação do conhecimento necessário para resolver o problema

↓

Aprendizagem acontece ao buscar esse conhecimento para resolver o problema

Fonte: Daniela Klaiman, inspirado em palestra: Futuro da Educação, 2022

A educação do futuro é a educação digital

APRENDIZAGEM DIGITAL

- Direcionada pelos alunos e seus pares em qualquer lugar.
- Ativa e sob demanda.
- O educador assume o papel de coach juntamente com a comunidade.
- Ritmo de aprendizagem é aberto e adaptativo.
- A unidade de aprendizado é um conceito ou uma competência.
- O progresso é acompanhado pelo uso aplicado e pela avaliação de pares.

Neste modelo, a tecnologia é o ambiente de aprendizagem!

Fonte: Daniela Klaiman, inspirado em palestra: Futuro da Educação, 2022

- **Andragogia**
- Necessidade de saber o **motivo** do que está sendo ensinado (porque/como).
- O **autoconceito** do aprendiz / independência/ autonomia
- **Motivação** / Valor intrínseco / Recompensa pessoal
- Orientação para **aprendizagem / contexto**
- O papel das **Experiências**
- Prontidão para aprender

Seja qual for a solução educacional adotada, deve sempre ter como foco o seguinte princípio: a experiência do aluno.

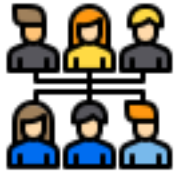
Esse novo *mindset* pede por novos formatos de aprendizagem

Lifelong Learning

A educação continuada é atitudinal, ou seja, as pessoas podem e devem estar abertas a novas ideias, decisões, habilidades ou comportamentos.

Blended Learning

O ensino híbrido é um dos modelos mais modernos de processo de estudo. Combina o ensino clássico e a aprendizagem digital. Possui muitos benefícios, como a flexibilidade, o ajuste às necessidades individuais e o contato direto com os professores.



Fablab

Abordagem baseada em problemas e em projetos de experiências práticas, muitas vezes colaborativas.

Fonte: Institute for the future of education by Tecnologico of Monterey, 2021

Esse novo *mindset* pede por novos formatos de aprendizagem

Programas de Mentoria

A mentoria funciona como um guia que acompanha durante toda a jornada, compartilhando conhecimento para trocas de experiências.

Plataformas Adaptativas

Considera e mede fatores críticos do processo educacional, como estilo de aprendizagem, nível de compreensão, feedback, habilidades de comunicação, para compor o perfil de necessidades específicas dos alunos.

Flipped Classroom

Os alunos recebem informações antes da aula, liberando tempo de aula para atividades que envolvam pensamento e desafios. As mudanças tecnológicas facilitaram o acesso e a criação de materiais educativos para essa metodologia.

Moocs

Geralmente incluem aulas em vídeo pré-gravadas, palestras, avaliações e fóruns de discussão. Esse modelo foi bastante disruptivo no mercado da educação e hoje incluem os principais players do mercado.

Fonte: Institute for the future of education by Tecnologico of Monterey, 2021

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Sala de aula do futuro, segundo modelo Belga, principal tendência de ambientes educacionais.

INVESTIGATE ZONE

Na zona Investigar, os professores podem promover o aprendizado baseado em pesquisas e projetos para aprimorar as habilidades de pensamento crítico dos alunos

PRESENT ZONE

Zona para construir um conjunto de habilidades para apresentar, entregar e obter feedback sobre seu trabalho.

CREATE ZONE

Conta com tecnologias que permitem que os alunos planejem, projetem e produzam seus próprios trabalhos.

EXCHANGE ZONE

Essa área é dedicada a colaboração com os outros. O trabalho em equipe ocorre ao investigar, criar e apresentar.

INTERACT ZONE

O professor pode usar a tecnologia para aumentar a interatividade e a participação do aluno em espaços tradicionais de aprendizagem.

DEVELOP ZONE

A zona de Desenvolvimento é um espaço para aprendizagem informal e autorreflexão.

Fonte: Future Classroom Lab - FCL

Com tudo isso...

A educação no futuro estará completamente pautada na tecnologia

A **realidade aumentada** e o **metaverso** estarão presentes e à frente do ensino. O **modelo híbrido** será 100% uma realidade. Os empreendedores terão que se adaptar e se capacitar em relação à **tecnologia** para sobreviverem.

O empreendedorismo social estará cada vez mais em alta

A economia colaborativa e temas pautados em impacto social, econômico e ambiental (**ESG**) será obrigatório para qualquer empresa.

O ensino estará cada vez mais individualizado e customizado

Haverá uma gama ainda maior de cursos especializados para uma determinada necessidade ou negócio, que poderão ser customizados para atender as necessidades específicas do aluno.

Para seguir essas tendências...

Desenvolver metodologias de ensino conectadas às necessidades do empreendedor do futuro

Atualizar as formas de apresentar os conteúdos para se aproximar dos alunos.

Promover a aprendizagem significativa em novos formatos

Lifelong learning, blended learning, plataformas adaptativas, flipped classroom, MOOCs, mentorias, FabLab, Future Classroom Lab.

Entender a diversidade de perfis de empreendedores

Cada grupo demanda que as capacitações sejam oferecidas em diferentes canais e formatos - ensino customizado e linguagem adaptada

Analisar dados para oferecer soluções educacionais de alto impacto

IMAGO
PESQUISA DINÂMICA

Maturidade digital das MPEs,
Avaliação das ferramentas digitais do Sebrae

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Oportunidades com a maturidade digital das MPEs e tendências em tecnologias

