

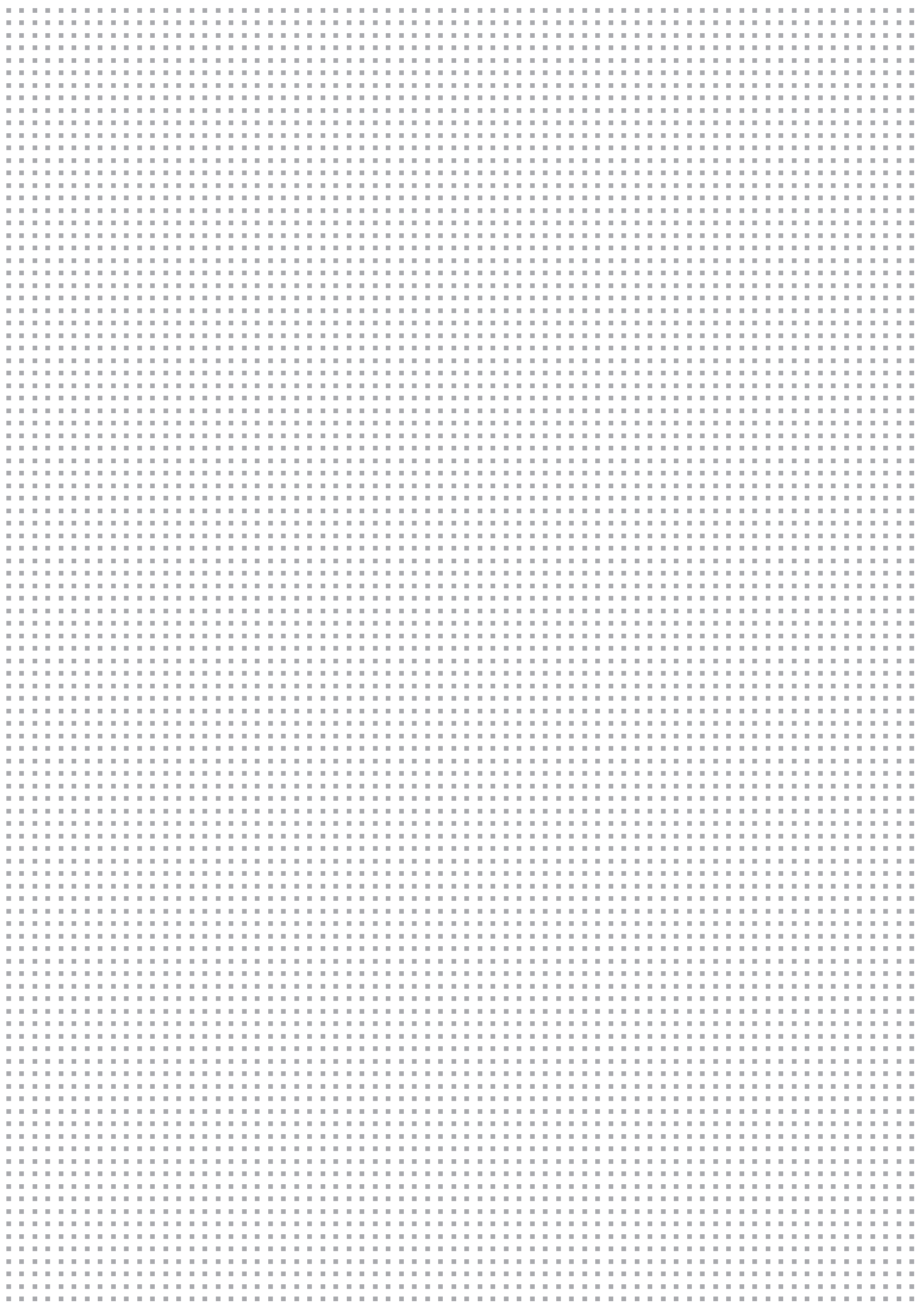
EMPREENDEDORISMO NO BRASIL — 2019

recorte temático: **Sexo**

GEM

Janeiro 2020





Coordenação do GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research Association (GERA),
London Business School
Babson College, Estados Unidos
Korea Entrepreneurship Foundation, Coreia do Sul

No Brasil

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Sandro Nelson Vieira – Presidente do Conselho
Anderson Luiz da Luz – Diretor Presidente

Parceiro Master no Brasil

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

José Roberto Tadros – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Carlos do Carmo Andrade Melles – Diretor Presidente
Bruno Quick Lourenço de Lima – Diretor Técnico
Eduardo Diogo – Diretor de Administração e Finanças
Ronaldo Morado Nascimento – Gerente da Unidade de Gestão Estratégica (UGE)
Fausto Ricardo Keske Cassemiro – Gerente Adjunto da Unidade de Gestão Estratégica (UGE)
Marco Aurélio Bedê – Gestor do Projeto pelo Sebrae

Equipe Técnica

Coordenação Geral

Simara Maria de Souza Silveira Greco – IBQP

Análise, Redação e Revisão de Conteúdo

Erika Onozato – IBQP
Paulo Alberto Bastos Junior – IBQP
Simara Maria de Souza Silveira Greco – IBQP
Vinicius Lorangeiras de Souza – IBQP

Arte e Diagramação

Marcela Rolim Ribas

Revisão de Texto

Eugênio Vinci de Moraes

1

Introdução

Este relatório tem como finalidade descrever em detalhes o perfil dos empreendedores brasileiros por sexo (masculino ou feminino). O trabalho emprega a metodologia do projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* e se baseia nas informações da pesquisa GEM Brasil 2019.

