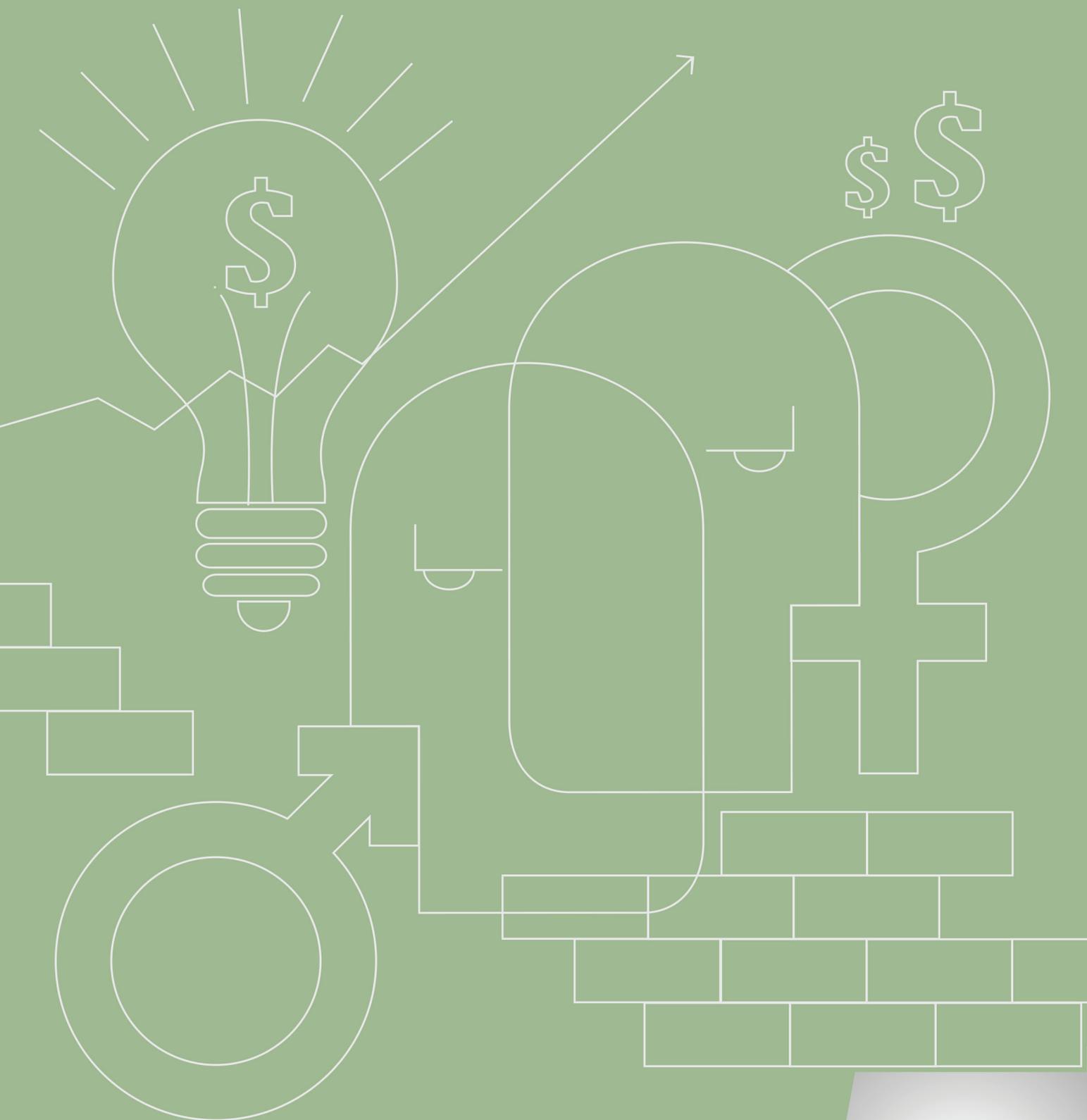