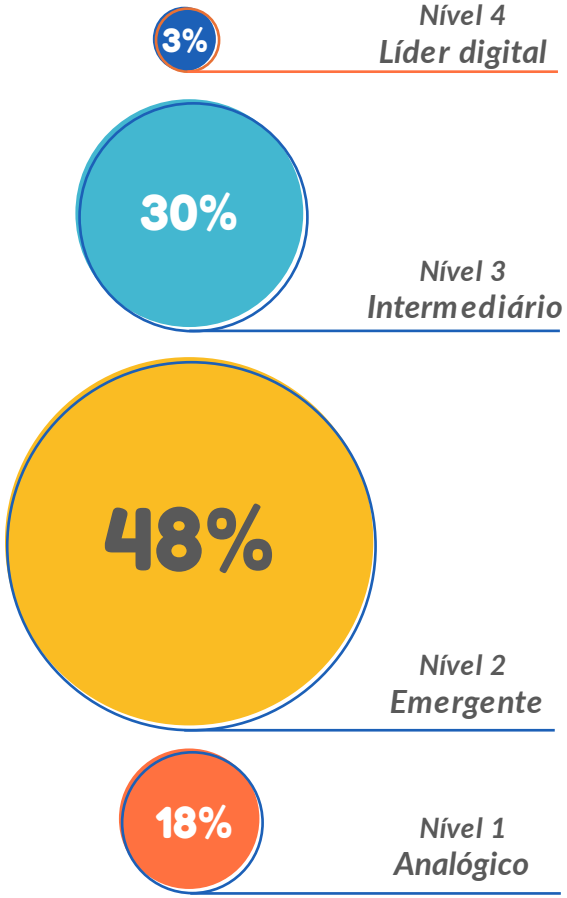
Foto de Joseph Chan na Unsplash

SEBRAE

A Transformação Digital dos micro e pequenos negócios está em estágio inicial

Nota-se uma concentração de empresas no **nível 2 de maturidade digital**, o que representa que as empresa estão realizando esforços para se digitalizar, mas ainda possuem uma estrutura e modelos de negócios tradicionais.

Distribuição das MPEs por nível de maturidade digital



Fonte: ABDI e FGV: Maturidade Digital das MPEs Brasileiras, 2021 (Base: 2.572)| *Microsoft Brasil e Edelman: Impacto da Covid-19 na cultura e operação das PMEs brasileiras, 2021 (Base: 300 empresas)*
Fonte: Pesquisa Ferramentas Digitais, Sebrae-SP, 2022

93% das MPEs brasileiras aceleraram sua transformação digital devido à pandemia

93% das **pequenas e médias empresas** e 81% das **microempresas** acreditam que seus processos foram acelerados.

Quanto maior a empresa, maior a adaptação para um modelo digital.

Fonte: ABDI e FGV: Maturidade Digital das MPEs Brasileiras, 2021 (Base: 2.572)| *Microsoft Brasil e Edelman: Impacto da Covid-19 na cultura e operação das PMEs brasileiras, 2021 (Base: 300 empresas)*
Fonte: Pesquisa Ferramentas Digitais, Sebrae-SP, 2022

Obstáculos para a Transformação Digital

Embora a falta de recursos para investir apareça em primeiro lugar nos obstáculos para transformação digital, esse **não permeia a maioria dos desafios**.

É a **falta de estratégia e informação** sobre como construir um caminho apropriado para a transformação digital que dificulta a vida dos empreendedores – esses desafios somam 44%.

O maior desafio está mais voltado para a falta de conhecimento dos pequenos empreendedores e dos colaboradores da empresa quanto às possibilidades tecnológicas, do que falta de recursos para investir propriamente dito.

Fonte: ABDI e FGV: Maturidade Digital das MPEs Brasileiras, 2021 (Base: 2.572)
Fonte: Pesquisa Ferramentas Digitais, Sebrae-SP, 2022

Uso de Ferramentas Digitais pelas MPEs

Uso de FD

100% dos pequenos negócios que estão incluídos digitalmente usam **celular** como ferramenta e **99%** utilizam **internet**.

Cai para **70%** o número de empreendedores que usam **computadores**, e **50%** com uso de **softwares integrativos .**

Vendas

74% usam o WhatsApp para realizar vendas online, sendo a principal ferramenta dos pequenos negócios.

42% vendem por redes sociais, **17%** em sites próprios, **15%** em marketplaces,

Meios de pagamento

O **Pix** é o meio de pagamento mais aceito nos pequenos negócios, com **84%**.

Na sequência, temos **74%** dos recebimentos em dinheiro. **Cartão de crédito e débito** empatam com **61%** cada. **Boletos bancários** ficam com **36%, carteiras digitais** online têm **25%** e **cheques** somas apenas **16%.**

Fonte: https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/Transformacao-TIC/tic-2023-infografico.pdf

Particularidades das MPEs de comunidades

A transformação não vem somente através de um smartphone e acesso à internet, a digitalização é fundamental para a sobrevivência dos negócios: **a democratização da tecnologia é essencial!**

A maioria dos participantes do estudo realizado nas comunidades relatou ter contato com o universo digital.

No entanto, **a familiaridade não é uma constante**: alguns conhecem apenas o básico e contam com a ajuda de terceiros (principalmente filhos) para acessar o universo digital.

Poucos possuem computador ou notebook.

Esse acesso digital se dá, majoritariamente, pelo celular.

A utilização da internet está inserida no cotidiano desse público em situação de vulnerabilidade, ainda que possuam dificuldades de acesso por **não possuírem Wi-Fi** em suas casas, dependem de redes móveis, principalmente gratuitas.

Fonte: https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/Transformacao-TIC/tic-2023-infografico.pdf

Momento atual

Estamos vivendo em um excelente momento para o empreendedor, com uma grande **oferta de ferramentas digitais** capazes de somar no dia a dia de trabalho e no **desempenho do negócio**.

