



GEM 2018: Análise dos resultados por gênero

Fevereiro/2019



COORDENAÇÃO DO GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research
Association (GERA), London Business
School
Babson College, Estados Unidos
Korea Entrepreneurship Foundation, South
Korea
Universidad del Desarrollo, Chile

No Brasil

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Sandro Nelson Vieira – Presidente do
Conselho
Anderson Luiz da Luz - Diretor Presidente
Patrícia Aquila - Diretora Executiva

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação geral

Simara Maria de Souza Silveira Greco –
IBQP

Análise, redação e revisão de conteúdo

Erika Onozato - IBQP
Vinicius Larangeiras de Souza – IBQP

Arte e diagramação

Marcela Rolim Ribas

Revisão de texto

CONSET Consultoria

PARCEIROS NO BRASIL

PARCEIRO MASTER

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

José Roberto Tadros - Presidente do
Conselho Deliberativo Nacional
João Henrique de Almeida Sousa - Diretor-
Presidente
Vinicius Lages - Diretor Técnico
Carlos do Carmo Andrade Melles - Diretor
de Administração e Finanças
Pio Cortizo - Gerente da Unidade de Gestão
Estratégica (UGE)
Elizis Maria de Faria - Gerente Adjunta
(UGE)
Marco Aurélio Bedê - Gestor do Projeto
pelo SEBRAE

Sumário

1- INTRODUÇÃO	4
2- EMPREENDEDORISMO POR GÊNERO.....	5
2.1- Estágio do empreendedor por gênero.....	5
2.2- Empreendedorismo por oportunidade/necessidade segundo o gênero	5
2.3- Características socioeconômicas dos empreendedores por gênero	8
2.4- Atividades dos empreendedores segundo o gênero	12
2.5- Características dos empreendimentos por gênero.....	14
2.6 - Busca dos empreendedores por órgãos de apoio por gênero.....	16
2.7- Mentalidade da população brasileira por gênero.....	16
2.8- “Sonhos” da população brasileira por gênero	18
3- CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20

1- INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como objetivo identificar o perfil dos empreendedores brasileiros segundo o gênero (masculino e feminino). O trabalho foi realizado com base na metodologia do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo. Mais de 100 países já participaram do GEM ao longo de sua história. Em 2019, foram 49 países. A pesquisa é realizada, sob a coordenação de um consórcio de instituições internacionais denominado *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*, liderado pela *London Business School* (Londres) e pela *Babson College* (Boston). No Brasil, a pesquisa é realizada anualmente desde o ano 2000 pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), com o suporte do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Em 2018 foram entrevistados 2.000 indivíduos (entre 18 e 64 anos), representando assim a população adulta no país.

O GEM considera como empreendedor todas as pessoas que já possuem um negócio (formal ou informal), ou que não possuem, porém, estão envolvidas na criação de um. Portanto, estão incluídos indivíduos em diferentes estágios de maturação do empreendimento.

No capítulo 2 são apresentadas as principais características dos empreendedores por gênero. Entre as variáveis analisadas estão, por exemplo: o estágio de maturação (empreendedores iniciais ou estabelecidos); a motivação da criação do negócio (por oportunidade ou necessidade); as características socioeconômicas (nível de escolaridade, faixa etária, renda, estado civil, e raça/cor); a atividade realizada; as características dos empreendimentos (novidade do produto/serviço, concorrência, idade tecnológica dos produtos/serviços/processos, orientação internacional, número atual de empregados, expectativa de criação de empregos e faturamento); a mentalidade empreendedora dos brasileiros; os sonhos da população brasileira; e a busca dos empreendedores em órgãos de apoio.

O capítulo 3 é reservado às considerações finais.

2- EMPREENDEDORISMO POR GÊNERO

2.1- Estágio do empreendedor por gênero

A taxa total de empreendedores na população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos) alcançou 38% em 2018, sendo 41,7% no grupo masculino e 34,4% no feminino. A maior diferença está nas taxas de “Empreendedores Estabelecidos” (indivíduos que possuem um negócio com mais de 3,5 anos), os homens estão 6 pontos percentuais acima das mulheres. No caso de “Empreendedores Iniciais”¹, que envolve tanto empreendedores “Nascentes”² como “Novos”³, as taxas estão mais próximas entre os gêneros.

Tabela 1 - Taxas¹ específicas (em %) de empreendedorismo por gênero segundo o estágio do empreendimento - Brasil – 2018

Estágio	Masculino	Feminino	Brasil
Empreendedorismo total	41,7	34,4	38,0
Empreendedorismo Inicial	18,5	17,3	17,9
Novos	17,0	15,8	1,7
Nascentes	1,6	1,7	16,4
Empreendedorismo estabelecido	23,3	17,2	20,2

Fonte: GEM Brasil 2018

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, uma vez que empreendedores com mais de um empreendimento estarão sendo contabilizados mais de uma vez.