O GEM é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo cujo foco é o indivíduo que empreende. É coordenado por um consórcio de instituições internacionais chamado *Global Entrepreneurship Research Association (Gera)*, liderado pela *London Business School* (Londres) e pela *Babson College* (Boston). No Brasil, a pesquisa é realizada de forma ininterrupta desde o ano 2000, portanto a série conta com 20 edições, sempre produzidas pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Para o GEM, são considerados empreendedores todos os indivíduos que já possuem um negócio (formal ou informal), ou que ainda não têm, mas estão envolvidos ativamente em sua criação. Ou seja, são incluídas pessoas em diferentes estágios de maturação do empreendimento.

Neste documento são apresentadas as principais características do empreendedorismo brasileiro, considerando o sexo do empreendedor. Entre elas estão, por exemplo: o estágio de maturação dos empreendimentos; a motivação para empreender; o perfil socioeconômico (faixa etária, cor/raça, faixa de renda e nível de escolaridade); o tipo de atividade que realiza; as características dos empreendimentos (novidade do produto, atualização tecnológica, inserção internacional, expectativa de criação de empregos e empregados atuais, bem como nível de faturamento); e a busca, ou não, de apoio especializado para a criação e desenvolvimento do negócio. Além disso, também são apresentadas informações relativas às percepções da população sobre o empreendedorismo, seus sonhos e aspirações.

Na edição de 2019 foram entrevistados pessoalmente 2.000 indivíduos distribuídos geograficamente e que representam a população adulta (entre 18 e 64 anos) brasileira.

2

Estágio do Empreendimento e Motivação do Empreendedor por Sexo

2.1 Estágio do Empreendimento por sexo

De acordo com a **tabela 1**, observa-se que a taxa de empreendedorismo total (TTE) masculina (40,9%) é superior à das mulheres (36,5%).

Contudo, em se tratando apenas das taxas de empreendedorismo inicial (TEA), nota-se que praticamente não existem diferenças entre os sexos. A TEA deles é menos de 0,4 ponto percentual superior à delas. De cada 100 mulheres brasileiras em idade adulta, aproximadamente 23 delas estão envolvidas na criação, planejamento ou estruturação de um novo negócio do qual serão proprietárias ou já estão à frente de um negócio com até 3,5 anos de atividade. O mesmo pode-se afirmar dos homens brasileiros, ou seja, de cada 100, 23 são empreendedores em estágio inicial.

A pequena prevalência masculina mencionada anteriormente ocorre sobretudo entre os empreendedores nascentes – aqueles

que já realizaram esforços de planejamento e estruturação do negócio de sua propriedade, mas que ainda não auferiram pagamentos de salário, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração por mais de três meses – já que a taxa de empreendedorismo novo entre as mulheres chega a ser ligeiramente superior.

Considerando a relativa igualdade entre os sexos na taxa de empreendedorismo inicial, pode-se concluir que a superioridade dos homens no que tange às taxas de empreendedorismo total é devida principalmente às taxas de empreendedorismo estabelecido (TEE). Nesse estágio, a taxa masculina apresenta 4 pontos percentuais a mais do que a taxa feminina. Ou seja, de cada 100 homens 18 estão à frente de negócios consolidados com mais de 3,5 anos, enquanto aproximadamente 14 mulheres estão na mesma condição.

TABELA 1 Taxas específicas¹ de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento por sexo - Brasil - 2019

Estágio	Masculino	Feminino
Empreendedorismo total	40,9	36,5
Empreendedorismo inicial	23,5	23,1
Novos	15,7	16,0
Nascentes	8,6	7,5
Empreendedorismo estabelecido	18,4	13,9

Fonte: GEM Brasil 2019

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

2.2 A Motivação para Empreender no Brasil Segundo o Sexo

Com relação à motivação para empreender, observa-se pela **tabela 2** que tanto para homens quanto para mulheres a motivação predominante está relacionada com a necessidade de “ganhar a vida”, devido à escassez de empregos. Contudo, entre as mulheres essa motivação é assinalada por quase 91% das empreendedoras, 5 pontos percentuais a mais do registrado entre os homens.

Para aproximadamente metade dos empreendedores iniciais brasileiros, sejam homens ou mulheres, a tentativa de “fazer a diferença no mundo” figura como uma das motivações para o envolvimento com o empreendedorismo.

Por outro lado, a busca por riqueza ou renda muito alta é apontada como uma razão para empreender por 42% dos empreendedores iniciais do sexo masculino. Essa proporção diminui para 32% entre as empreendedoras iniciais.

TABELA 2 Percentual dos empreendedores iniciais¹ segundo as motivações para começar um novo negócio por sexo - Brasil 2019

Motivação	Masculino	Feminino
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	86,0	90,8
Para fazer diferença no mundo	49,6	53,2
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	41,9	31,8
Para continuar uma tradição familiar	28,8	24,4

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente a cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter respondido afirmativamente para mais de uma.