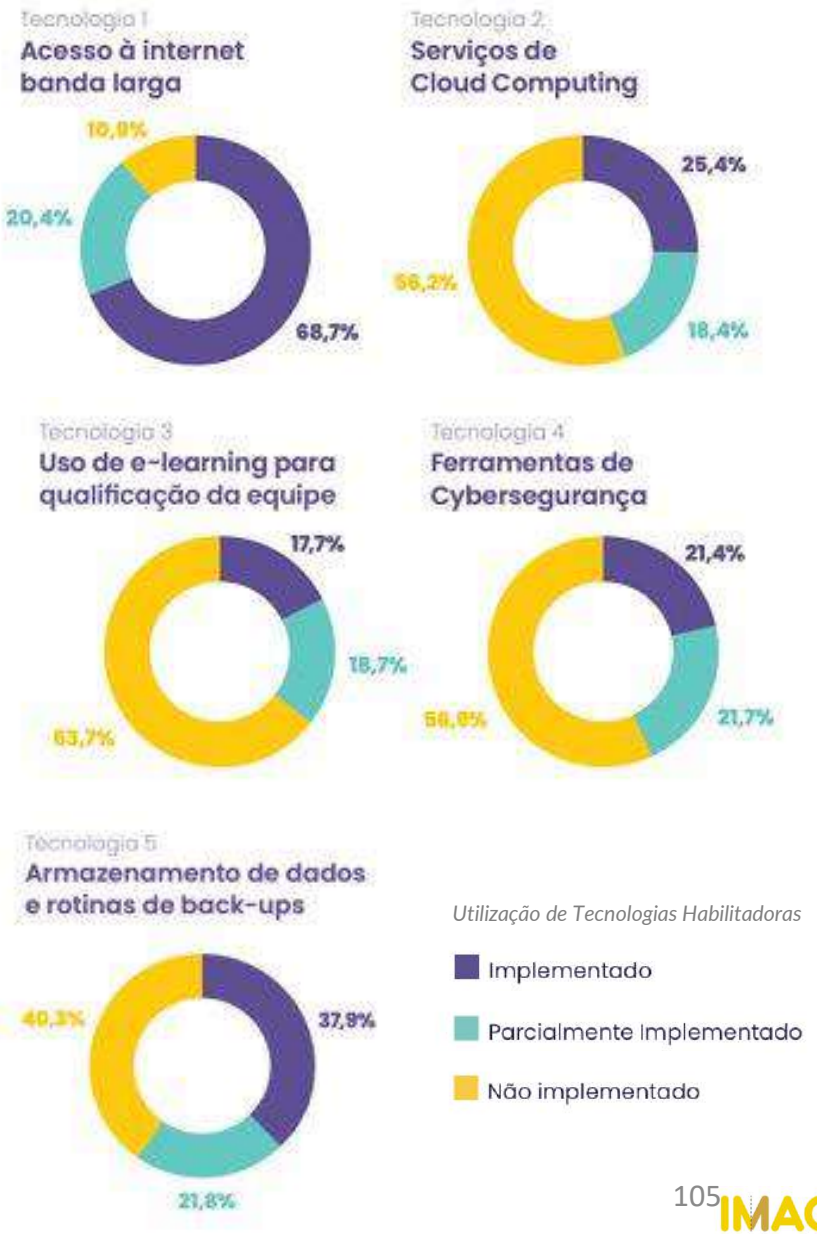
A chave é encontrar a ferramenta certa para cada tipo de atividade.

Tecnologias estratégicas que são base para o acesso à digitalização

Observamos que além do acesso à internet de banda larga, **todas as tecnologias são pouco implementadas pelas MPEs.**

O uso de *e-learning* para qualificação de equipe é a que possui a menor taxa de implementação.

Se o mercado continuar com baixa taxa de adesão ao desenvolvimento pessoal (seja pelo *e-learning* ou não), o Brasil não responderá à esperada alavancagem na maturidade digital das MPEs.



Fonte: ABDI e FGV: Maturidade Digital das MPEs Brasileiras, 2021 (Base: 2.572)
Fonte: Pesquisa Ferramentas Digitais, Sebrae-SP, 2022

Ferramentas digitais disponibilizadas pelo Sebrae

Os colaboradores do Sebrae-SP não conhecem o Sebrae Conecta

Ferramenta	O que é?	Avaliação	Sugestões dos jovens
Sebrae Conecta	Soluções do Sebrae e de parceiros, sob medida, para que as empresas se digitalizem e avancem na direção desses resultados	É unânime entre colaboradores e consumidores a visão positiva do Sebrae Conecta. Excelente iniciativa com ferramentas eficazes.	Parcerias que falem mais sobre inovação, criação de conteúdo e gestão de pessoas.
App Sebrae	Ferramenta para interação entre os empreendedores e o Sebrae, proporcionando mais uma forma de adquirir conhecimento.	Bem aceito! Uma forma de estar mais próximo do cliente, gerar agilidade na orientação do empreendedor e encontrar facilimente cursos, palestras, eventos e etc.	Promover vídeos de empresários transmitindo seus conhecimentos sobre liderança, gestão e finanças.
Rede Sebrae	A Rede Sebrae é um espaço que gera o sentimento de pertencimento, um local onde o empresário sai da solidão e passa a interagir com outros empreendedores que passam pelos mesmos desafios.	Positiva! Gera a sensação de pertencimento e tem a credibilidade do Sebrae, ao transmitir segurança aos usuários. A troca de experiências com foco em crescimento e aprendizagem gera incentivo e motivação.	Diminuir as nomenclaturas em Inglês, ter mais cores na plataforma e ter chats privados, além de ter a possibilidade de realizar chamadas de vídeos com os contatos.

IMAGO
PESQUISA DINÂMICA

Seja – Comece – Faça - Alcance

IMAGEM DO SEBRAE

Jovens, pessoas em situação de vulnerabilidade, concorrentes em geral

Foto de Joseph Chan na Unsplash

SEBRAE

A imagem do Sebrae

A imagem do Sebrae é avaliada positivamente

8,4/10 Público Geral

8,7/10 Pequenos empreendedores

22% tem o Sebrae como primeira lembrança de instituição que **apoia a gestão de empresas**

(Sobe para **45%** se considerar apenas os que souberam citar – **49%**)

39% tem o Sebrae como primeira lembrança de instituição que

defende os interesses dos pequenos negócios.

(Sobe para **66%** se considerar apenas os que souberam citar – **59%**)

A imagem do Sebrae

As ações e atividades principais atribuídas ao Sebrae pelo público-alvo de pequenos empreendedores são:

Treinamentos / Cursos/ Capacitações Workshops / Materiais de estudo / Oficinas	**48%**
Consultorias	**18%**
Microempreendedor (coisas voltadas para MEI)	**9%**
Assessoria / Coach / Orientações / Assistência / Apoio / Visitas	**6%**
Reuniões / Palestras / Eventos	**5%**
Empretec	**5%**

As ações e atividades principais atribuídas ao Sebrae pela sociedade são:

Escola	**49%**
Repartição pública	**16%**
Sindicato	**6%**
Banco	**5%**
Escritório de Contabilidade	**5%**
Pronto Socorro	**3%**
Outro	**13%**

Concorrência Direta e Indireta

As principais concorrentes do Sebrae-SP são as **escolas de cursos livres de negócios, criatividade e desenvolvimento pessoal**. De forma geral, são voltadas para conteúdos gestão e empreendedorismo, mas possuem o fator humano em comum – se intitulam "**aceleradoras de pessoas**".