2.2- Empreendedorismo por oportunidade/necessidade segundo o gênero

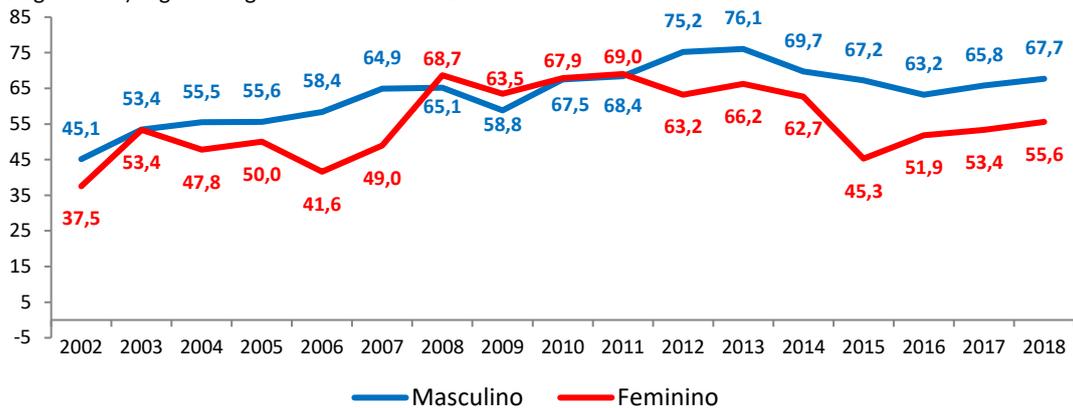
A proporção de empreendedoras, em estágio inicial, que criaram seus negócios por oportunidade em 2018 (55,6%) foi inferior à identificada no grupo dos homens (67,7%). A série histórica da pesquisa (gráfico 1) mostra que a proporção de empreendedores iniciais por oportunidade no grupo masculino supera a encontrada no feminino na maioria dos anos.

¹ Grupo composto por “Empreendedores Nascentes” (indivíduos que estão envolvidos na estruturação de um negócio) e “Empreendedores Novos” (indivíduos que possuem um negócio com até 3,5 anos); “Empreendedores Estabelecidos” é o grupo composto por indivíduos que possuem um negócio com mais de 3,5 anos.

² Estão relacionados com a estruturação ou são proprietários de um novo negócio, mas que ainda não realizou pagamentos de salário, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.

³ Administram e são donos de um novo empreendimento que já remunera de alguma forma os seus proprietários por um período superior a três meses e inferior a 3,5 anos.

Gráfico 1 - Evolução da distribuição percentual da motivação dos empreendedores por oportunidade (em estágio inicial) segundo o gênero - Brasil - 2002:2018



Fonte: GEM Brasil 2018

Porém, entre 2002 e 2008, a proporção de mulheres que criou um negócio por oportunidade saltou de 37,5% para 68,7% (ultrapassando inclusive os homens), acompanhando uma tendência mais ampla da economia, de melhora neste indicador. No entanto, nos anos seguintes esta proporção assumiu trajetória de estabilidade e, posteriormente, queda, mais especificamente em 2015 quando chegou a 45,3%. Aparentemente, a diminuição do empreendedorismo feminino por oportunidade ocorreu devido à desaceleração da economia e a entrada de mais mulheres no mercado de trabalho. Ou seja, de mulheres que não pertenciam a este mercado, pois não estavam ocupadas nem desocupadas, mas que optaram pelo ingresso no mesmo para complementar a renda familiar naquele momento de crise⁴. Em 2016, a proporção de mulheres que criaram um negócio por oportunidade voltou a subir, para 51,9%, e em 2017 chegou a 53,4%, alcançando 55,6% no ano de 2018. Estes dados sugerem que o grupo das mulheres é muito mais sensível às mudanças da economia e da sociedade. Talvez porque seja muito volátil a sua composição, sendo que parte expressiva das mulheres ainda vê o empreendedorismo como forma de complementar renda (nesse grupo há muita entrada e/ou saída de mulheres que empreendem por necessidade).

⁴ “Pessoas que estavam fora do mercado de trabalho entram na fila da desocupação” Cimar Azeredo, (IN: “Número de desempregados aumenta 27,4% em 2015 e chega a 8,6 milhões”, UOL 15/03/2016). Dado que a população feminina é a que, tradicionalmente, apresenta o menor grau de inserção no mercado de trabalho, o ingresso desse novo contingente de pessoas no mercado de trabalho parece ter sido composto com forte participação feminina. Esse processo, concomitante à redução do número de vagas no mercado de trabalho, ajuda a explicar a elevada proporção de empreendedoras por necessidade em 2015 e 2016.

No caso do grupo masculino, a proporção que iniciou um negócio por oportunidade passou de 45,1% em 2002 para 76,1% em 2013, tendo caído de forma bem mais suave, nos anos seguintes.