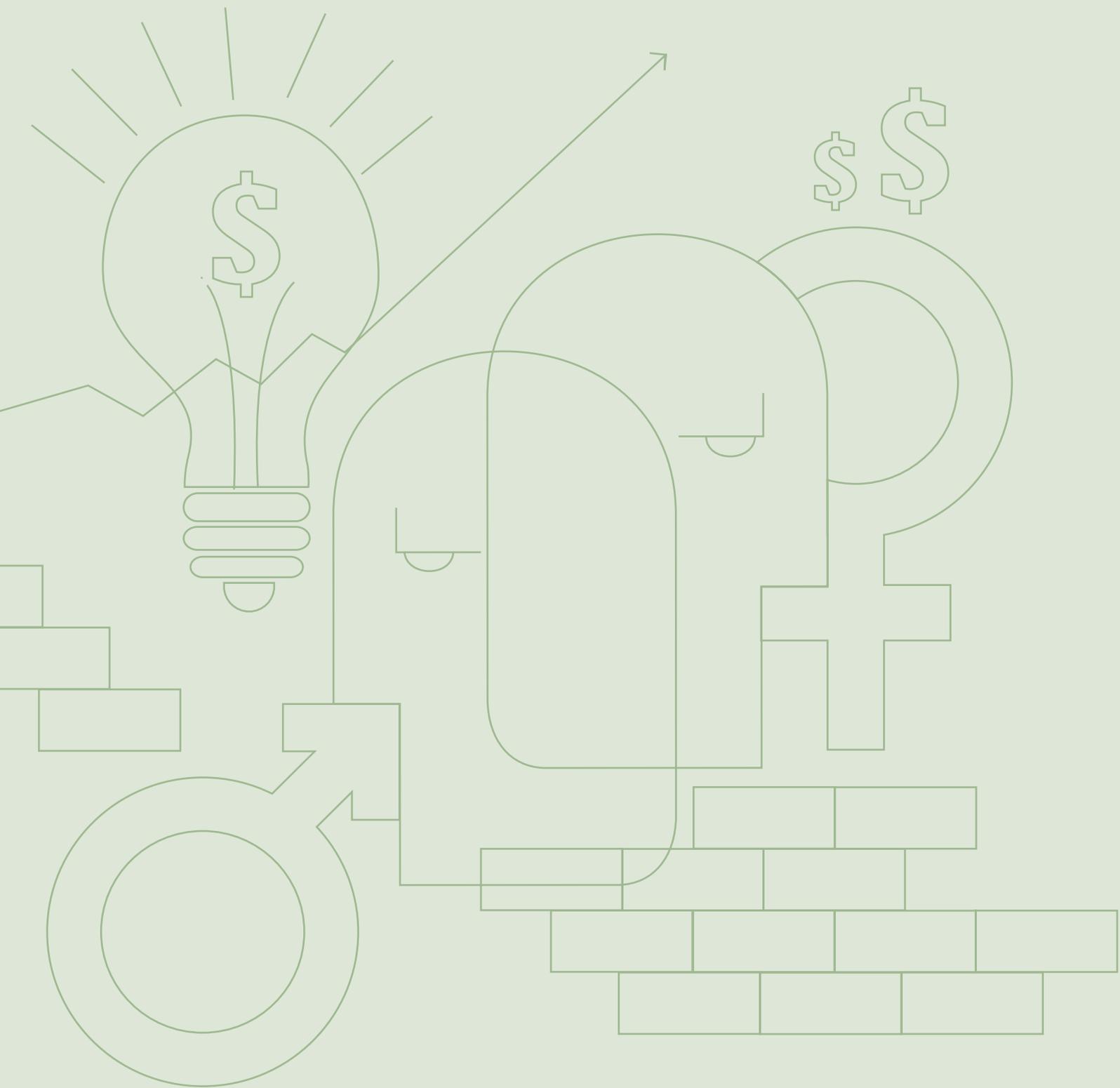