São elas: ***Conquer, Endeavor, Rockcontent, Digital House, Aerolito, etc.***

Outras instituições do Sistema S, Associações Comerciais e Setoriais, consultorias privadas, institutos e ONGs para mulheres, jovens, produtores rurais e população de baixa renda também ofertam cursos e conteúdos com foco **em geração de renda e/ou empreendedorismo**.

Citadas: ***SESI, Senac, SENAI, Apex Brasil, Aliança Empreendedora, Irme, OIME, SENAR, Gerando Falcões, entre outros.***

Concorrência Direta e Indireta

As redes sociais – Instagram, YouTube e plataformas de streaming, através de **canais especializados ou influenciadores**, também ganharam força nos últimos anos e são mais um concorrente do Sebrae-SP.

Alguns influenciadores: ***Erico Rocha, Primo Rico, Conrado Adolpho.***

De forma indireta, as **universidades com cursos regulares** da graduação, pós e cursos livres também surgem com força como concorrentes.

São elas: ***USP-SP, FIA, FGV, FAAP, Mauá, Fatec e ECS.***

O Sebrae-SP sai na frente da concorrência na oferta gratuita de seus serviços e por sua credibilidade!

Ecossistema empreendedor

ECOSSISTEMA IDEAL DO EMPREENDEDORISMO

Smart cities e ESG

Foto de Joseph Chan na Unsplash

O futuro no ambiente urbano

As cidades estão ficando cada vez maiores, nossos deslocamentos mais longos, estradas maiores e o impacto no meio ambiente é pior do que nunca.

Em 2050, de acordo com estimativa da ONU, espera-se que duas a cada três pessoas do mundo vivam em áreas urbanas.

O desafio será como atender às necessidades dessa população incluindo alimentação, água potável e energia suficiente, e ao mesmo tempo uma sustentabilidade econômica, social e ambiental geral.

Fonte: ONU, 2019
Fonte: TechTarget, Smart City

Smart city

Uma cidade inteligente usa tecnologias de informação e comunicação (TIC) para aumentar a eficiência operacional, compartilhar informações com a população e melhorar a qualidade dos serviços governamentais e o bem-estar dos cidadãos.

Embora a definição exata varie, a missão abrangente de uma cidade inteligente é otimizar as funções da cidade e impulsionar o crescimento econômico, melhorando a qualidade de vida de seus cidadãos usando tecnologia inteligente e análise de dados.

As Smart Cities devem ser **conectadas**, **inclusivas,** considerar a **diversidade** da população e ser **descentralizada,** sair do centro e **expandir para a periferia**.

A **tecnologia** tem que ser um **meio** no processo **para melhorar a qualidade de vida**, garantindo que **a infraestrutura básica** e, também, a de dados, esteja **disponível na cidade toda.**

Fonte: International Journal of Business and Management, 2021
Fonte: TechTarget, Smart City

Três camadas trabalham juntas para fazer uma cidade inteligente

3

ADOÇÃO & USO

Após uma década de tentativa e erro, os líderes municipais estão percebendo que as estratégias de cidades inteligentes começam com as pessoas, não com a tecnologia. "Smartness" não é apenas instalar interfaces digitais na infraestrutura tradicional ou simplificar as operações da cidade. Trata-se também de **utilizar a tecnologia e os dados para tomar as melhores decisões e proporcionar uma melhor qualidade de vida.**

2

SOLUÇÕES

É aqui que entram os empreendedores e desenvolvedores de soluções que precisam traduzir dados em alertas, insights e ações para tornar a cidade mais inteligente.

1

BASE TECNLÓGICA

As cidades inteligentes começam a ganhar corpo graças as novas tecnologias, infraestruturas e redes de comunicação de alta velocidade

Fonte: McKinsey, SMART CITIES: DIGITAL SOLUTIONS FOR A MORE LIVABLE FUTURE, 2018

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

As 4 fases de uma smart city...

VERTICAL

Aplicação das soluções tecnológicas aos serviços urbanos já disponíveis.

HORIZONTAL

Desenvolvimento de plataformas e ferramentas de gestão para conectar os diferentes serviços das cidades.

CONECTADA

As soluções tecnológicas e as ferramentas de gestão se interconectam e operam as plataformas de gestão, gerando dados e impulsionando os processos de análise.

INTELIGENTE

Gerenciamento da cidade é integrado e em tempo real, gera informações e serviços.

A inteligência adquirida passa a implantar estratégias e ações eficientes, impulsiona o desenvolvimento econômico e a qualidade de vida.

Micro e pequenas empresas

Fonte: International Journal of Business and Management, 2021
Fonte: TechTarget, Smart City

IMAGO PESQUISA DINÂMICA

Tecnologias essenciais para o desenvolvimento de uma cidade inteligente

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO TECNOLÓGICA (TIC)

TICs é uma expressão que se refere ao papel da comunicação (seja por fios, cabos ou sem fio) na moderna tecnologia da informação. Entende-se que TICs são todos os meios técnicos usados para tratar a informação e auxiliar na comunicação, o que inclui o hardware de computadores, rede e telemóveis. Em outras palavras, TICs consistem em TI.

SENSORES

Os sensores são componentes essenciais de qualquer sistema de controle inteligente. A utilização de sensores para monitorizar infraestruturas públicas, como pontes, estradas e edifícios, proporciona uma sensibilização que permite uma utilização mais eficiente dos recursos, com base nos dados recolhidos por estes sensores.

BLOCKCHAIN

A tecnologia Blockchain revolucionou o mundo e cada vez mais cidades estão apostando nela.

O blockchain permite às cidades superarem os grandes desafios que enfrentam hoje: transparência, sustentabilidade, competitividade, corrupção e fraude. Para isso, um sistema seguro, transparente e imutável como o Blockchain é essencial.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A maioria das atividades e tecnologias de cidades inteligentes tem se concentrado na criação de dados e na obtenção de novas informações sobre a complexidade e a dinâmica de uma cidade. A IA leva as cidades para o próximo nível, permitindo que elas usem esses dados e conhecimento para ajudar na tomada de decisões.

INTERNET DAS COISAS (IoT)

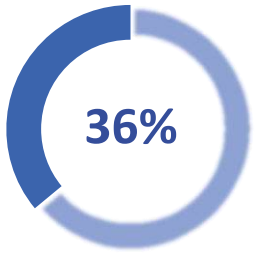
A IoT descreve a rede de objetos físicos – “coisas” – que são incorporados a sensores, software e outras tecnologias com o objetivo de conectar e trocar dados com outros dispositivos e sistemas pela Internet. Esses dispositivos variam de objetos domésticos comuns a ferramentas industriais sofisticadas.