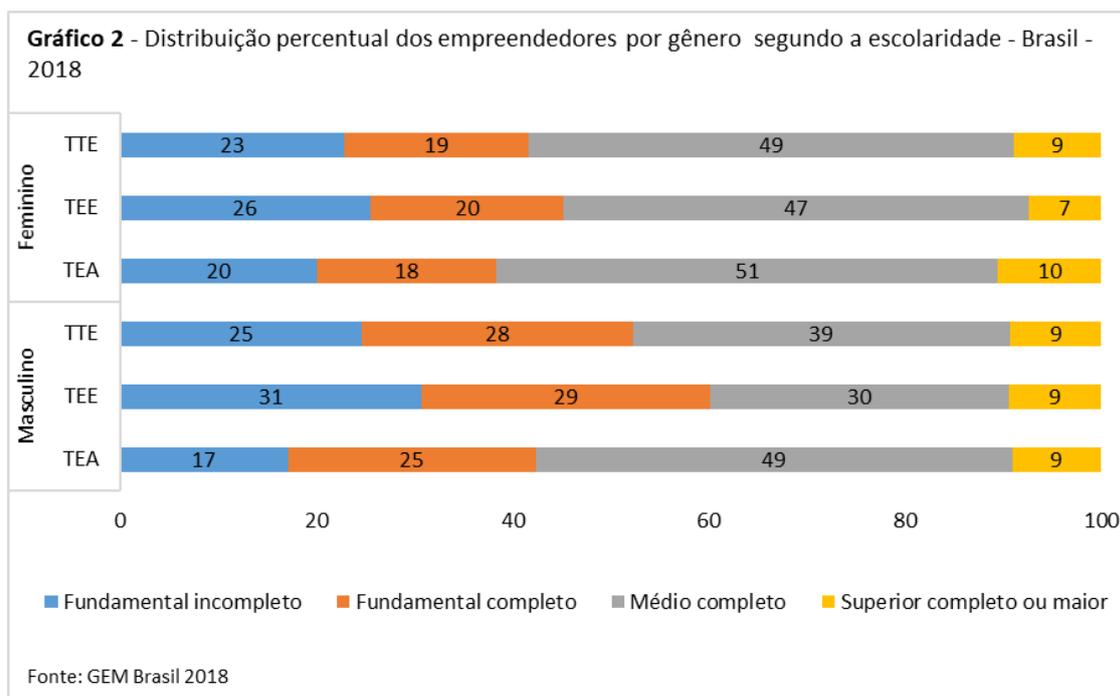
A forte queda da proporção da oportunidade no grupo feminino em 2015 foi determinante para a diminuição da média geral dos empreendedores iniciais, que passou de 70,6% em 2014 para 56,5% em 2016 (queda de 14,1 pontos percentuais). Observa-se no gráfico 1 que entre 2014 e 2016 a proporção de empreendimentos por oportunidade entre mulheres caiu de 62,7% para 51,9% (queda de quase 11 pontos percentuais), enquanto no grupo dos homens essa proporção passou de 69,7% para 63,2% (queda de apenas 6,5 pontos percentuais).

De 2016 a 2018 percebe-se um pequeno aumento da motivação por oportunidade em ambos os gêneros. Como o resto do Brasil está se recuperando da recessão econômica, imagina-se que o empreendedorismo por oportunidade siga o mesmo padrão.

2.3- Características socioeconômicas dos empreendedores por gênero

Os gráficos 2 a 6 apresentam de forma comparativa as principais características socioeconômicas dos empreendedores segundo o gênero.

O gráfico 2 mostra que, regra geral, as mulheres apresentam maior escolaridade (médio completo + superior) que os homens, em todas as categorias analisadas. O percentual total de mulheres com o ensino médio completo e o superior incompleto é 10 pontos a mais do que a mesma faixa no grupo masculino. Inversamente, os homens com ensino fundamental completo e ensino médio incompleto são 9 pontos a mais do que a mesma faixa no grupo feminino.

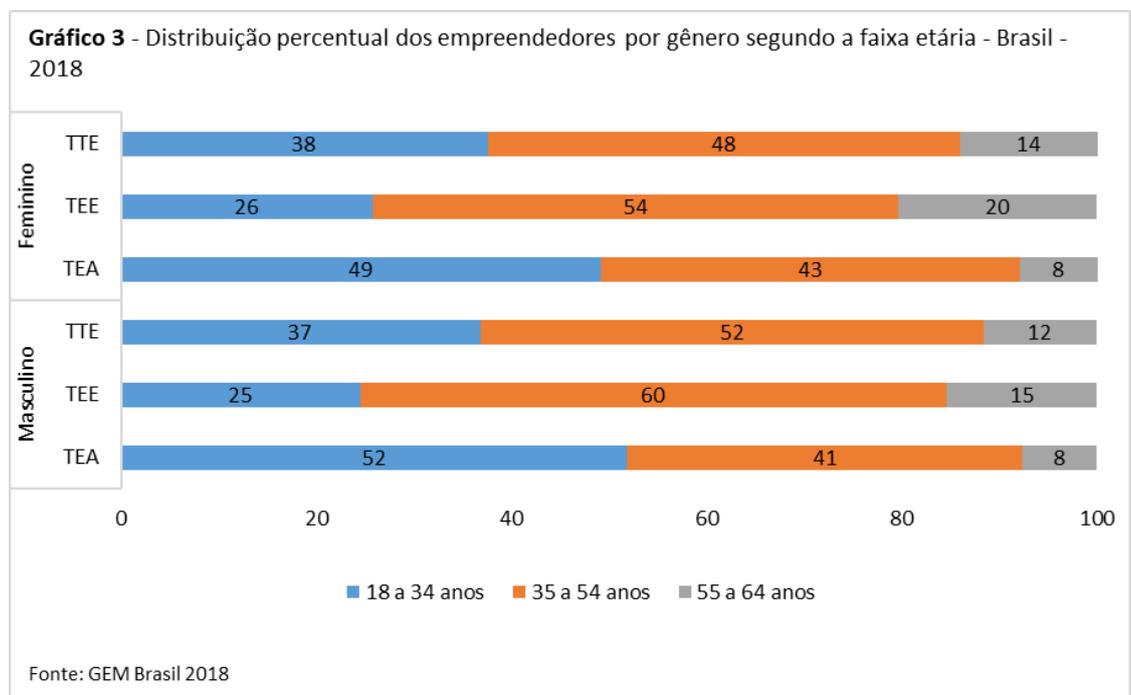


Outras diferenças aparecem ao avaliar separadamente os empreendedores iniciais dos estabelecidos:

- ✓ Em ambos os **sexos**, os empreendedores iniciais possuem escolaridade acima dos estabelecidos, ou seja, existe uma maior concentração de empreendedores iniciais com ensino médio completo ou mais (61% das mulheres e 58% dos homens) do que de empreendedores estabelecidos (54% das mulheres e 39%

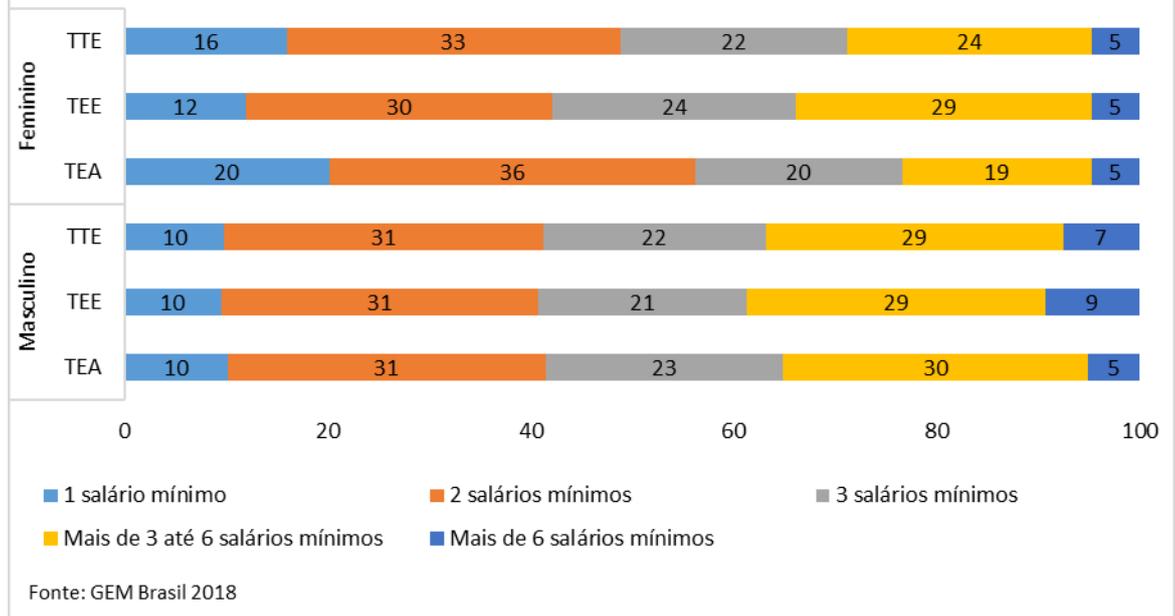
dos homens). Isto implica que no longo prazo, deverá crescer o grau de escolaridade médio das empreendedoras e empreendedores brasileiros;

- ✓ No tocante à faixa etária: no grupo de empreendedores iniciais, homens e mulheres parecem ter distribuição por faixa etária próximas. Para os empreendedores estabelecidos de ambos os sexos, a concentração é maior na faixa etária dos 35 aos 54 anos (54% das mulheres e 60% dos homens), esta diferença de 6 pontos percentuais a menos para o grupo feminino aparece que é contrabalançada com a maior presença delas na faixa dos 55 a 64 anos em comparação com o grupo masculino (20% e 15%);



