

Análise dos resultados do GEM 2017 por gênero

Março/2018

COORDENAÇÃO DO GEM

Internacional

**Global Entrepreneurship
Research Association - GERA**
Babson College, Estados Unidos
**Korea Entrepreneurship Foundation,
South Korea**
**International Development Research
Centre, Canadá**
Universidad del Desarrollo, Chile
University Tun Abdul Razak, Malásia

No Brasil

**Instituto Brasileiro da Qualidade e
Produtividade (IBQP)**
Antonio Tulio Lima Severo Junior
Diretor Presidente
Augusto Muratori
Diretor executivo
Anderson Luiz da Luz
Diretor de Operações

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação Geral
Simara Maria de Souza Silveira Greco -
IBQP

Análise e Redação

Morlan Luigi Guimarães - IBQP
Paulo Alberto Bastos Junior - IBQP
Vinicius Larangeiras de Souza - IBQP

Revisão

Marco Aurélio Bedê - SEBRAE

Pesquisa de Campo com População Adulta

Zoom Agência de Pesquisas

PARCEIRO MASTER

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

Robson Braga de Andrade
***Presidente do Conselho Deliberativo
Nacional***

Guilherme Afif Domingos

Diretor-Presidente

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretora Técnica

Vinicius Lages

Diretor de Administração e Finanças

Pio Cortizo

Gerente da Unidade de Gestão

Estratégica (UGE)

Elizis Maria de Faria

Gerente Adjunta

Marco Aurélio Bedê

Gestor do Projeto pelo SEBRAE

Sumário

1-INTRODUÇÃO	4
2- PERFIL DOS EMPREENDEDORES POR GÊNERO	5
2.1- Estágio do empreendedor por gênero.....	5
2.2- Empreendedorismo por oportunidade/necessidade por gênero.....	6
2.3- Características socioeconômicas dos(as) empreendedores(as)	8
2.4- “Empreendedores Iniciais” segundo gênero e atividade.....	14
2.5- Características dos “Empreendimentos Iniciais” por gênero	15
2.6- Mentalidade da população brasileira por gênero.....	17
2.7- “Sonhos” da população brasileira por gênero	19
2.8- Busca dos(as) Empreendedores(as) em órgãos de apoio	21
3- CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22

1- INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como objetivo identificar o perfil dos empreendedores brasileiros, segundo o gênero (mulheres *versus* homens). O trabalho foi feito segundo a metodologia da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), e utiliza como base as informações daquela pesquisa realizada no Brasil em 2017.

O GEM é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo. Participam dela cerca de 80 países, sob a coordenação de um consórcio de instituições internacionais chamado *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), liderado pela *London Business School* (Londres) e pela *BabsonCollege* (Boston). No Brasil, a pesquisa é realizada anualmente desde o ano 2000 pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), com o apoio do Sebrae. Em sua última edição, foram entrevistados 2.000 indivíduos que representam a população adulta (entre 18 e 64 anos).

Para o GEM, são considerados empreendedores todos os indivíduos que já possuem um negócio (formal ou informal), ou que não possuem, porém, estão envolvidos na criação de um. Portanto, estão aqui incluídos indivíduos em diferentes estágios de maturação do negócio.

No capítulo 2, são apresentadas as principais características das mulheres e dos homens empreendedores. Entre as variáveis analisadas estão, por exemplo: o estágio de maturação do(a) empreendedor(a), a relação oportunidade/necessidade; as características socioeconômicas (faixa etária, faixa de renda, nível de escolaridade, estado civil e raça/cor); o tipo de atividade que realiza; as características dos empreendimentos (se é novo, se tem concorrência, idade tecnológica dos produtos/processos, se tem clientes no exterior, número atual de empregados, expectativa de criação de empregos e nível de faturamento); a mentalidade da população adulta feminina e masculina (o que pensam); os sonhos/aspirações desta população; e se os empreendedores(as) buscaram órgãos de apoio e qual instituição buscaram ajuda.

O capítulo 3 é reservado às considerações finais.

2- PERFIL DOS EMPREENDEDORES POR GÊNERO

2.1- Estágio do empreendedor por gênero

Na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2017, a Taxa Total de Empreendedores chegou a 36,4% das pessoas. A Taxa Total de Empreendedores chegou a 37,9% no grupo dos homens e a 35,0% no grupo das mulheres. Portanto, no cômputo geral, os homens são proporcionalmente mais empreendedores que as mulheres. Porém isso é devido graças às taxas de “Empreendedores Estabelecidos”, onde são mais altas no caso dos empreendedores masculinos. Apenas no caso dos “Empreendedores Novos” (com até 3,5 anos) e, por conseguinte, dos “Empreendedores Iniciais”, a taxa feminina indica uma superação a masculina, o que indica que, entre 2014 e 2016, possivelmente ocorreu um movimento mais forte de entrada de mulheres na atividade empreendedora.