TECNOLOGIA GEOESPACIAL

As tecnologias geoespaciais fornecem a base sobre o qual as soluções para cidades inteligentes podem ser construídas. Ele fornece informações de localização que permitem direto no ponto de necessidade e na melhor solução para ela.

Smart cities e as micro e pequenas empresas

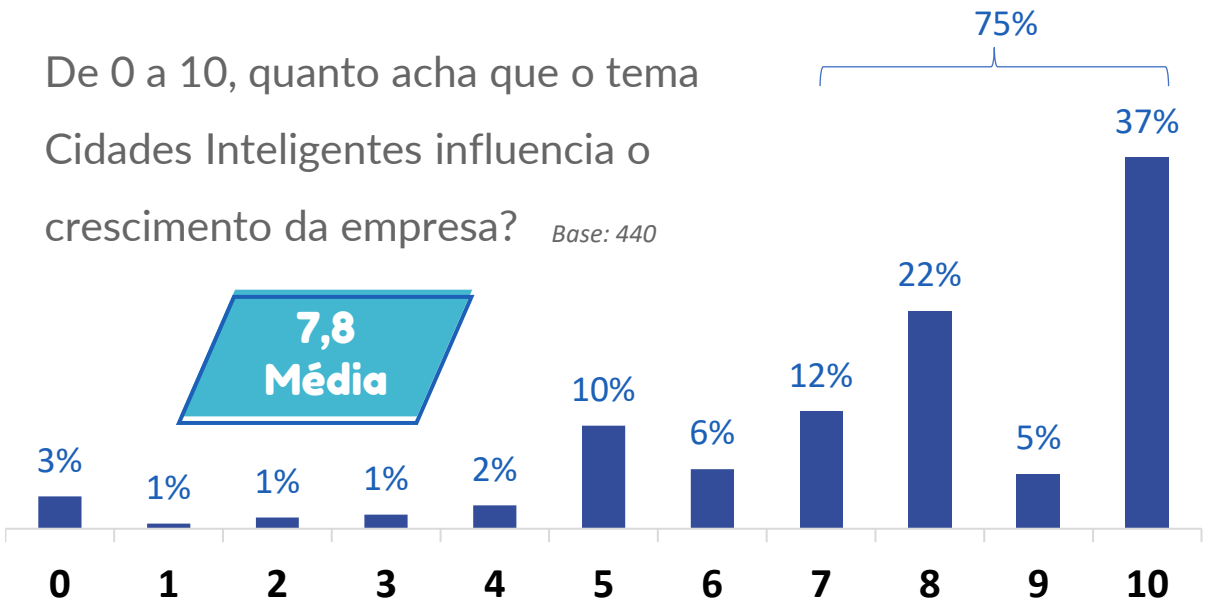
Apenas 1 em cada 3 empreendedores entrevistados (36%) afirma conhecer (mesmo que apenas de ouvir falar) o termo cidades inteligentes ou Smart Cities.



Conhece o termo **Cidades Inteligentes** ou ***Smart Cities***

Base: 1.082

De 0 a 10, quanto acha que o tema Cidades Inteligentes influencia o crescimento da empresa? *Base: 440*



Mesmo se tratando de uma base de empreendedores-respondentes menor (**440**), dentre aqueles que conheciam o termo 'cidades inteligentes' 3 em cada 4 deles (**75%**) atribuíram as maiores nota à influência.

Sem mencionar que **37%** desses que conheciam o termo 'cidades inteligentes' atribuíram simplesmente a maior nota possível na escala da pergunta.

Dessa forma, seria de se esperar que quanto mais o tema Smart Cities se torne de domínio público, tanto mais refinadas ou precisas venham a ser as avaliações por parte dos empreendedores de micro e pequeno porte, o que ainda não seria o caso.

Mas, mesmo assim, **os resultados apurados junto às MPEs se mostram consistentes e se constituem em um roteiro importante para nortear as ações e o planejamento dos gestores públicos de modo a contemplar as expectativas desse perfil específico.**

Fonte: Smart Cities: pesquisa quantitativa. Setembro, 2022, Unidade Gestão Estratégica, Sebrae-São Paulo.

Smart cities e as micro e pequenas empresas

Existe uma **relação bidirecional entre empreendedorismo e cidades inteligentes**.

Primeiro, **os empreendedores iniciam intervenções tecnológicas** que ajudam as cidades a passar por transições e se tornarem cidades inteligentes.

,

Em segundo, as tecnologias adotadas nas cidades geram **dados que ajudam as empresas a explorar novas oportunidades**.

Fonte: Science Direct: Smart cities and entrepreneurship: An agenda for future research, Volume 149, 2019

A cidade inteligente é uma cidade empreendedora!

Os pequenos empreendedores promovem intervenções tecnológicas que auxiliam na digitalização das cidades e a tornarem cidades inteligentes.

As tecnologias adotadas geram dados que fomentam a exploração de novas oportunidades.

Porém, ainda é preciso disseminar o conceito de cidade inteligente através de informações e capacitações, para que o MPE possa identificar a importância do seu papel para o desenvolvimento de uma smart city.

O SEBRAE-SP contribui para a materialização das cidades inteligentes conectando os diferentes atores estratégicos para seu desenvolvimento: poder público, empresas de todos os portes, universidades, associa-ções de classe, startups e parques tecnológicos e de inovação.

Promover espaços para que as inovações tecnológicas nasçam e cresçam, como hackathons, living labs, incubadoras e programas de capacitação. Seja por iniciativa própria ou articulando com parceiros.

YOU NEVER CHANGE THINGS BY FIGHTING THE EXISTING REALITY. TO CHANGE SOMETHING, BUILD A NEW MODEL THAT MAKES THE EXISTING MODEL OBSOLETE.

Buckminster Fuller

American architect

VOCÊ NUNCA MUDA AS COISAS COMBATENDO A REALIDADE EXISTENTE. PARA MUDAR ALGO, CONSTRUA UM NOVO MODELO QUE TORNE O MODELO EXISTENTE OBSOLETO.

Buckminster Fuller

Arquiteto americano

Agenda 2030

A **Agenda 2030** é um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade e busca fortalecer a paz universal com mais liberdade.