OS DONOS DE NEGÓCIOS NO BRASIL: ANÁLISE POR SEXO

Série Estudos e Pesquisas



Maio/2013



OS DONOS DE NEGÓCIO NO BRASIL: ANÁLISE POR SEXO

Este documento encontra-se também disponível no site:
<http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas>

2013. © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei n.º 9.610/1998).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
SGAS 605 – Conjunto A – Brasília/DF – 70200-904
Tel.: 55 61 3348 7180
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Unidade de Gestão Estratégica

Gerente

Pio Cortizo

Coordenação Técnica

Marco Aurélio Bedê

Série Empreendedores Brasileiros

- Anuário da Mulher
- Anuário do Trabalho nas MPE
- Os Empreendedores de Pequenos Negócios no Brasil
 - » Empresários, potenciais empresários e produtores rurais
 - » Análise por faixa etária, sexo, raça/cor
- O Artesão Brasileiro
- Pesquisa GEM

Revisão Ortográfica

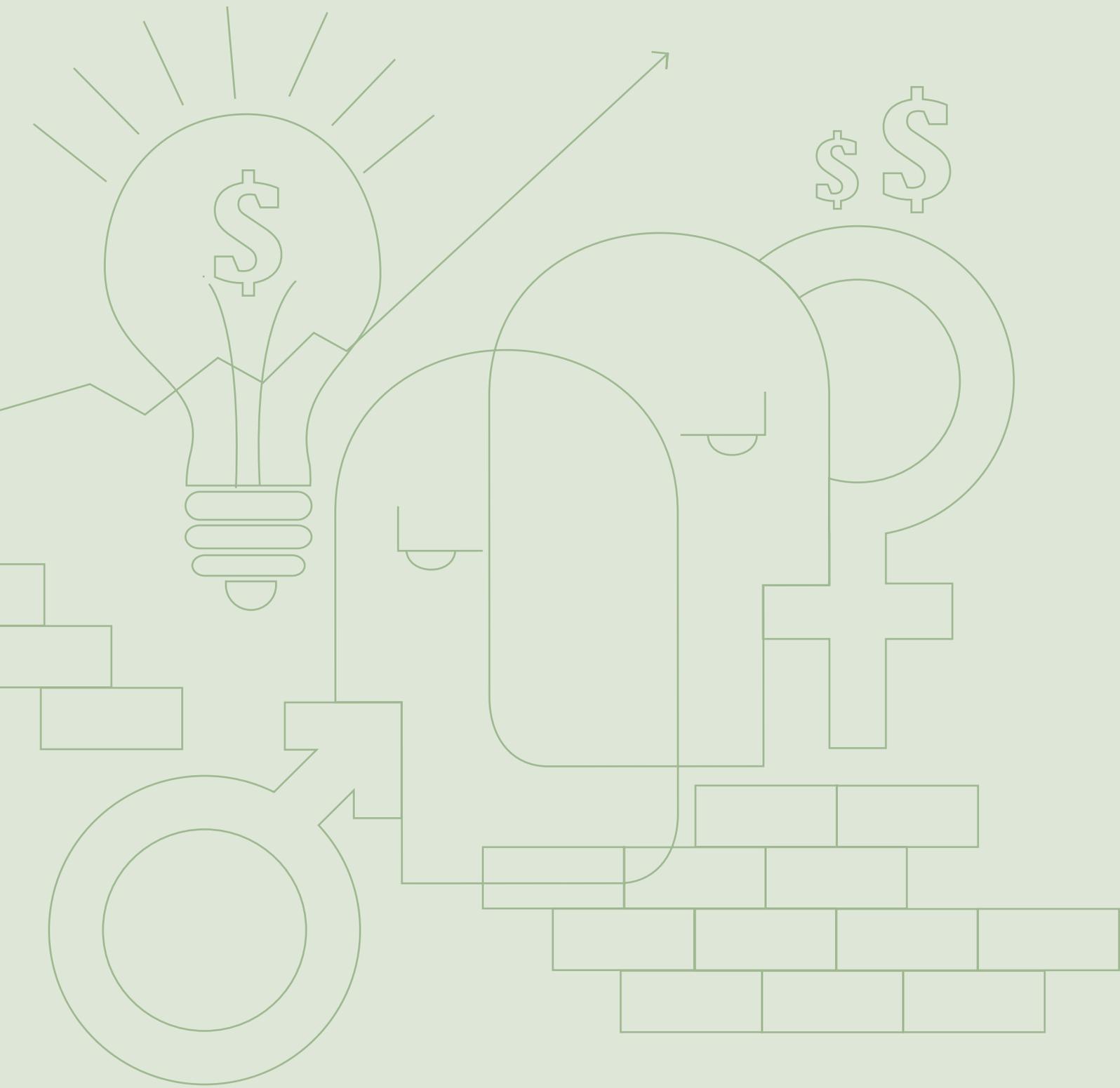
i-Comunicação

Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica

i-Comunicação

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	7
1 – DEFINIÇÕES BÁSICAS.....	9