Tabela 1 - Taxas¹ específicas dos empreendedores por estágio segundo o gênero - Brasil - 2017

Estágio	Masculino	Feminino	Brasil
Empreendedores Iniciais	19,9	20,7	20,3
Nascentes	4,9	4,0	4,4
Novos	15,7	16,9	16,3
Empreendedores Estabelecidos	18,6	14,4	16,5
Total de empreendedores na população adulta	37,9	35,0	36,4

Fonte: GEM Brasil 2017

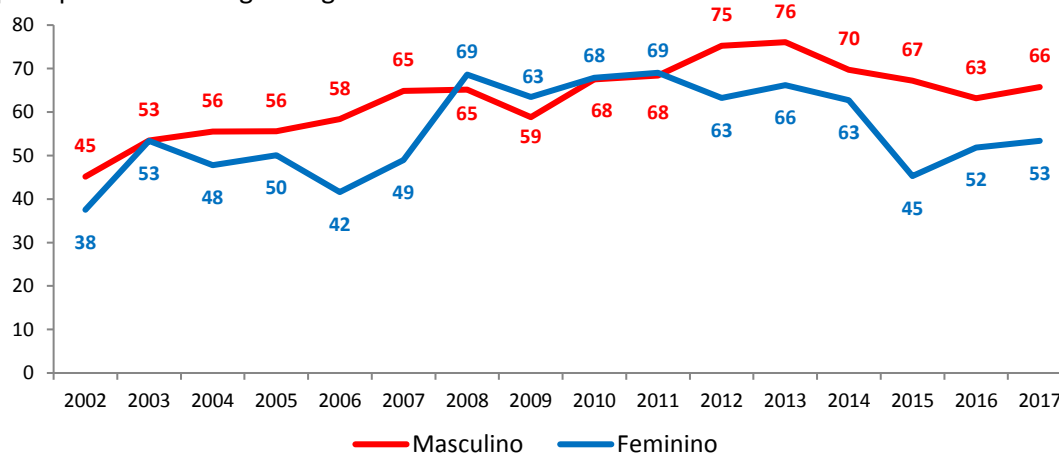
¹ Percentual da população de 18 a 64 anos

Notas: “Empreendedores Iniciais” é o 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.

2.2- Empreendedorismo por oportunidade/necessidade por gênero

Em 2017, a proporção de mulheres que abriu seu negócio por oportunidade (53%) foi bem inferior à encontrada na média do total de empreendedores no país (59%) e à encontrada no grupo dos homens (66%). Além disso, na maior parte da série histórica, a proporção de empreendedores por oportunidade no grupo dos homens superou a encontrada no grupo das mulheres (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Evolução da distribuição percentual da motivação dos empreendedores iniciais por oportunidade segundo gênero - Brasil - 2002:2017



Fonte: GEM Brasil 2017

Entre 2002 e 2008, a proporção de mulheres que criou um negócio por oportunidade saltou de 38% para 69% (Gráfico 1), 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, tendo especificamente em 2015, apresentado uma queda muito forte (quando chegou a 45%). Aparentemente, a queda do empreendedorismo feminino “por oportunidade”, nos últimos anos, se deve à desaceleração da economia e a um ingresso mais forte de mulheres no mercado de trabalho, mulheres que não estavam nesse mercado (não estavam ocupadas nem desocupadas), mas que optaram pelo ingresso no mesmo para complementar a renda

familiar, naquele momento de crise¹. Em 2016 a proporção de mulheres que criaram um negócio por oportunidade voltou a subir para 52% e 53% em 2017.

No caso dos homens, a proporção que abriu um negócio por oportunidade saltou de 45% em 2002 para 76% em 2013, tendo caído de forma bem mais suave, nos anos seguintes.

Assim, a forte queda da proporção da “oportunidade” no grupo das mulheres, no último ano, foi determinante para a queda da média geral, que passou de 71% em 2014, para 57%, em 2016 (queda de 14 pontos percentuais). Observe-se que, entre 2014 e 2016, a proporção de empreendimentos por oportunidade entre mulheres caiu de 63% para 52% (queda de 11 pontos percentuais), enquanto no grupo dos homens essa proporção passou de 70% para 63% (queda de apenas 7 pontos percentuais).

De 2016 para 2017 percebe-se uma pequena melhora na oportunidade, nada significativo, porém, como o resto do Brasil está se recuperando da recessão econômica, imagina-se que o empreendedorismo por oportunidade siga o mesmo padrão.

¹ “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.

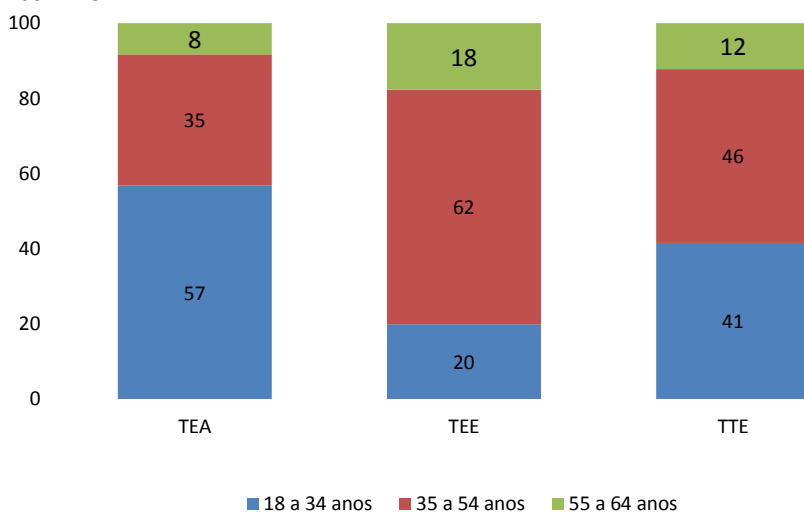
2.3- Características socioeconômicas dos (as) empreendedores(as)

No Brasil, levando-se em conta o Total de Empreendedores (última coluna dos Gráficos 4 e 13), verifica-se que:

- ✓ Não houve nenhuma diferença destacável para a faixa etária;
- ✓ Na escolaridade também os resultados não mostraram muitas diferenças entre os dois grupos;
- ✓ As mulheres recebem menos monetariamente (78% recebem até 3 S.M. contra 61% nos homens);
- ✓ Quando olhando para o estado civil a única categoria que chama atenção entre os dois grupos é a de viúvos (as), onde as mulheres mostram maior proporção dentre os empreendedores (5% contra 0,2% nos homens);
- ✓ Para a raça/cor as proporções nesses grupos seguiram a mesma da proporção geral, não mostrando grandes diferenças entre eles.