Reconhece que a erradicação da pobreza em todas as suas formas e dimensões, incluindo a pobreza extrema, é o maior desafio global e indispensável para o desenvolvimento sustentável.

Ambição da Agenda 2030: 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas (248 indicadores) .

Objetivos e metas são construídos sobre o legado dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e buscam concretizar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres e meninas.

Fontes: Pesquisa ESG e as MPEs, Sebrae-SP, 2022. Organização das Nações Unidas Brasil.

Agenda 2030

São integrados e indivisíveis, e equilibram as três **dimensões do desenvolvimento sustentável:**

- **Econômica**
- **Social**
- **Ambiental**

Os objetivos e metas estimularão a ação até 2030 em áreas de **importância crucial** para a humanidade e para o planeta:

- **Pessoas**
- **Planeta**
- **Prosperidade**
- **Parcerias**
- **Paz**

Fontes: Pesquisa ESG e as MPEs, Sebrae-SP, 2022. Organização das Nações Unidas Brasil.

Agenda 2030 - ODS

Os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade.

Estes são os **objetivos** para os quais as Nações Unidas estão contribuindo a fim de que possamos atingir a **Agenda 2030** no Brasil.

Fontes: Pesquisa ESG e as MPEs, Sebrae-SP, 2022. Organização das Nações Unidas Brasil.

Agenda 2030 – ODS prioritárias do Sebrae

Na Oficina ODS NO SISTEMA SEBRAE realizada no Centro Sebrae de Sustentabilidade no MT, 30 lideranças técnicas definiram as

ODS prioritárias para o Sebrae:

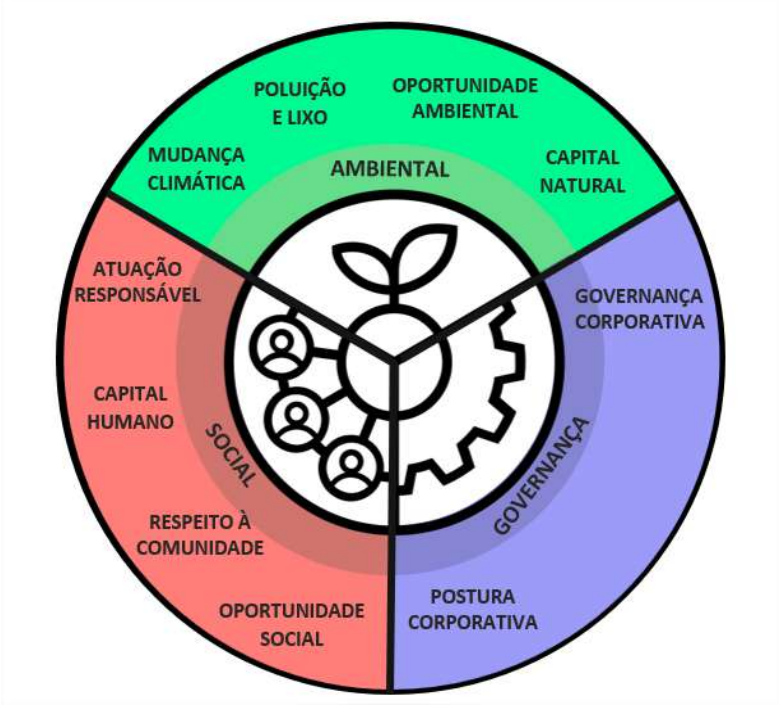
Educação de Qualidade, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Redução das Desigualdades, Consumo e Produção Responsável, Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Fontes: Pesquisa ESG e as MPEs, Sebrae-SP, 2022. Organização das Nações Unidas Brasil.

Definição de ESG

ESG é uma sigla em inglês que significa Environmental, Social and Governance, e corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização. O termo foi cunhado em 2004 em uma **publicação do pacto global em parceria com o banco mundial,** chamada who cares wins. Surgiu de uma provocação do secretário-geral da ONU Kofi Annan a 50 CEOs de grandes instituições financeiras, sobre como integrar fatores sociais, ambientais e de governança no mercado de capitais.

Os critérios ESG estão totalmente relacionados aos ODS, os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU que reúnem os grandes desafios e vulnerabilidades da sociedade como um todo e apontam os principais itens a serem acompanhados de perto. Além disso, **sinalizam as grandes oportunidades ao se relacionarem diretamente com as necessidades.**



De maneira geral, as empresas precisam entender e ter ações com relação a seus impactos positivos e negativos na sociedade. Visando reduzir os impactos negativos e potencializar os positivos, equacionando os possíveis prejuízos já provocados. Além disso, devem estar próximas e cientes dos anseios da população, buscando uma atuação cidadã.

Fontes: Fecomercio SP, Pesquisa avalia aderência do comércio ao ESG, 2021. Amostra: 100 PMEs - 90% possuem menos de 10 empregados / 10% possuem mais de 50 empregados

Entendimento das temáticas de ESG

Uma pesquisa apresentada pelo comitê de ESG da Fecomercio ouviu 100 empresas do comércio na capital paulista com os objetivos de avaliar o que entendem sobre as temáticas de ESG:

Responsabilidade Ambiental

Cerca de **95%** das empresas consultadas na área do comércio acreditam que suas atividades **não exercem efeitos negativos** no meio ambiente.

Para tanto, as respostas quanto à adoção de práticas de responsabilidade ambiental citaram: **triagem de recicláveis, monitoramento de energia elétrica e consumo de água.**

Responsabilidade Social

46% dos pequenos e médios comerciantes consideram o **aspecto social do ESG** o quesito mais relevante para o seu negócio.

A **preocupação com o social** aparece em ações adotadas em relação a colaboradores, clientes, vizinhança e demais stakeholders.

Governança

Há uma **preocupação maior das pequenas empresas** com relação à regularização da documentação do negócio.

Das empresas ouvidas pela Fecomercio SP, **82%** têm contrato social registrado na Junta Comercial e **71%** afirmaram terem trabalhadores formalizados, seja pelo regime CLT, seja por contrato laboral.