Com o intuito de aprofundar um pouco mais o tema da motivação para empreender, a **tabela 2.1** demonstra a motivação principal para iniciar um novo negócio, tomando por base os empreendedores que respondem afirmativamente apenas uma das quatro sentenças apresentadas. Depreende-se, portanto, que a escassez de emprego mais uma vez se destaca como a motivação mais relevante, independentemente do sexo do empreendedor. Entretanto, para as mulheres parece ser este um fator ainda mais relevante, já que 28% delas apontam a escassez de emprego como o único fator, dentre os considerados, como razão para empreender.

São 4 pontos percentuais a mais que os empreendedores iniciais do sexo masculino.

Todas as demais motivações apresentadas têm percentuais de respostas afirmativas únicas pouco destacados, sempre igual ou abaixo de 2%. Cerca de 70% dos empreendedores iniciais, sejam homens ou mulheres, identificam mais de um fator como motivação para a abertura do negócio. De certa forma, isso mostra que a decisão para empreender é uma resposta a múltiplos fatores aos quais os indivíduos são expostos.

TABELA 2.1Motivação principal¹ para começar um novo negócio dos empreendedores iniciais por sexo - Brasil - 2019

Motivação	Masculino	Feminino
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	24,0	28,0
Para fazer diferença no mundo	1,3	2,0
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	1,6	0,3
Para continuar uma tradição familiar	0,4	0,4
Mais do que uma motivação	72,7	69,2
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Redução dos percentuais para a tabela 2 considerando a condição do empreendedor ter respondido afirmativamente somente para aquela motivação.

3

Características Socioeconômicas dos Empreendedores Brasileiros Segundo Sexo

O **gráfico 1** apresenta aspectos relevantes em relação às características dos empreendedores, homens e mulheres, segundo o nível de escolaridade.

No empreendedorismo inicial, independentemente do sexo, predominam aqueles que possuem o ensino médio completo. Entre as empreendedoras, esse grupo responde por 49%. Já em relação aos homens, os que possuem o ensino médio completo perfazem 43%, apenas 3 pontos percentuais a mais em comparação aos que possuem o ensino fundamental completo ou incompleto. A proporção de empreendedores que possuem ensino superior completo é praticamente a mesma para homens e mulheres, em torno de 15%.

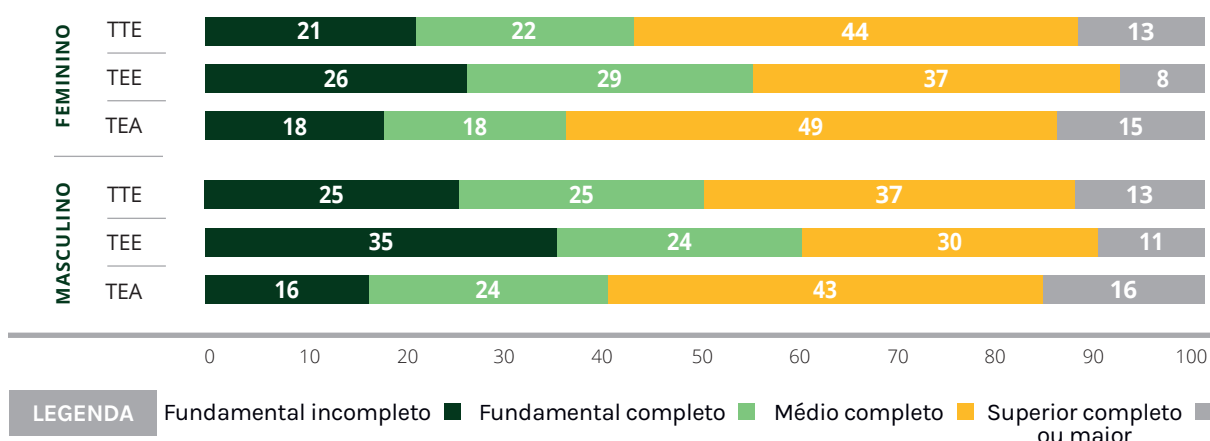
No empreendedorismo estabelecido, aproximadamente 60% dos homens não possuem o ensino médio completo (35% não possuem sequer o ensino fundamental completo). Essa proporção

diminui para 55% entre as mulheres empreendedoras estabelecidas (26% não possuem o ensino fundamental completo).

Ainda em relação ao empreendedorismo estabelecido, é importante ressaltar que diminuiu sensivelmente a proporção de empreendedores, homens e mulheres com ensino superior completo, em comparação com os empreendedores em estágio inicial. Essa redução é mais destacada entre as mulheres (7 pontos percentuais), pois, das empreendedoras estabelecidas, as que possuem nível de ensino superior representam apenas 8%.

Considerando os empreendedores totais, ou seja, independentemente do estágio do empreendimento, percebe-se nitidamente uma defasagem na educação básica. Entre os empreendedores, 50% deles não têm a educação básica concluída, entre as empreendedoras essa proporção é de 43%.