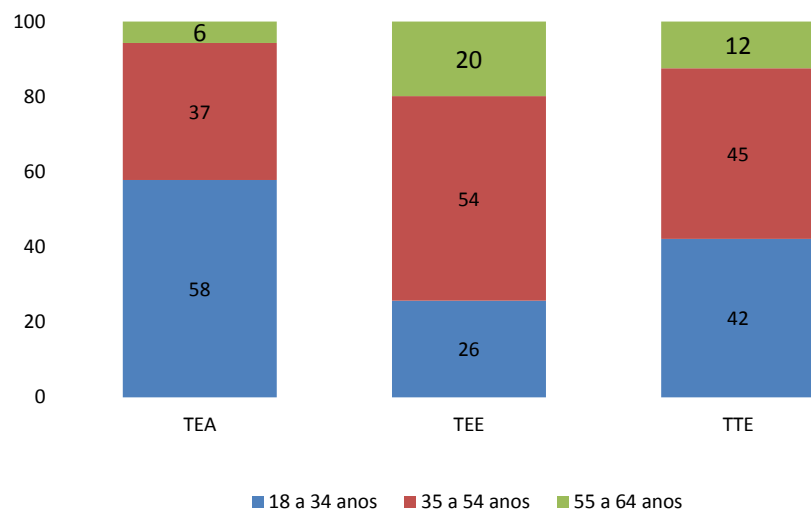
O perfil em 2017 não mostrou grandes diferenças entre homens e mulheres. O único destaque evidente é de que o rendimento entre os homens é significativamente maior do que o das mulheres, esses resultados mostram a realidade da desigualdade que as mulheres estão tentando combater em várias áreas de negócios.

Gráfico 2 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo a faixa etária - Brasil - 2017



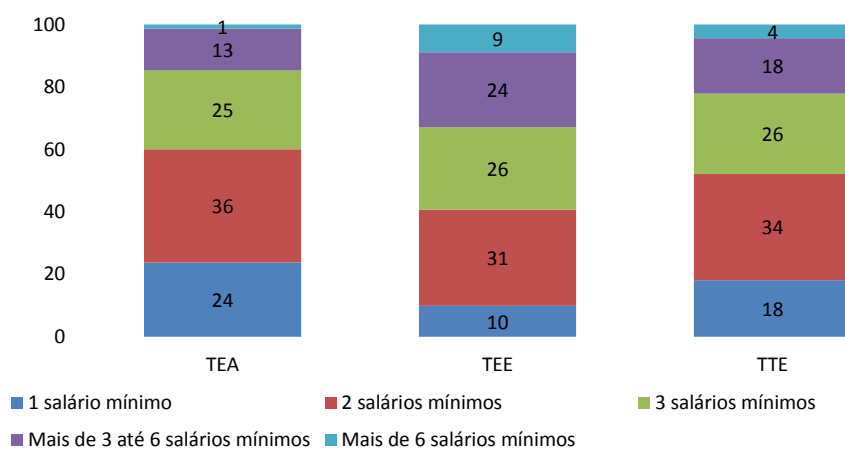
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 3 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo a faixa etária - Brasil - 2017



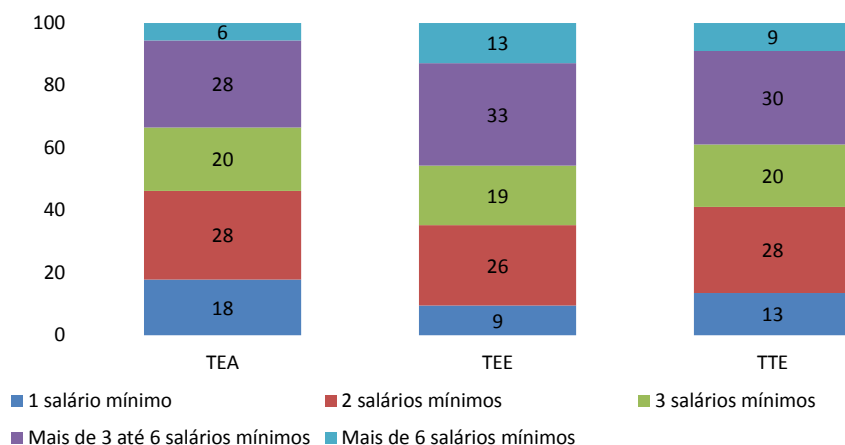
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 4 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo a renda - Brasil - 2017