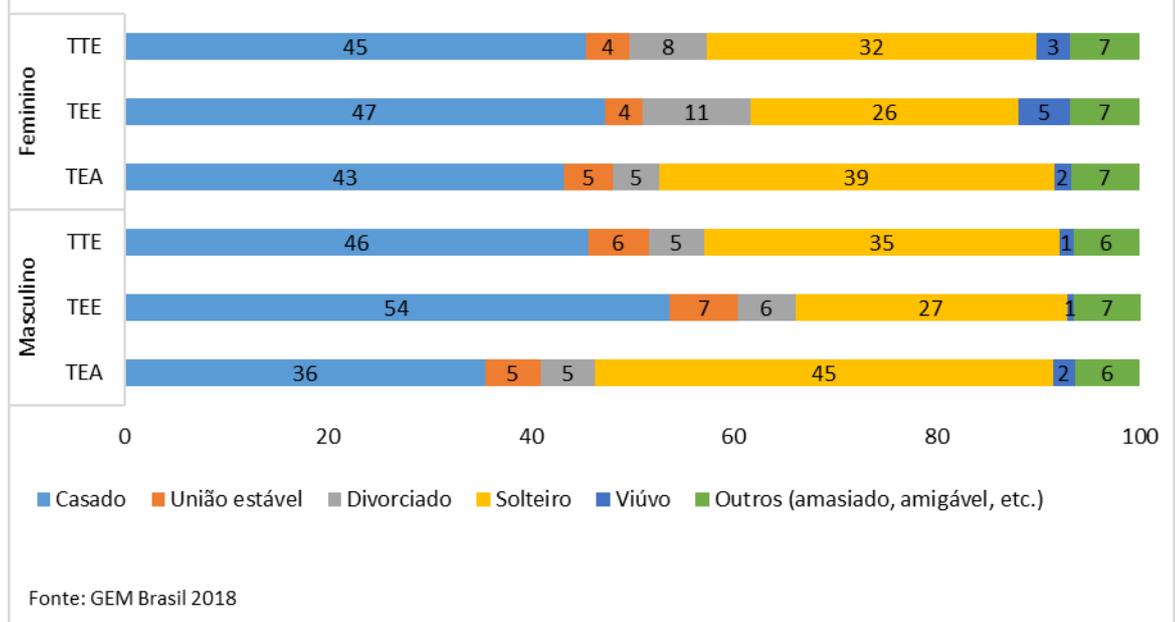
- ✓ Com relação a renda, observa-se que as empreendedoras ganham menos que os homens em todas as categorias. No caso dos empreendedores iniciais, por exemplo, enquanto 76% das mulheres que iniciam um negócio têm renda de até 3 salários mínimos, no grupo masculino representa 64%. No caso de empreendedores estabelecidos as proporções são mais equivalentes entre os gêneros, tendo a maior diferença (4 pontos percentuais acima para os homens) no segmento de renda mais alta (superior a 6 salários mínimos).

Gráfico 4 - Distribuição percentual dos empreendedores por gênero segundo a renda - Brasil - 2018

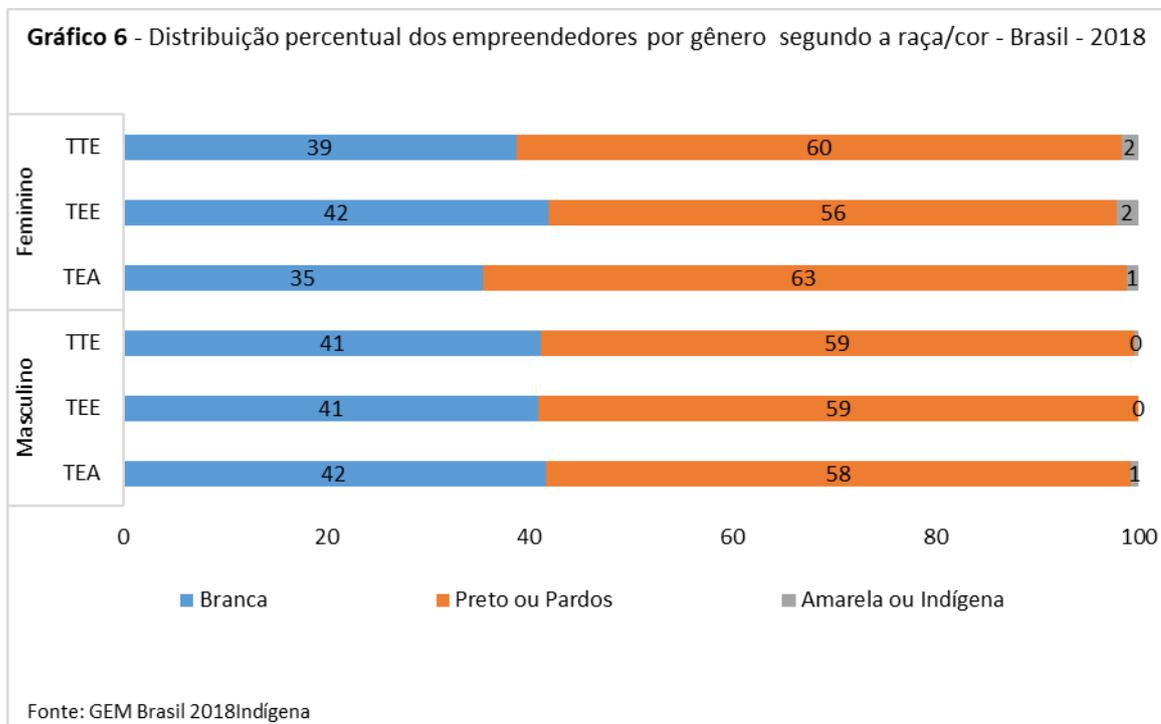


- ✓ Quanto ao estado civil, o que se destaca é o fato de que há maior proporção de mulheres casadas entre as empreendedoras iniciais. No grupo masculino a quantidade de solteiros é maior entre os empreendedores iniciais (45%), ao contrário dos estabelecidos, em que a maioria é casado (54%). No grupo feminino a maioria é casada, tanto nas iniciais como nas estabelecidas.

Gráfico 5 - Distribuição percentual dos empreendedores por gênero segundo o estado civil - Brasil - 2018



- ✓ Para a raça/cor as proporções nesses grupos seguiram a mesma do total, não apresentando grandes diferenças entre eles.