GRÁFICO 1 Distribuição percentual dos empreendedores segundo a escolaridade¹ por sexo - Brasil - 2019



Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

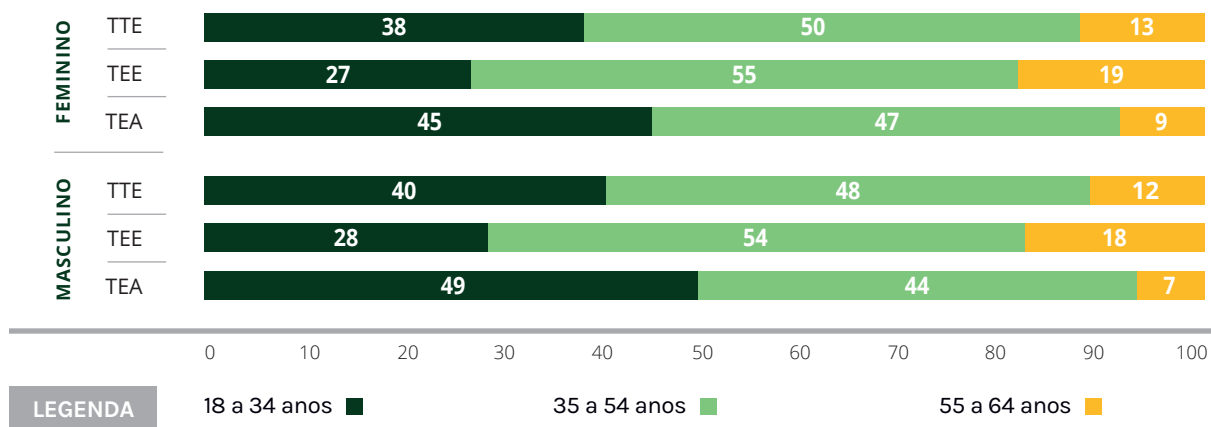
¹ No Brasil a educação básica se completa com a conclusão do ensino médio.

Com relação à faixa etária dos empreendedores, a partir do **gráfico 2**, é possível notar que são pequenas as diferenças entre homens e mulheres no empreendedorismo inicial. A maior diferença está na faixa mais jovem (18 aos 34 anos) e é de apenas 4 pontos percentuais. Os empreendedores nesta faixa etária representam 49%, sendo assim a faixa mais representativa para eles. As empreendedoras, por sua vez, têm a faixa etária intermediária (35 aos 54 anos) como a mais representativa entre elas (47%).

Considerando o empreendedorismo estabelecido no Brasil, as diferenças por faixa etária são ainda menos pronunciadas. Para homens e mulheres, os empreendedores na faixa dos 35 aos 54 anos representam em torno de 55% do total.

Com relação aos empreendedores mais seniores, observa-se que a proporção deles entre os empreendedores estabelecidos é 2,6 vezes superior à registrada entre os iniciais. A proporção das empreendedoras estabelecidas com mais idade, por sua vez, é pouco maior do que o dobro das empreendedoras iniciais na mesma faixa etária.

GRÁFICO 2 Distribuição percentual dos empreendedores segundo a faixa etária por sexo - Brasil - 2019



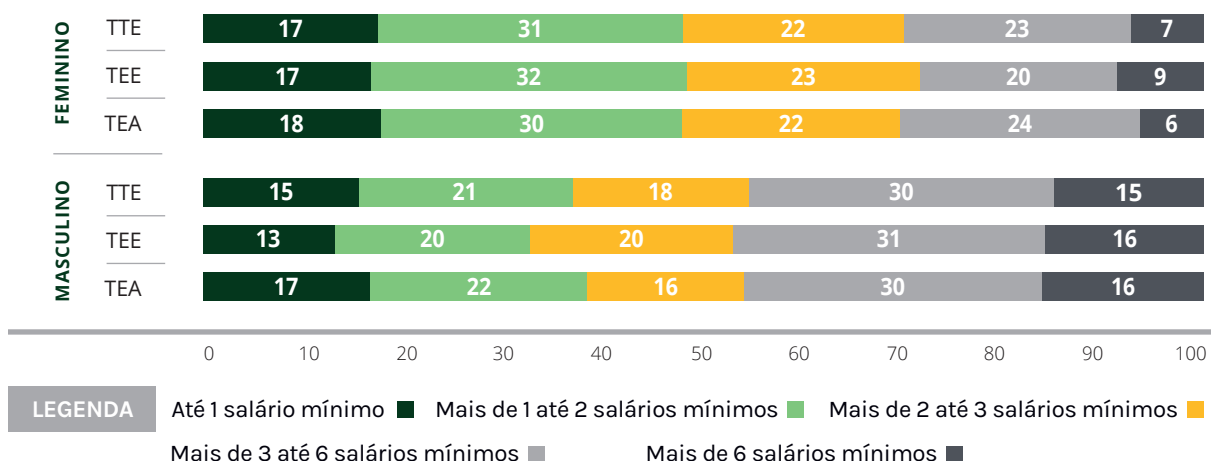
Fonte: GEM Brasil 2019

O **gráfico 3** revela que 48% das empreendedoras iniciais possuem renda familiar de até dois salários mínimos. Entre os homens, 39% dos empreendedores iniciais auferem renda familiar nesse patamar. Quando são comparados com os dados do empreendedorismo estabelecido com renda familiar de até dois salários mínimos, nota-se que entre as mulheres aumenta 1 ponto percentual e para os homens ocorre uma diminuição de 6 pontos percentuais.