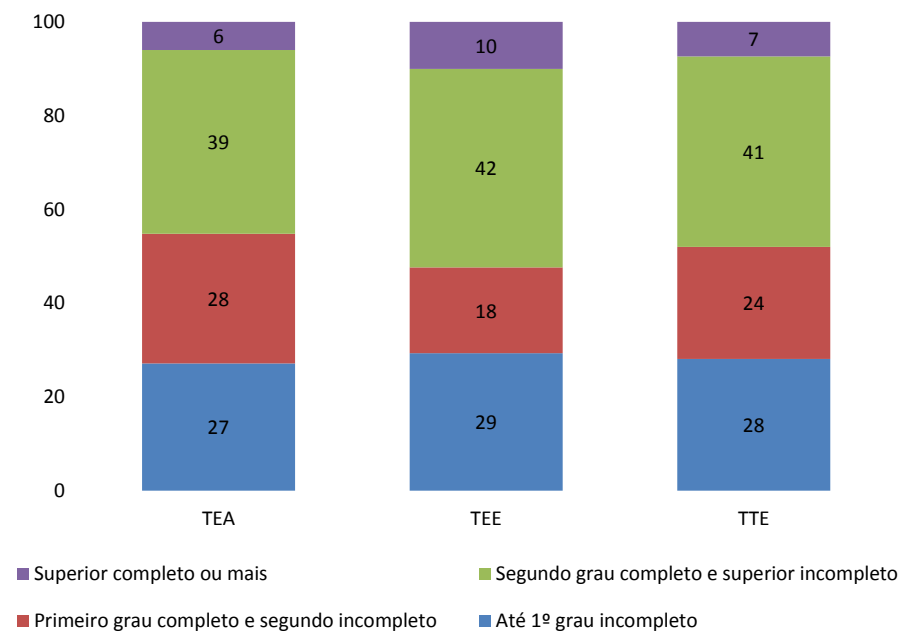
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 5 - Distribuição percentual das empreendedores segundo a renda - Brasil - 2017



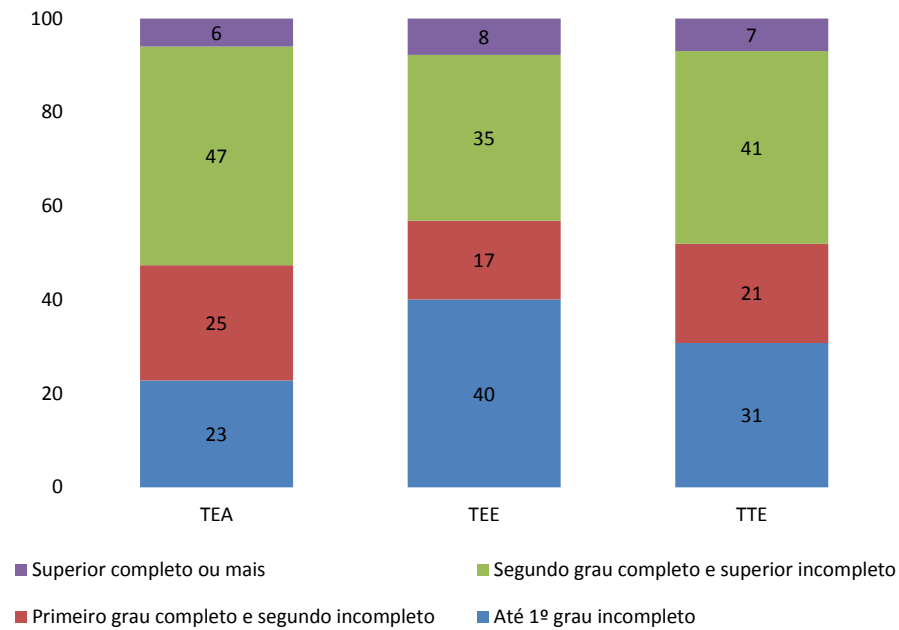
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 6 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo a escolaridade - Brasil - 2017



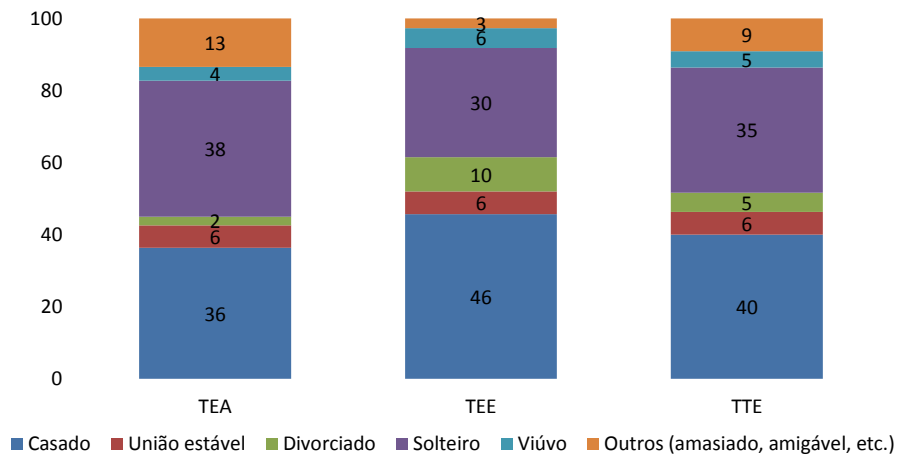
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 7 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo a escolaridade - Brasil - 2017



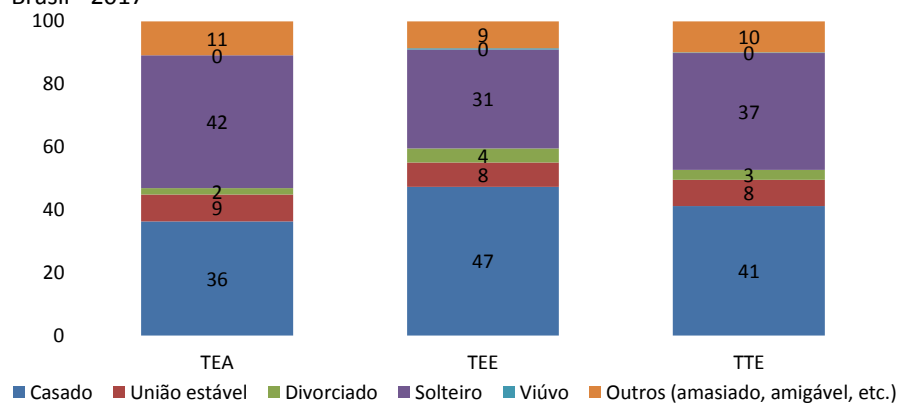
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 8 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo o estado civil - Brasil - 2017