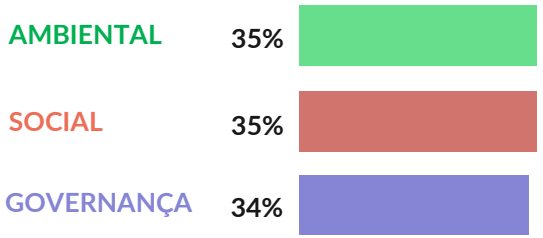
Fontes: Fecomercio SP, Pesquisa avalia aderência do comércio ao ESG, 2021.

Amostra: 100 PMEs - 90% possuem menos de 10 empregados / 10% possuem mais de 50 empregados

Fecomercio SP, Pesquisa avalia aderência do comércio ao ESG, 2021

Os pequenos comerciantes ainda não compreendem totalmente como atuar na agenda ESG

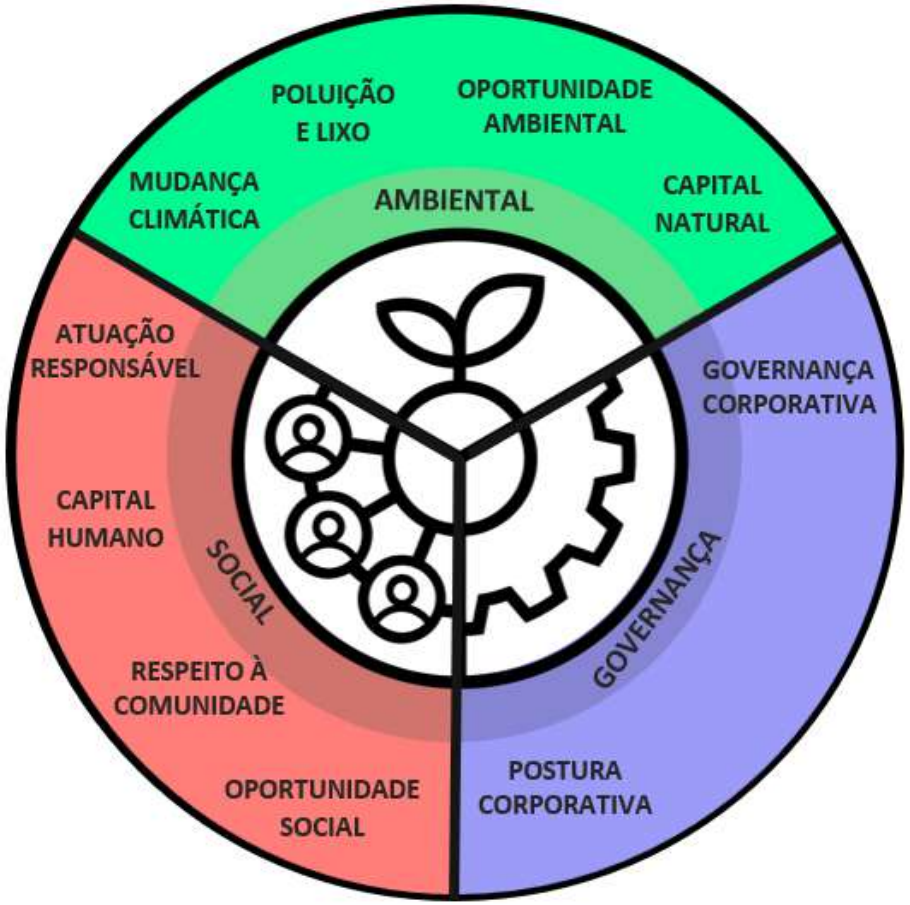
Os comerciantes disseram não ver necessidade em adotar ações nas áreas:



Falta conhecimento

25%

Não conhecem o termo, as métricas e sequer o identificar o que fazer neste sentido



Fontes: Fecomercio SP, Pesquisa avalia aderência do comércio ao ESG, 2021. Amostra: 100 PMEs - 90% possuem menos de 10 empregados / 10% possuem mais de 50 empregados

Entendimento das temáticas de ESG

AMBIENTAL

A falta de percepção de que causam impactos ambientais se confirma na avaliação das empresas sobre os efeitos gerados com suas operações: **97% declararam não produzir impactos em relação às mudanças climáticas; 95%, à poluição do solo, escassez de recursos naturais e de água; 96%, à poluição da água; e 93%, à poluição do ar.**

SOCIAL

Observamos que dos três pontos, o aspecto social supera as perspectivas ambiental e de governança quanto ao entendimento. Isso se deve como efeito da pandemia de Covid-19 e um aumento da preocupação com o social, uma vez que muitos destes negócios se esforçaram para não fechar as portas e manter seus colaboradores.

GOVERNANÇA

A governança é a métrica que eles mais entendem o conceito, mas ainda assim desconhecem potenciais parceiros e medidas para implementar.

A falta de conhecimento é o principal motivo da falta de engajamento das MPES com o ESG. A educação nesse aspecto é de necessidade imediata!

Fontes: Fecomercio SP, Pesquisa avalia aderência do comércio ao ESG, 2021. Amostra: 100 PMEs - 90% possuem menos de 10 empregados / 10% possuem mais de 50 empregados

Concluindo...

Concluindo...

O primeiro passo é traduzir e desmistificar o conceito de ESG para as micro e pequenas empresas.

Environmental, social and governance?

Termos em Inglês precisam de atenção. Segundo a British Council, só 5% dos brasileiros falam inglês, e apenas 1% é fluente na língua.

Até mesmo o Código de Defesa do Consumidor aponta nos artigos 31 e 36 que as informações dos produtos **devem ser claras e em língua portuguesa,** a publicidade deve ser veiculada de forma que o consumidor compreenda de forma fácil e imediata.

Além da sigla, o conceito precisa ser aculturado não só entre as MPEs, mas em toda a sociedade.

A disseminação de informações e importância do tema é fundamental!

E as MPEs podem ser as disseminadoras desse conteúdo para a sociedade, através de seus produtos e serviços e na relação direta com o consumidor final.

Concluindo...

Grande parte das micro e pequenas empresas não tem seus processos bem definidos e estruturados, dificultando que essas empresas se adequem ao pilar governança.

Governança é o pilar central para os outros dois – ambiental e social – possam ser desenvolvidos.

Uma gestão do negócio bem estruturada desenvolverá a governança nas MPEs e é aqui que o Sebrae-SP entra:

- **Incluir a pauta ESG em todos os seus produtos e atendimentos de forma transversal.**
- **Além da capacitação das MPEs que compõem a cadeia de valor das grandes empresas.**
- **Fazer a ponte entre elas é fundamental.**
- **O Sebrae-SP pode ser o elo que cria a conexão entre essas empresas e demonstre para ambos os lados que não é uma simples relação de cliente e fornecedor, mas sim uma parceria.**

Concluindo...