Analisando os empreendedores de renda familiar mais alta (acima de três salários mínimos), é possível verificar que, tanto entre os iniciais quanto estabelecidos, a proporção de mulheres é em torno de 17 pontos percentuais abaixo do que a proporção de homens que possuem renda familiar nesse patamar.

GRÁFICO 3

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a renda por sexo - Brasil - 2019



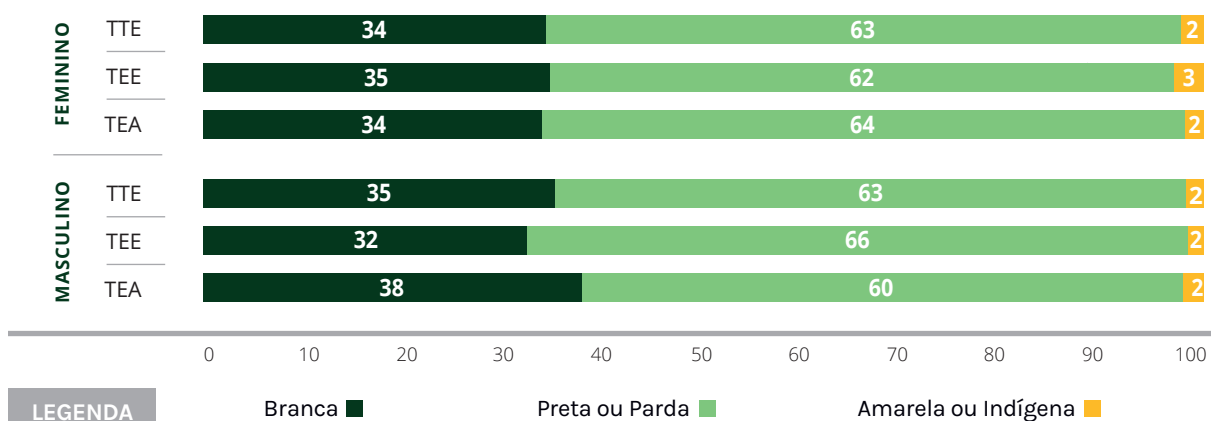
Fonte: GEM Brasil 2019

Conforme mostra o **gráfico 4**, tanto para empreendedores masculinos e femininos como para empreendedores iniciais e estabelecidos, os indivíduos pretos e pardos são a maioria, com pouca variação entre os grupos combinados. A menor proporção de pretos ou pardos está entre os empreendedores iniciais homens (60%), e a maior entre os empreendedores estabelecidos (66%).

De modo geral, pouco mais de um terço dos empreendedores e empreendedoras no Brasil são brancos e pouco menos de dois terços são pretos ou pardos. As demais cores/raças (amarela ou indígena) em nenhuma circunstância ultrapassa a representação de 3%.

GRÁFICO 4

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a cor/raça por sexo - Brasil - 2019



Fonte: GEM Brasil 2019

4

Atividade dos Empreendedores Brasileiros Segundo o Sexo

A **tabela 3** revela que, em 2019, os empreendedores iniciais masculinos estão envolvidos com atividades mais diversificadas. Enquanto esses se distribuem em 12 atividades diferentes, que correspondem a pouco mais de 50% do total de empreendedores desse grupo, esse patamar é alcançado por seis atividades diferentes pelas empreendedoras iniciais.

Entre os homens, cerca de 16% iniciaram atividades relacionadas com serviço de alimentação, sejam restaurantes ou outras formas de distribuição de comida preparada. Entre as empreendedoras, essas atividades correspondem a aproximadamente a mesma proporção (17%).

TABELA 3 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as atividades por sexo - Brasil - 2019

Atividades dos empreendedores iniciais			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	9,9	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	12,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	7,1	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc)	11,3
Serviços especializados para construção	5,0	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	11,1
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	4,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	7,4
Transporte rodoviário de carga	4,1	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	6,8
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,9	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	6,2
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	3,5		
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	3,3		
Serviços ambulantes de alimentação	2,7		
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,6		
Transporte rodoviário de carga	2,4		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	2,1		
Outras atividades	48,7	Outras atividades	44,4

Fonte: GEM Brasil 2019

Atividades relacionadas a comércio de bens de consumo não duráveis (produtos de higiene, cosméticos, etc.) ou semiduráveis (roupas, acessórios, etc.) são conduzidas por aproximadamente 20% das empreendedoras iniciais e 9,5% dos empreendedores do sexo masculino.

Empreendimentos associados a serviços domésticos são atividades desenvolvidas por mais de 10% das empreendedoras. Entre os homens essa atividade não figura entre as principais.

A **tabela 4** mostra que as atividades dos empreendedores estabelecidos se mostram mais diversificadas, mais uma vez, para os homens. Oito atividades diferentes correspondem a mais de 50% dos empreendimentos liderados por eles. Para as mulheres empreendedoras estabelecidas são apenas cinco atividades.