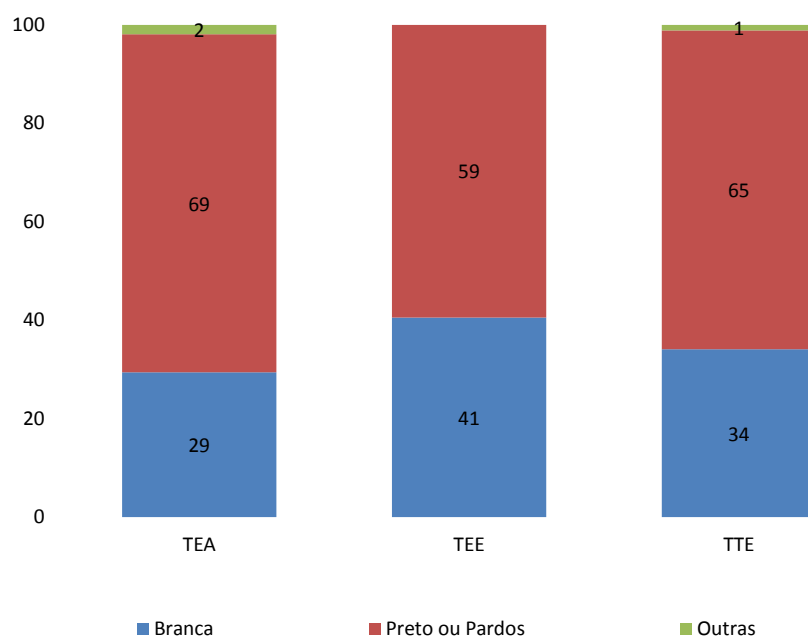
Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 9 - Distribuição percentual das empreendedores segundo o estado civil - Brasil - 2017



Fonte: GEM Brasil 2017

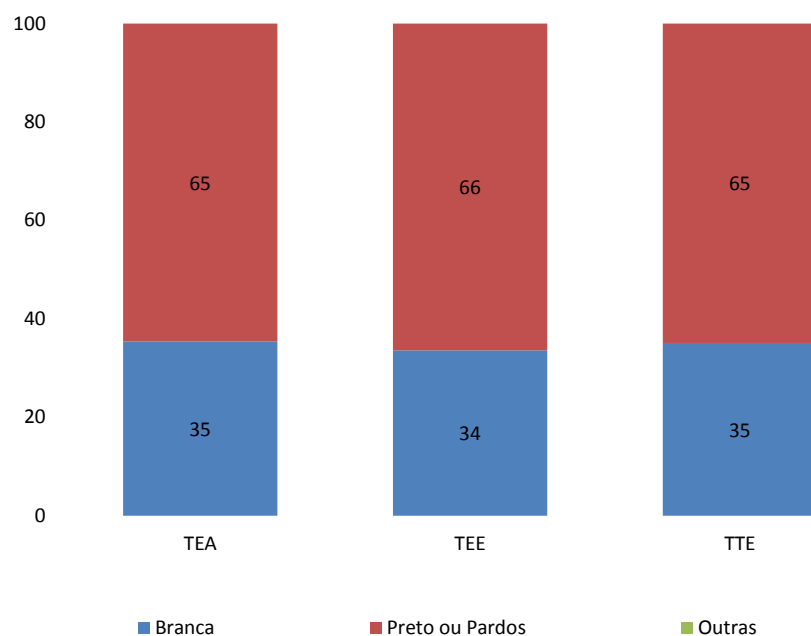
Gráfico 10 - Distribuição percentual das empreendedoras segundo a raça/cor -



Fonte: GEM Brasil 2017

* Nota: outras = Amarela (Origem japonesa, chinesa, coreana etc.) e Indígenas.

Gráfico 11 - Distribuição percentual das empreendedores segundo a raça/cor -



Fonte: GEM Brasil 2017

* Nota: outras = Amarela (Origem japonesa, chinesa, coreana etc.) e Indígenas.

2.4- “Empreendedores Iniciais” segundo gênero e atividade

As “Empreendedoras Iniciais” estão concentradas em poucas atividades, quando comparadas aos homens nessa mesma categoria. Cerca de 50% dessas mulheres estão em apenas 4 atividades: 21% no segmento de serviços domésticos, 11% em cabeleireiros e/ou tratamento de beleza, 10% em comércio varejista de cosméticos, e 10% no comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios (Tabela 2).

Por sua vez, 52% no sexo masculino estão distribuídos em 10 atividades: 11% na construção; 7% em restaurantes ou serviços de alimentação e bebidas; 5% em cabelereiros; 4% em manutenção de veículos; 4% obras, 4% Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal; 4% serviço ambulante de alimentação; 3% comércio varejista de bebidas; 3% táxi; e 3% instalações elétricas.