2.4- Atividades dos empreendedores segundo o gênero

A atividade que predominou entre os empreendedores iniciais foi a de “restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” nos dois gêneros (tabela 2). Apenas o “comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” também apareceu em ambos, mas com proporções diferentes, sendo 12,5% no grupo feminino e 5,2% no masculino. As mulheres em estágio inicial estavam concentradas em poucas atividades, quando comparadas aos homens da mesma categoria. Cerca de 53,3% delas estavam em apenas quatro atividades; enquanto 52,3% deles estavam distribuídos em 7 atividades. O destaque no grupo masculino é para a atividade de “consultoria em tecnologia da informação” que apareceu em 2018 com 4,1% dos empreendedores iniciais.

Tabela 2 - Distribuição percentual das atividades dos empreendedores iniciais segundo o gênero - Brasil - 2018

Atividades dos empreendedores iniciais			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	16,8	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	16,4
Manutenção e reparação de veículos automotores	8,4	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardinagem, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc)	14,0
Serviços especializados para construção	8,0	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	12,5
Transporte rodoviário de carga	6,3	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,4
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,2		
Consultoria em tecnologia da informação	4,1		
Atividades de malote e de entrega	3,5		
Outras atividades	47,7	Outras atividades	46,6

Fonte GEM Brasil 2018

No caso dos empreendedores estabelecidos (tabela 3), “restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”, que estava na primeira posição entre os iniciais de ambos os gêneros, passa para a terceira colocação no caso dos homens (5,9%) e quinta entre as mulheres (7,6%). A atividade mais citada entre os

estabelecidos do grupo masculino foi a de “serviços especializados para construção” e do feminino foi “cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza”. As mulheres estabelecidas atuaram praticamente nas mesmas atividades das iniciais, a não ser pela “confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas” que representou 9,8%.

Tabela 3 - Distribuição percentual das atividades dos empreendedores estabelecidos segundo o gênero - Brasil - 2018

Atividades dos empreendedores estabelecidos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção	18,1	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	18,4
Manutenção e reparação de veículos automotores	9,6	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardinagem, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc)	13,4
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,9	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	9,8
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,2	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,1
Serviços ambulantes de alimentação	4,2	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,6
Obras de acabamento	4,0		
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,4		
Outras atividades	49,7	Outras atividades	42,7

Fonte GEM Brasil 2018

2.5- Características dos empreendimentos por gênero

Na tabela 4, verifica-se que nas quatro primeiras características dos empreendimentos, relacionadas a inovação, não houve uma grande diferença entre os sexos, com exceção da concorrência (que é menos entre as mulheres):

- 6,6% dos empreendedores e 5,6% das empreendedoras trabalham com produtos ou serviços que são novos para alguns ou para todos;
- 32,9% das mulheres citaram ter pouco ou nenhum concorrente, contra 25,8% dos homens (diferença de 7,1 pontos percentuais);
- Nenhuma das empreendedoras afirma ter tecnologia com menos de 1 ano, contra 0,6% dos homens.
- 99% dos empreendedores de ambos os gêneros não possuem consumidores no exterior.

Tabela 4 - Distribuição dos empreendedores segundo características dos empreendimentos: potencial de inovação - Brasil - 2018

	Masculino	Feminino
Conhecimento dos produtos ou serviços		
Novo para todos	4,9	4,7
Novo para alguns	1,7	0,9
Ninguém considera novo	93,3	94,4
	100%	100%
Concorrência		
Muitos concorrentes	74,2	67,1
Poucos concorrentes	20,8	26,7
Nenhum concorrente	5,0	6,2
	100%	100%
Idade da Tecnologia ou processos		
Menos de 1 ano	0,6	0,0
Entre 1 a 5 anos	0,6	1,8
Mais de 5 anos	98,8	98,2
	100%	100%
Orientação internacional		
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,0	0,0
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,3	0,0
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	0,7	1,0
Nenhum consumidor no exterior	99,1	99,0
	100%	100%

Fonte: GEM Brasil 2018

Com relação ao restante das características dos empreendimentos (tabela 5), percebe-se que a diferença entre as mulheres e os homens também não foi expressiva, com exceção do faturamento:

- 85% das empreendedoras não têm nenhum empregado atualmente, contra 81% do grupo masculino;
- 27% dos homens esperam criar algum emprego nos próximos 5 anos, contra 23% das mulheres;
- 62% das empreendedoras operam negócios que faturam até R\$ 12 mil/ano, contra 43% dos homens.