Os serviços relacionados à construção, inclusive “obras de acabamento”, figuram de forma destacada entre os empreendedores estabelecidos. Se somadas as duas atividades, esse tipo de negócio responde por um quarto de todos os empreendimentos conduzidos por homens. As mulheres parecem não se ocupar deste tipo de atividade.

Os homens frequentemente (12%) se dedicam às atividades relacionadas com manutenção de automóveis e equipamentos pessoais.

Por outro lado, as empreendedoras têm forte presença em atividades relacionadas com o “cuidado”, seja por meio de serviços domésticos ou por serviços de tratamento de beleza. Esses tipos de empreendimento correspondem a cerca de um terço dos negócios estabelecidos conduzidos por mulheres.

TABELA 4 Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo as atividades por sexo - Brasil - 2019

Atividades dos empreendedores estabelecidos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção	19,0	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc)	17,9
Manutenção e reparação de veículos automotores	9,1	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	15,7
Obras de acabamento	6,0	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	9,6
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,2	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	5,9
Reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico	3,3	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,4
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	2,6		
Transporte rodoviário de carga	2,6		
Serviços ambulantes de alimentação	2,3		
Outras atividades	49,9	Outras atividades	45,4

Fonte: GEM Brasil 2019

5

Características dos Empreendimentos Segundo o Sexo do Empreendedor

A **tabela 5** revela que entre os empreendedores iniciais, os homens e as mulheres distinguem-se quanto à procedência de seus clientes, ao responderem se possuem clientes provenientes de cidades e estados diferentes daquele em que reside. Cerca de 37% deles respondem positivamente a essa questão, enquanto 30% das empreendedoras iniciais o fazem da mesma forma.

Quase a totalidade (em torno de 97%) dos empreendedores e empreendedoras iniciais no Brasil mantêm seus negócios na própria cidade de sua residência.

Apenas uma pequena parcela dos empreendedores do sexo masculino (em torno de 4%) afirma possuir clientes provenientes do exterior. Entre as empreendedoras iniciais a proporção é ainda menor (1,2%). Com relação aos empreendedores estabelecidos, essas proporções pouco se alteram.

Entre os estabelecidos, diminui a proporção de homens (31,3%) e de mulheres (19,5%) que possuem clientes em outras cidades e estados, além da sua própria localidade. Restando, portanto, uma diferença de quase 12 pontos percentuais em favor deles.

TABELA 5 Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a procedência do cliente por sexo - Brasil - 2019

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	96,1	98,9	98,5	99,0
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	37,5	31,3	29,8	19,5
Fora do Brasil	4,2	4,3	1,2	1,5

Fonte: GEM Brasil 2019

A **tabela 6** revela que o empreendedorismo inicial no Brasil possui baixo conteúdo inovador, seja em relação ao produto ou serviço comercializados ou à tecnologia utilizada na produção/operação do negócio. Em torno de 90% dos empreendedores iniciais, independentemente do sexo, afirmam que esses dois atributos não são novos em qualquer amplitude geográfica que se considere.

A diferença entre homens e mulheres é bastante sutil: cerca de 10% afirmam que seu empreendimento opera com produto/serviço e tecnologia que pode ser considerada uma novidade localmente.

Apenas 1,2% dos empreendedores iniciais masculinos afirmam que o produto/serviço de seu empreendimento pode ser considerado novo no âmbito nacional.

TABELA 6

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos

Abrangência	Masculino		Feminino	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	9,7	9,2	10,7	11,2
Brasil	1,2	0,0	0,6	0,0
Mundo	0,0	0,0	0,0	0,0
Não são novos	89,1	90,8	89,3	88,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

A **tabela 7** demonstra que no empreendedorismo estabelecido esse panorama geral pouco se altera. Entretanto, é possível notar um aumento de empreendedores que afirmam que seus produtos e tecnologias não são novos, em comparação aos empreendedores iniciais. Esse aumento é maior entre as mulheres, fazendo com que as empreendedoras estabelecidas que identificam em seus produtos/serviços ou tecnologia utilizada uma novidade em âmbito local fiquem restritas a apenas uma parcela diminuta,

inferior a 2,5% delas. Entre eles, os empreendedores estabelecidos, a proporção dos que identificam que seus produtos/serviços podem ser considerados novos em abrangência local é de 6,4%, em relação à tecnologia empregada essa parcela é ainda menor, 4,6%.

Apenas 0,5% dos empreendedores estabelecidos masculinos afirmam que a tecnologia empregada em seu empreendimento pode ser considerada nova no âmbito nacional.

TABELA 7

Percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos por sexo - Brasil - 2019

Abrangência	Masculino		Feminino	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	6,4	4,6	1,7	2,4
Brasil	0,0	0,5	0,0	0,0
Mundo	0,0	0,0	0,0	0,0
Não são novos	93,6	94,8	98,3	97,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

Na **tabela 8**, em relação aos postos de trabalho gerados atualmente (formais ou informais) pelos empreendedores brasileiros, observa-se que os empreendimentos conduzidos por homens geram mais empregos. Enquanto 43,5% deles empregam pelo menos uma pessoa, essa proporção é cerca de 9 pontos percentuais menor

entre as mulheres. Isso também pode ser percebido considerando os empreendedores que não geram qualquer posto de trabalho. Entre elas, aproximadamente dois terços não criaram atualmente nenhuma ocupação laboral para outra pessoa além de si mesma.