Tabela 2 - Distribuição percentual das atividades dos empreendedores iniciais segundo a gênero - Brasil - 2017

Atividades dos empreendedores iniciais no Brasil			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO	11	SERVIÇOS DOMÉSTICOS (DIARISTAS, CUIDADORES DE CRIANÇAS E IDOSOS, JARDINAGEM, CAMAREIROS, CASEIROS, COZINHEIROS, ETC)	21
RESTAURANTES E OUTROS ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS	7	CABELEIREIROS E OUTRAS ATIVIDADES DE TRATAMENTO DE BELEZA	11
CABELEIREIROS E OUTRAS ATIVIDADES DE TRATAMENTO DE BELEZA	5	COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	10
MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	4	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	10
OBRAS DE ACABAMENTO	4		
COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	4		
SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO	4		
REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	3		
COMÉRCIO VAREJISTA DE BEBIDAS	3		
TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE TÁXI	3		
INSTALAÇÕES ELÉTRICAS	3		

2.5- Características dos empreendimentos por gênero

No Brasil, levando-se em conta o conjunto de “Empreendedores”, verifica-se que nas 4 primeiras características do empreendimento, itens que tratam mais da questão da inovação, não houve uma grande diferença entre os gêneros com exceção da concorrência:

- 24% dos empreendedores e 26% das empreendedoras trabalham com produtos ou serviços “novos para alguns” ou “novos para todos” em ambos os sexos;
- 36% das empreendedoras dizem ter pouco ou nenhum concorrente, contra 45% dos homens;
- 100% das empreendedoras operam com processos com mais de 5 anos, contra 98% dos homens;
- Nenhuma das empreendedoras dizem ter cliente no exterior, contra 1% dos homens

Tabela 3 - Distribuição dos empreendedores segundo características dos empreendimentos - Brasil - 2017

	Masculino	Feminino
Conhecimento dos produtos ou serviços		
Novo para todos	9	9
Novo para alguns	15	17
Ninguém considera novo	76	74
	100%	100%
Concorrência		
Muitos concorrentes	64	55
Poucos concorrentes	28	33
Nenhum concorrente	8	12
	100%	100%
Idade da Tecnologia ou processos		
Menos de 1 ano	0	0
Entre 1 a 5 anos	2	0
Mais de 5 anos	98	100
	100%	100%
Orientação internacional		
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0	0
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0	0
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1	0
Nenhum consumidor no exterior	99	100
	100%	100%
Empregados atualmente		
Nenhum	68	74
De 1 a 5 empregados	30	25
De 6 a 19 empregados	1	0
Mais de 20 empregados	1	1
	100%	100%
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)		
Nenhum	58	63
De 1 a 5 empregados	36	33
De 6 a 19 empregados	6	3
Mais de 20 empregados	1	1
	100%	100%
Faturamento		
Até R\$ 12.000,00	41	64
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	23	18
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	9	4
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	8	0
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	2	1
De R\$60.000,01 a R\$360.000,00	3	1
Acima de R\$360.000,00	0	0
Ainda não faturou	13	12
	100%	100%

Fonte: GEM Brasil 2017

Com relação a emprego e faturamento, a diferença entre as mulheres e os homens foi um pouco mais expressiva:

- 74% das empreendedoras não tem nenhum empregado atualmente, contra 68% dos homens;

- 37% das empreendedoras esperam criar algum emprego nos próximos 5 anos, contra 43% dos homens;
- 64% das empreendedoras operam negócios que faturam até R\$12 mil/ano, contra 41% dos homens.

Portanto, as empreendedoras trabalham com menos empregados, faturamento mais modesto e expectativas mais modestas de criação de novos empregos. Em parte, este perfil mais modesto se deve à forte presença de mulheres que trabalham por Conta Própria, no grupo das mulheres empreendedoras. Por outro lado, a proporção de homens empreendedores empregadores é maior do que no grupo das mulheres. Vale observar que os indivíduos que são Conta Própria tendem a apresentar, na média, um perfil com maior precariedade do que o dos Empregadores. Estes resultados estão em sintonia, por exemplo, com estudo recente do IPEA que mostra que, apesar da tendência de maior participação das mulheres na nossa sociedade na última década, as mulheres continuam apresentando uma situação de maior precariedade que os homens no mercado de trabalho (p.ex. rendimentos mais baixos, menor acesso à previdência, menor grau de formalização da sua ocupação etc.)².

2.6- Mentalidade da população brasileira por gênero

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

Foram feitas 4 afirmações e cada entrevistado precisou responder se concordava com estas afirmações. As afirmações mais citadas pelas mulheres foram também as mais citadas pelos homens (a hierarquia foi a mesma), porém, o gênero feminino está sempre inferior em quantidade de afirmações (Tabela 4):

² Pinheiro, L. S. et alii “Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014”. IPEA, Nota Técnica nº 24, março de 2016.

- ✓ 52% das mulheres afirmam que o medo de fracassar não impediria de começar um novo negócio enquanto que 61% dos homens afirmaram isso.
- ✓ Quanto à afirmação de ter conhecimento, habilidade e experiência necessárias para iniciar um novo negócio 51% das mulheres concordaram contra 61% dos homens;
- ✓ A afirmação de conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos teve a concordância de 37% das mulheres contra 49% dos homens;
- ✓ 43% das mulheres afirmam perceber para os próximos 6 meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem enquanto que para os homens esse percentual é de 50%;

Isto parece indicar que o grau de autoconfiança entre os homens é maior do que entre as mulheres. Em parte, esses resultados ajudam a explicar porque a Taxa Total de Empreendedores entre os homens é maior que a encontrada entre as mulheres (ver seção 2.1).