2 – DONOS DE NEGÓCIO POR SEXO.....	10
2.1 – Evolução 2001-2011.....	10
2.2 – Tipos de ocupação.....	12
2.3 – Posição no domicílio.....	13
2.4 – Escolaridade.....	13
2.5 – Faixa etária.....	14
2.6 – Rendimento médio mensal.....	15
2.7 – Idade em que começou a trabalhar.....	17
2.8 – Tempo no trabalho atual.....	17
2.9 – Carga de trabalho semanal.....	18
2.10 – Recursos de telefonia.....	19
2.11 – Recursos de informática.....	20
2.12 – Previdência Social.....	21
2.13 – Local de trabalho.....	22
2.14 – Setor de atividade.....	23
2.15 – Principais segmentos de atividades.....	24
2.16 – Distribuição por regiões e UF.....	28
3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31



INTRODUÇÃO

Em 2013 o Sebrae ampliou sua linha de estudos, elaborando uma série de publicações inéditas sobre “Os Donos de Negócio no Brasil”. Nesta série, foram utilizadas como recortes as principais variáveis que ajudam a caracterizar esse grupo de pessoas, por exemplo: o estudo sobre os Donos de Negócio por sexo (homem x mulher), por faixa etária (“Jovens” x “Não jovens”); cor/raça (brancos x negros e pardos); etc.