TABELA 8

Distribuição percentual do total de empreendedores (TEE) segundo características dos empreendimentos: geração de empregos e faturamento por sexo - Brasil - 2019

Características dos empreendimentos	Masculino	Feminino
Empregados atualmente		
Nenhum	56,5	65,0
De 1 a 5 empregados	39,0	32,7
De 6 a 19 empregados	4,2	1,9
Mais de 20 empregados	0,3	0,3
	100%	100%
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)		
Nenhum	36,3	51,8
De 1 a 5 empregados	46,5	42,9
De 6 a 19 empregados	14,3	4,5
Mais de 20 empregados	2,9	0,7
	100%	100%
Faturamento		
Até R\$ 6.000,00	13,2	28,6
De R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00	16,9	22,5
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	19,5	15,6
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	8,5	4,1
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	4,2	1,9
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	4,2	1,9
De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00	3,9	0,0
De R\$ 81.000,01 a R\$360.000,00	6,0	2,4
Acima de R\$360.000,00	0,6	0,3
Ainda não faturou	23,2	22,7
	100%	100%

Fonte: GEM Brasil 2019

Com relação à expectativa futura, verifica-se que mais da metade das empreendedoras não têm a intenção de gerar postos de trabalho nos próximos cinco anos. Esse percentual é 15 pontos menor entre os empreendedores masculinos brasileiros. No mesmo sentido, são os homens que possuem expectativa mais expressiva de geração de empregos – criação de seis ou mais postos de trabalho –, em torno de 17% deles conduzem seus negócios com essa intenção. Entre elas essa proporção é de pouco mais de 5%.

Em relação ao faturamento anual, dois terços das empreendedoras faturam com seus

empreendimentos até R\$24.000,00 por ano. Entre os homens, metade deles tem esse patamar de receita anualmente. Os empreendedores que ainda não faturaram com seu empreendimento, independentemente do sexo, perfazem cerca de 23% do conjunto.

Os empreendedores do sexo masculino parecem ser mais propensos a auferir receitas mais expressivas, acima de R\$60.000,00 anuais. Cerca de 10% deles e menos de 3% das empreendedoras afirmam que seus empreendimentos geram faturamento nesse patamar.

6

Busca dos Empreendedores por Órgãos de Apoio Conforme o Sexo

A **tabela 9** mostra que a grande maioria dos empreendedores brasileiros não costuma buscar apoio em instituições para iniciar ou desenvolver os seus empreendimentos. O percentual dos empreendedores que procuram órgão de apoio varia pouco em relação ao sexo: 17,2% dos homens 12,5% das mulheres.

Entre os que procuram órgãos de apoio, o Sebrae é o mais frequentemente procurado por

empreendedores, independentemente do sexo, com larga margem de diferença em relação aos outros órgãos. Aproximadamente 75% deles e 67% delas, ao procurarem apoio, recorreram ao Sebrae para auxiliar na abertura, consolidação ou desenvolvimento do seu empreendimento. Nenhum outro órgão de apoio foi citado por mais de 17% dos empreendedores, homens ou mulheres.

TABELA 9 Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio por sexo - Brasil - 2019

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	17,2	12,5
Principais órgãos de apoio procurados ¹		
Sebrae	74,7	67,4
Senai	9,9	11,1
Senac	8,2	16,4
Contador	7,3	5,0
Sindicato	6,1	2,2
Outro ²	18,2	17,4

Fonte: GEM Brasil 2019

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

² Nessa classificação para o Brasil se enquadram: Advogados, Associação de classe, Consultorias Privadas, Endeavor, Instituições Financeiras (bancos), Senat, Sesi, Universidade Anhanguera.

7

Mentalidade Empreendedora dos Homens e Mulheres no Brasil

Quando são analisados alguns temas que permitem avaliar a mentalidade da população brasileira acerca do empreendedorismo em 2019 (**tabela 10**), não se notam grandes diferenças entre homens e mulheres. Em nenhum dos tópicos houve uma diferença superior a 10% entre os dois sexos. No entanto, é importante ressaltar que em todas as questões os homens apresentam uma percepção mais favorável em relação aos temas propostos do que as mulheres.

Quase 55% dos homens afirmam conhecer pessoalmente indivíduos que começaram recentemente novos negócios. Esse percentual cai para cerca de 49% entre as mulheres.

Quando questionados se percebem “para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem”, respondem afirmativamente: 48% dos homens e 45% das mulheres. Esse foi o

único tópico que menos da metade das pessoas, dos dois sexos, respondeu afirmativamente à questão. Também foi o tópico em que é menor a diferença entre homens e mulheres.

Os homens são também um pouco mais otimistas em relação à sua própria capacidade pessoal para empreender, 66% deles afirmam “ter conhecimento, habilidade e experiência para a prática do empreendedorismo”, entre as mulheres essa proporção é de 8 pontos percentuais menor.