Tabela 4 - Percentual¹ da população masculina e feminina segundo a mentalidade - Brasil - 2017

Mentalidade	Masculino	Feminino
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	49	37
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	50	43
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	61	51
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que comessem um novo negócio.	61	52

Fonte: GEM Brasil 2017

¹ Percentual da população de 18-64 anos

2.7- “Sonhos” da população brasileira por gênero

Como na seção anterior, nesta seção será apresentada uma análise da hierarquia de sonhos/aspirações da população brasileira e não apenas dos empreendedores. Os dados são discriminados para a população feminina e para a população masculina.

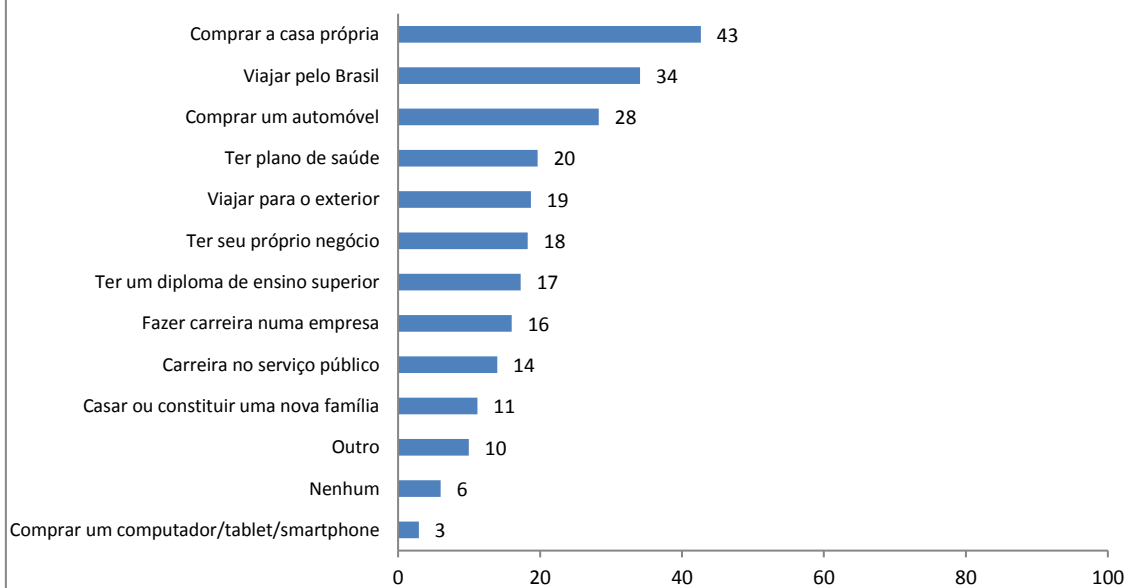
Levando em conta apenas as cinco primeiras citações, os sonhos/aspirações mais citados pelas mulheres foram: Comprar a casa própria (41%), viajar pelo Brasil (37%), a compra de um automóvel (26%), ter plano de saúde (22%) e diploma de ensino superior (20%). O sonho de ter o próprio negócio fica na sexta posição com 17%.

No caso dos homens, “ter o próprio negócio” fica também na sexta posição com 18%. Os sonhos mais citados foram: Comprar a casa própria (43%), viajar pelo Brasil (34%), comprar um automóvel (28%), ter plano de saúde (20%), e viagem para o exterior (19%).

O item “fazer carreira numa empresa” encontra-se apenas na sétima posição para o grupo das mulheres e na oitava colocação para os homens.

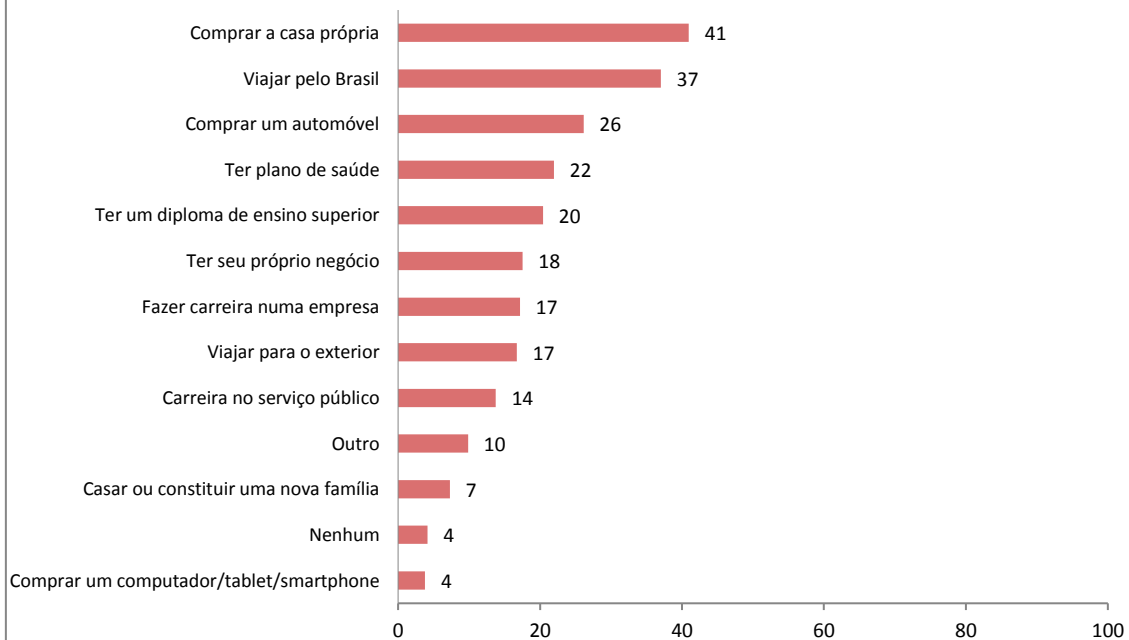
Assim, “ter o próprio negócio” é uma opção mais citada que “fazer carreira numa empresa”, tanto no grupo dos homens quanto no das mulheres, o que reforça o interesse dos(as) brasileiros(as) pela opção do empreendedorismo. Este ano, o item “ter o próprio negócio” foi citado igualmente por ambos os sexos. Nos anos anteriores, verificou-se ser mais comum entre os homens.