A imagem positiva do Sebrae-SP já remete a uma organização parceira dos MPEs, agora chegou a hora de transmitir essa imagem também para as grandes organizações.

As grandes empresas compreendem que é um trabalho de conscientização das micro e pequenas, e que leva um tempo para ser assimilado.

As micro e pequenas empresas tem ao seu favor a agilidade, a velocidade que a tomada de decisão chega na operação.

Como vimos nesse estudo, o tempo já passou...

IF YOU'RE
READING THIS
IT'S TIME FOR
CHANGE.

Se você está lendo isso é hora de mudar.

POR ONDE COMEÇAMOS?

DEFININDO O POSICIONAMENTO ESG DO SEBRAE-SP PARA SEU PÚBLICO INTERNO E EXTERNO

Definindo o posicionamento ESG do Sebrae-SP

POSICIONAMENTO INTERNO ESPERADO

O Sebrae-SP é referência nacional em ESG, atuando com excelência em responsabilidade ambiental (utilização correta dos recursos, redução da emissão de resíduos e gases poluentes), social (diversa, inclusiva, justa e plural em seu corpo técnico e de fornecedores) e de governança corporativa (conduta ética, íntegra e transparente).

Através da transição de sua cultura organizacional e de aprendizagem contínua, se propõe a inspirar a transformação das pessoas e da sociedade.

POSICIONAMENTO EXTERNO ESPERADO

O Sebrae-SP é o maior especialista das pautas ESG para as Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo.

Capacita e apoia a implementação das práticas ambientais, sociais e de governança nas MPEs, tornando-as mais competitivas para novos mercados e na cadeia de valor das MGEs.

E contribui para o desenvolvimentos do território através da parceria com os gestores públicos na construção do ecossistema de ESG nos municípios.

O futuro do planeta

Olhando para o futuro, devemos pensar que estamos chegando em um momento em que **todos nós seremos responsabilizados pela emissão de gases no planeta**.

Se continuarmos com as emissões desenfreadas, em breve as obrigatoriedades de compensação de emissões e pagamento de taxas de carbono **irão cair sobre MPEs** e, até mesmo, o consumidor (e sim, esse dia chegará).

O custo de seguir com os mesmo hábitos será muito alto e, por isso, o Sebrae deve, desde já, educar os empreendedores a olhar para as emissões e comportamento da suas empresas como alerta e oportunidade.

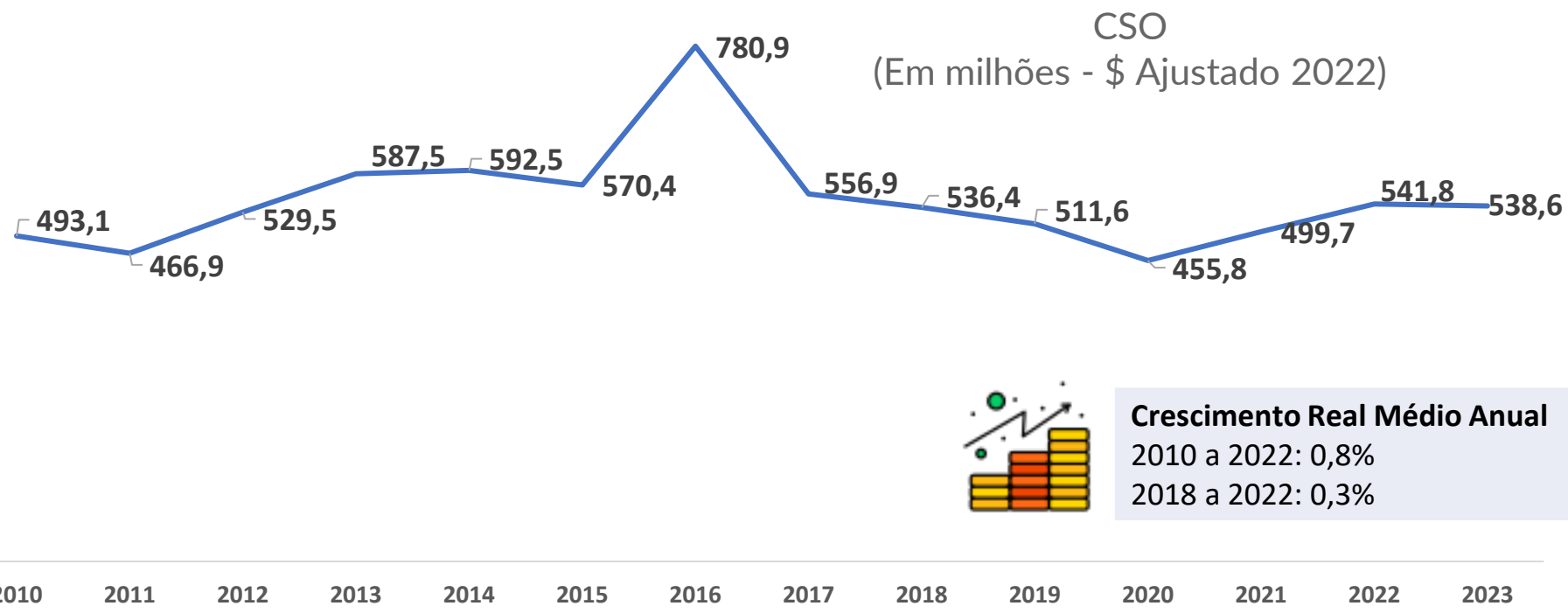
O ECO-SEBRAE pode ser a ***green school*** do SEBRAE, desenvolvendo programas, capacitações, publicações, trazendo conhecimentos de fora do país com estudos internacionais de boas práticas, por exemplo.

A instituição pode atuar com foco nesse novo mercado que engloba todos os assuntos em ESG por um futuro sustentável.

RECEITA

SEBRAE-SP

Receita CSO (Contribuição Social Ordinária)



Crescimento Real Médio Anual
2010 a 2022: 0,8%
2018 a 2022: 0,3%

Fonte: Sebrae-SP

SEBRAE

IMAGO
PESQUISA DINÂMICA

Obrigada!

Foto de Joseph Chan na Unsplash

SEBRAE