O medo do fracasso é o que apresenta a maior diferença segundo o sexo do respondente: 63% da população brasileira masculina afirma que o temor pelo fracasso do empreendimento não constitui um fator que os impeça de começar um novo negócio, entre a população feminina é de 53%.

TABELA 10

Percentual¹ da população masculina e feminina segundo a mentalidade - Brasil - 2019

Mentalidade	Masculino	Feminino
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	54,6	48,8
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	48,0	44,8
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	66,1	58,0
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	63,2	53,2

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

8

“Sonhos” da População Brasileira conforme o Sexo

No **gráfico 5** é possível perceber que ter um negócio próprio se configura como um sonho importante para a população brasileira.

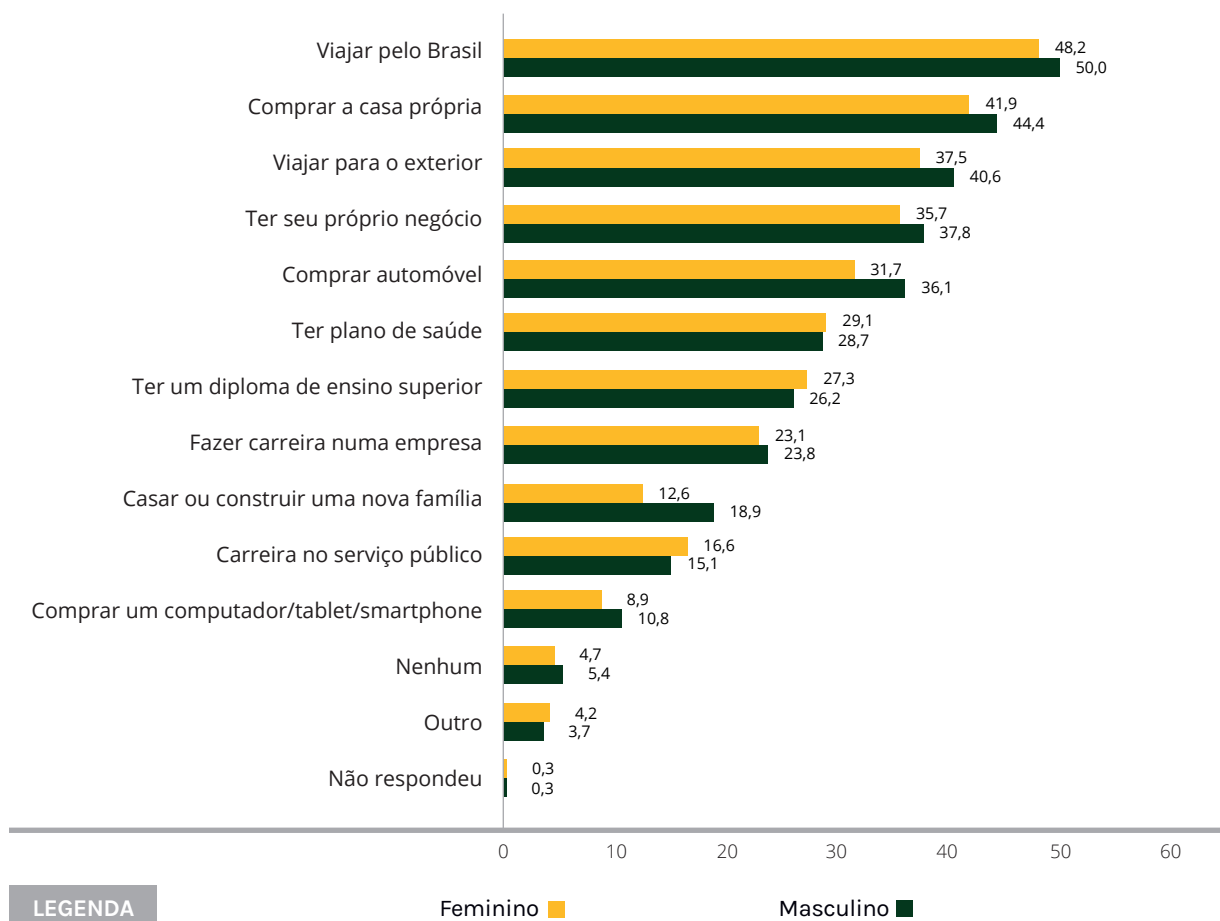
A proporção de indivíduos que manifestam esse sonho é semelhante entre homens e mulheres, 37,8% e 35,7%, respectivamente. Para ambos, esse desejo ocupa o 4º lugar no “ranking de sonhos”.

A vontade de empreender supera em 15 pontos percentuais a de fazer carreira em empresa, tanto para as mulheres como para os homens. A diferença é ainda maior quando a comparação é feita com o desejo de fazer carreira no serviço público.

Viajar pelo Brasil, comprar a casa própria e viajar para o exterior, nessa sequência, são os três sonhos mais importantes para a população brasileira, independentemente do sexo.

GRÁFICO 5

Percentual¹ da população masculina e feminina segundo o sonho - Brasil - 2019



LEGENDA

Feminino ■

Masculino ■

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população de 18-64 anos.

COORDENAÇÃO DO GEM

NACIONAL



INTERNACIONAL



PARCEIRO MASTER NO BRASIL