Gráfico 12 - Percentual da população masculina segundo o sonho - Brasil - 2017



Fonte: GEM Brasil 2017

Gráfico 13 - Percentual da população feminina segundo o sonho - Brasil - 2017



Fonte: GEM Brasil 2017

2.8- Busca dos(as) Empreendedores(as) em órgãos de apoio

A procura por entidades de apoio é relativamente baixa, tanto entre mulheres quanto entre os homens. Apenas 12,1% do total de empreendedores (as) buscaram um órgão de apoio em 2017. Quando discriminados os resultados por gênero (Tabela 5), observa-se que as mulheres procuraram menos (apenas 9%) que os homens (15%).

O órgão mais procurado foi o Sebrae (Tabela 5), tanto no grupo dos homens quanto no das mulheres. Entre os empreendedores que buscaram apoio em entidades, 46% das mulheres e 60% dos homens priorizaram essa instituição. No caso das mulheres, o segundo órgão mais procurado foi o SENAC (33%) e no caso dos homens, o SENAI (20%). Possivelmente, os homens procuraram proporcionalmente mais o SENAI que o SENAC por atuarem mais em atividades industriais, enquanto as mulheres procuraram mais o SENAC por atuarem mais no setor terciário da economia.

Tabela 5 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil - 2017

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	15	9
Principais órgãos de apoio procurados ¹		
SEBRAE	60	46
SENAI	20	6
SENAC	13	33
Consultoria Privada	3	9
Outros ²	17	12

Fonte: GEM Brasil 2017

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

² Nessa classificação para o Brasil se enquadram: Associação de classe, Contador, ENDEAVOR, Fundação Oasis, Sindicato e SESI.

3- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório tem como objetivo apresentar o perfil dos empreendedores, por gênero: masculino e feminino. O trabalho parte da base de dados da pesquisa GEM Brasil 2017.

A proporção total de mulheres adultas envolvidas com o empreendedorismo (35%) é mais baixa que a dos homens (38%). As mulheres também apresentam menor proporção de “Empreendedores Estabelecidos” (14% contra 19% no caso dos homens). Porém, recentemente, o empreendedorismo parece ter despertado mais o interesse das mulheres, visto que a proporção de “Empreendedores Novos” (os que têm um negócio com menos de 3,5 anos) é maior entre as mulheres (17% contra 16% no caso dos homens).

Entre 2002 e 2016, quase sempre a proporção de empreendedores por oportunidade foi menor entre as mulheres, do que nos homens. E particularmente em 2015, com a desaceleração da economia, cresceu muito o empreendedorismo por necessidade no grupo das mulheres, puxando a proporção de empreendedorismo por necessidade geral do país, mas em 2016 e 2017 a proporção teve uma leve melhora apontando um provável arrefecimento da crise.

Comparado aos homens, as empreendedoras ganham menos, o que favorece ao argumento de que as mulheres não são tratadas igualmente em questões de salários.

As Empreendedoras Iniciais concentram-se mais em atividades como serviços domésticos, cabeleireiros e comércio varejista de roupas e refeições. Já os Empreendedores Iniciais do gênero masculino, se destacam mais, por exemplo, na construção, restaurantes, cabeleireiros, manutenção de veículos, obras de acabamento entre outros.

Comparado aos homens, as mulheres afirmam operar com poucos ou nenhum empregados (conta-própria), têm expectativas um pouco mais modestas de criação de novos empregos, têm faturamento menor e consideram ter mais concorrência nos produtos e serviços prestados.

A mentalidade de homens e mulheres é semelhante, porém, entre os homens, é maior a auto confiança, se comparados às mulheres.

Em termos de sonhos/aspirações, homens e mulheres pensam de forma semelhante, em ambos os grupos as principais aspirações da população brasileira são comprar a casa própria e viajar pelo Brasil. Os demais sonhos e aspirações apresentam uma hierarquia semelhante, o sonho de abrir o próprio negócio aparece na sexta posição em ambos os grupos.

As mulheres empreendedoras também buscam menos os órgãos de apoio que os homens.

Assim, seja pela maior proporção de empreendedorismo por necessidade no grupo das mulheres, pela menor proporção de mulheres que afirma ter conhecimento, habilidade e experiência para se tornar empreendedora, ou ainda pela menor busca por órgão de apoio, aparentemente, na sociedade brasileira, os homens ainda têm maior propensão a se tornar empreendedores do que as mulheres. Isto, de fato, pode ser evidenciado pelas taxas de empreendedorismo (taxas de “Empreendedores Nascentes” e “Empreendedores Estabelecidos”), que são mais elevadas entre os homens, exceto, no grupo dos “Empreendedores Novos” (com até 3,5 anos). Neste último caso, o resultado foi bastante influenciado pela crise econômica recente.