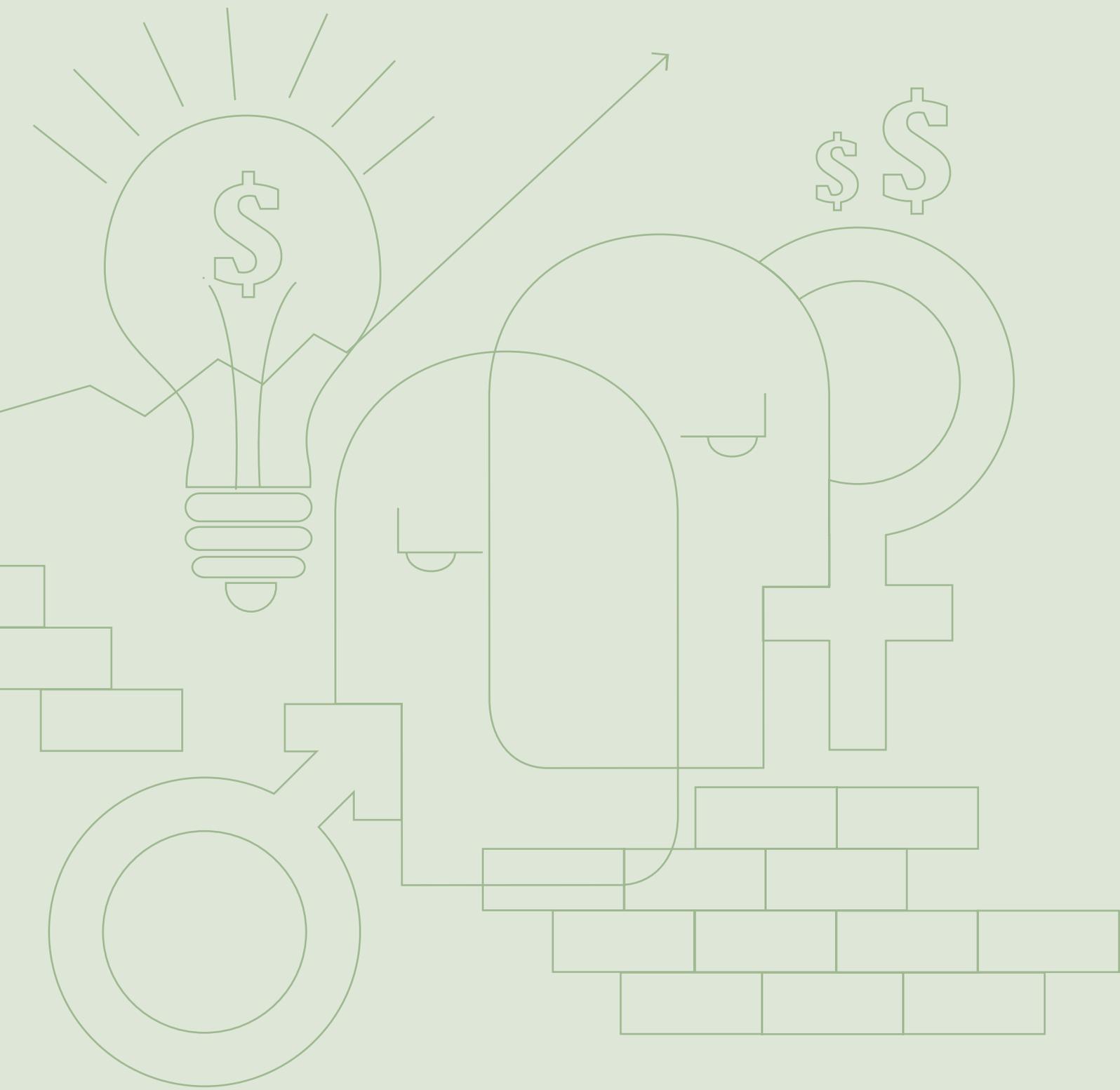
A segmentação deste amplo e diversificado universo é o primeiro passo para o desenvolvimento de produtos e serviços específicos, customizados, que atendam às suas necessidades.

Este relatório tem como objetivo apresentar as principais características dos Donos de Negócio no Brasil, por sexo. O trabalho utiliza como base as informações disponíveis nos microdados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, em especial a de 2011, a última disponível até o momento em que esta publicação foi elaborada.

No primeiro capítulo do relatório, são apresentadas algumas definições básicas utilizadas na elaboração deste documento.

No capítulo seguinte, são apresentadas as informações disponibilizadas, em especial, na PNAD, sobre as Donas e os Donos de Negócio no País. Para cada um desses grupos, são analisadas informações tais como: a quantificação do universo, o tipo de ocupação, a posição no domicílio, sexo, escolaridade, faixa etária, rendimento médio mensal, idade em que começou a trabalhar, tempo no trabalho atual, carga de trabalho semanal, recursos de telefonia e informática, Previdência Social, local de trabalho, setor de atividade, principais segmentos de atividade e a distribuição por regiões do País e por UF.

O último capítulo é reservado às considerações finais.



1 – DEFINIÇÕES BÁSICAS

De acordo com a PNAD¹, no âmbito do mercado de trabalho, os indivíduos que são Donos de Negócios podem ser identificados em duas posições na ocupação:

- **“Conta Própria”** – Pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado e contando, ou não, com a ajuda de trabalhador não remunerado (IBGE, *op. cit.*); e
- **“Empregador”** – Pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, com pelo menos um empregado (IBGE, *op. cit.*)

Dado que 99% das empresas no País são empreendimentos de micro e pequeno porte² (portanto, seus donos tendem a ser donos de “Pequenos Negócios”), e que quase 100% dos Conta Própria atuam em “Pequenos Negócios”, a soma dos Empregadores e dos Conta Própria da PNAD pode ser considerada como uma boa proxy do conjunto de indivíduos que são donos de “Pequenos Negócios” no País.