Tabela 5 - Distribuição dos empreendedores segundo características dos empreendimentos: geração de empregos e faturamento - Brasil - 2018

	Masculino	Feminino
Empregados atualmente		
Nenhum	81,2	84,7
De 1 a 4 empregados	18,0	15,1
De 5 a 9 empregados	0,7	0,2
Mais de 10 empregados	0,2	0,0
	100%	100%
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)		
Nenhum	72,6	77,2
De 1 a 5 empregados	20,1	18,8
De 6 a 19 empregados	6,6	3,3
Mais de 20 empregados	0,7	0,6
	100%	100%
Faturamento		
Até R\$ 12.000,00	42,9	62,0
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	29,2	20,8
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	12,4	7,4
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	2,6	4,2
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	4,2	0,6
De R\$60.000,01 a R\$360.000,00	5,0	2,1
Acima de R\$360.000,00	0,5	0,2
Ainda não faturou	3,2	2,7
	100%	100%

Fonte: GEM Brasil 2018

A diferença sobre o faturamento entre os empreendedores encontrada pelo GEM reflete os resultados da própria sociedade brasileira. Conforme os dados da pesquisa sobre gênero do IBGE⁵ de 2018, o rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos de uma mulher no Brasil é de R\$ 1.764,00 e de R\$ 2.306,00 para o homem. Ou seja, as brasileiras recebem pelo trabalho cerca de $\frac{3}{4}$ do que os homens recebem. Segundo o IBGE, o que contribui para a explicação desta diferença é a natureza dos postos de trabalho ocupados pelas mulheres, em que se destaca a maior proporção delas dedicadas em ocupações com carga horária reduzida. No Brasil, em 2016, as

⁵ IBGE. Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

mulheres dedicaram aos cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos aproximadamente 73% a mais de horas do que os homens (18,1 contra 10,5 horas semanais). Por isto muitas delas acabam trabalhando em tempo parcial para conseguir conciliar o trabalho remunerado com os afazeres domésticos e/ou cuidados de pessoas.

2.6 - Busca dos empreendedores por órgãos de apoio por gênero

A procura por entidades de apoio é relativamente baixa, tanto entre as mulheres quanto os homens. Em 2018 apenas em torno de 12% dos empreendedores, homens ou mulheres, buscaram um órgão para apoiar o desenvolvimento de seus negócios, sendo que não houve uma diferença significativa entre os gêneros.

Porém, observa-se na tabela 6 uma procura maior do público feminino pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (56,71%). No caso dos homens, as maiores diferenças com as mulheres foram em relação a busca pelo contador e pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC.

Tabela 6 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 2018

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	12,9	11,8
Principais órgãos de apoio procurados ¹		
Sebrae	39,8	56,7
Senai	18,3	18,6
Contador	19,7	5,3
Senac	15,1	6,4
Outro ²	22,9	18,1

Fonte: GEM Brasil 2018

¹ A soma dessas opções pode não totalizar 100% pelo fato de ocorrerem respostas múltiplas.

² Nesta classificação para o Brasil se enquadram: Conselhos e Associações de classe, Consultorias Privadas, Senar, Sindicatos.

2.7- Mentalidade da população brasileira por gênero

Nesta seção é tratada a mentalidade da população brasileira como um todo e não apenas entre o grupo dos empreendedores. Os dados são analisados, em separado, para a população masculina e feminina.

Cada entrevistado precisava responder se concordava ou não com quatro afirmações relacionadas a temática do empreendedorismo. As duas mais citadas pelas mulheres também foram as mesmas dos homens, porém, o gênero feminino foi inferior em todas as quantidades de afirmações (tabela 7):

- ✓ 50,7% das mulheres concordaram que o medo de fracassar não impediria de começar um novo negócio, enquanto que 61,4% dos homens afirmaram isso;
- ✓ Quanto a ter conhecimento, habilidade e experiência necessárias para iniciar um novo negócio, 49,2% das mulheres concordaram, contra 59,5% dos homens.

Tabela 7 - Percentual¹ da população masculina e feminina segundo a mentalidade - Brasil - 2018

Mentalidade	Masculino	Feminino
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	40,2	28,7
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	33,6	29,3
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	59,5	49,2
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que comessem um novo negócio.	61,4	50,7

Fonte: GEM Brasil 2018

¹ Percentual da população de 18-64 anos

As duas outras afirmações ficaram invertidas na hierarquia das mais citadas entre os gêneros:

- ✓ A afirmação sobre perceber para os próximos 6 meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem teve a concordância de 29,3% das mulheres (3º lugar), contra 33,6% dos homens (4º lugar).
- ✓ 28,7% das mulheres afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos, enquanto que para os homens esse percentual foi de 40,2%.

Esses resultados sugerem que o grau de autoconfiança no grupo masculino é maior do que no feminino, e podem auxiliar na compreensão da “Taxa Total de Empreendedores” entre os homens (41,7) ser maior que a encontrada nas mulheres (34,4) em 2018.

2.8- “Sonhos” da população brasileira por gênero

Esta seção apresenta a hierarquia dos sonhos da população brasileira e não apenas dos empreendedores. Os dados são discriminados para a população masculina e feminina.

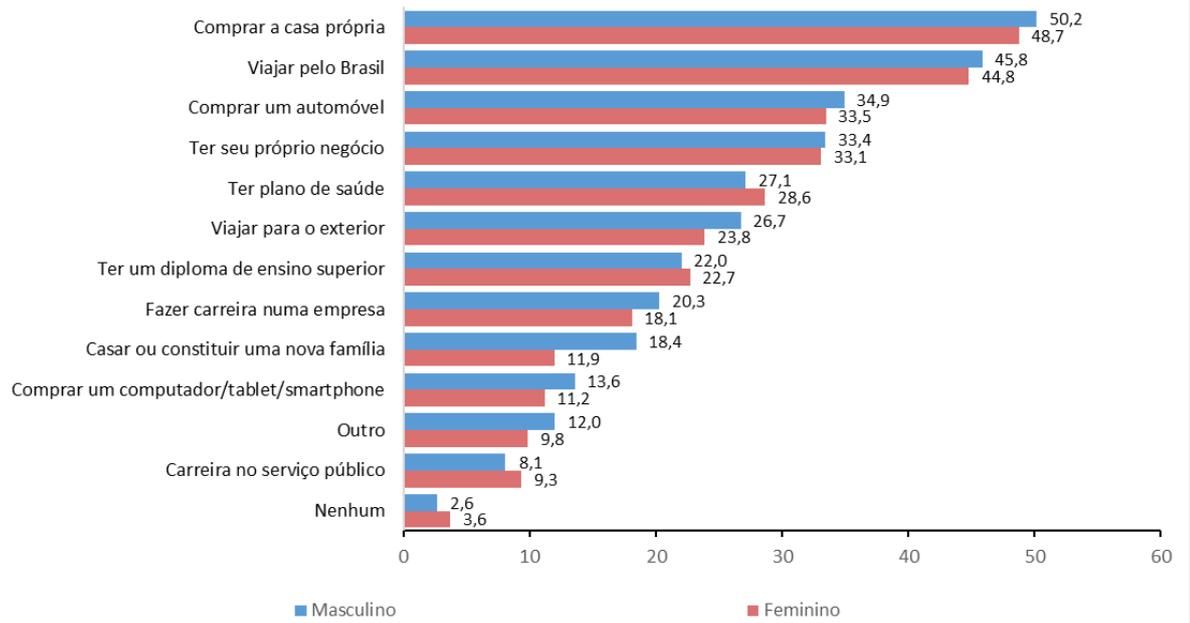
Os sonhos mais citados em 2018 pelos homens foram os mesmos das mulheres, com níveis ligeiramente menores para as mulheres na maioria dos casos, sendo as cinco primeiras citações: “comprar a casa própria”, “viajar pelo Brasil”, “comprar um automóvel”, “ter seu próprio negócio”, e “ter plano de saúde”.

O sonho “ter seu próprio negócio” passou de sexta posição no ano de 2017 para quarta posição em 2018, com aproximadamente 33%, tanto no grupo masculino como no feminino.

O item “fazer carreira numa empresa” encontra-se apenas na oitava posição e “carreira no serviço público” na 12ª posição, conforme o gráfico 7.

Portanto, a alternativa “ter seu próprio negócio” foi mais citada que “fazer carreira numa empresa”, e ter uma “carreira no serviço público”, tanto no grupo dos homens quanto no das mulheres, o que reforça o interesse dos brasileiros pela opção do empreendedorismo.

Gráfico 7 - Percentual da população por gênero segundo o sonho - Brasil - 2018



Fonte: GEM Brasil 2018

3- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2018, a proporção total de mulheres adultas no Brasil envolvidas com o empreendedorismo (34,4%) foi menor em relação aos homens (41,7%). As brasileiras, apesar de possuírem uma proporção menor de “empreendedores estabelecidos” (17,2% contra 23,3% dos homens), obtiveram taxas mais próximas de “empreendedores iniciais”, com uma diferença de apenas 1,2 pontos percentuais a menos que o grupo masculino.

Embora a proporção de empreendedores em estágio inicial por oportunidade, no ano de 2018, seja menor no grupo feminino (55,6%), do que no masculino (67,7%), percebe-se que desde 2016 existe um aumento sutil da motivação por oportunidade em ambos os gêneros. Como o país está se recuperando da recessão econômica, supõe-se que o empreendedorismo por oportunidade siga o mesmo padrão.

Comparado aos homens, as empreendedoras demonstraram ter mais escolaridade, principalmente as que estão iniciando um novo negócio.

Os empreendedores iniciais, de ambos os gêneros, concentraram-se mais na atividade de restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas. Em seguida, as principais atividades das mulheres foram os serviços domésticos, comércio varejista do vestuário e cabeleireiros. No grupo masculino, as atividades foram mais diversificadas, com destaque para a manutenção de veículos, construção, transporte rodoviário de carga, comércio varejista do vestuário, consultoria em tecnologia da informação, atividades de malote e de entrega. As mulheres estabelecidas atuaram praticamente nas mesmas atividades das iniciais, a não ser pela confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas.

Apesar das mulheres afirmarem possuir menos concorrência nos produtos e serviços prestados, tiveram faturamento menor do que os homens.

A mentalidade da população brasileira com relação ao empreendedorismo foi semelhante em ambos os gêneros, porém, entre os homens, a autoconfiança foi maior, se comparados às mulheres.

Em termos de sonhos, não foram identificadas diferenças entre os gêneros, exceto pelos níveis ligeiramente menores para as mulheres na maioria dos casos, sendo as principais aspirações da população brasileira: comprar a casa própria, viajar pelo país e comprar um automóvel. O sonho de abrir o próprio negócio apareceu na quarta posição em ambos os grupos.

A busca por entidades de apoio foi relativamente baixa, tanto no grupo feminino quanto no masculino, sendo o Sebrae o órgão mais procurado (principalmente pelas empreendedoras).