Como a PNAD permite identificar os Donos de Negócios por sexo, é possível segmentar e analisar esse conjunto de pessoas em dois grandes grupos: as Donas de Negócio e os Donos de Negócio. De forma complementar, a base de dados do estudo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*³ também permite a obtenção de informações por sexo. Desta forma, no próximo capítulo, são apresentadas informações advindas de ambas as bases de dados citadas. Posteriormente, é apresentada uma análise mais detalhada para as Donas de Negócio e os Donos de Negócio.

1 IBGE (2011), “Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011”. Rio de Janeiro, v. 31, p.1-135.

2 Sebrae/DIEESE (2012), “Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa: 2012”. Brasília, DF: DIEESE, 284 p.

3 IBQP (2012), “Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2012”. Curitiba: IBQP, 162 p

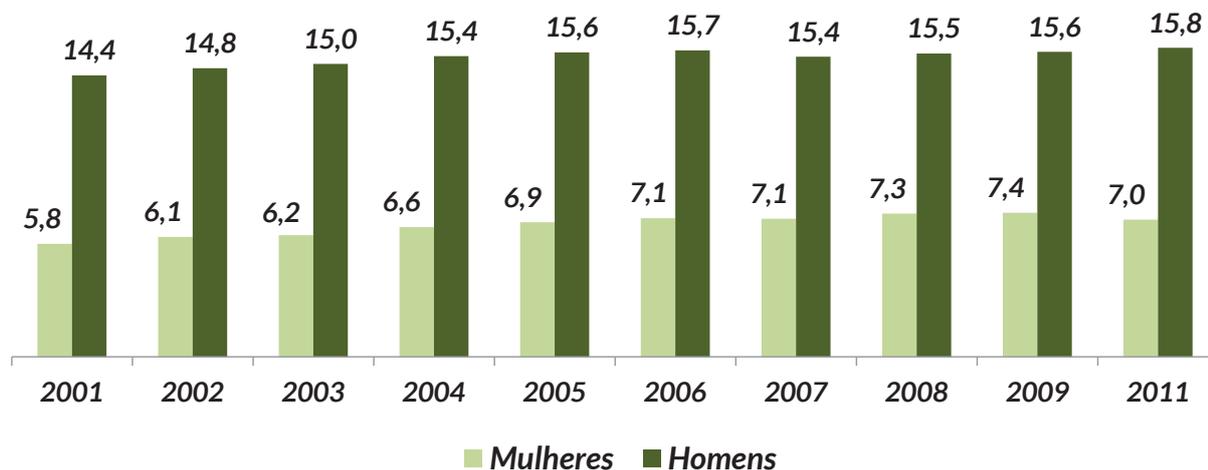
2 – DONOS DE NEGÓCIO POR SEXO

2.1 – Evolução 2001-2011

De acordo com o IBGE, entre 2001 e 2011, o número de Donas de Negócio no País cresceu 21%, passando de 5,8 milhões para sete milhões de pessoas (Gráfico 1). Nesse mesmo período, o número de Donos de Negócio no País cresceu 10%, passando de 14,4 milhões para 15,8 milhões de pessoas.

Apesar de o número de homens com negócio ser bem superior ao de mulheres com negócio, dado que a taxa de expansão acumulada das mulheres superou a dos homens, a participação das mulheres com negócio cresceu de 29% em 2001 para 32% em 2009, retrocedendo para 31% em 2011 (Gráfico 2). A participação dos homens com negócio passou de 71% em 2001 para 68% em 2009, retrocedendo para 69% em 2011. Esses dados mostram que há uma tendência à expansão da participação relativa da mulher no total de Donos de Negócio no País. No entanto, particularmente no último ano, houve ligeira reversão dessa tendência associada ao fato de o mercado de trabalho brasileiro encontrar-se próximo ao pleno-emprego, com salários em alta, o que em certo sentido tem estimulado algumas mulheres, Donas de Negócio, a optar pelo emprego assalariado.

Gráfico 1 – Número de Donos de Negócio no Brasil, entre 2001 a 2011, por sexo (em milhões de pessoas)

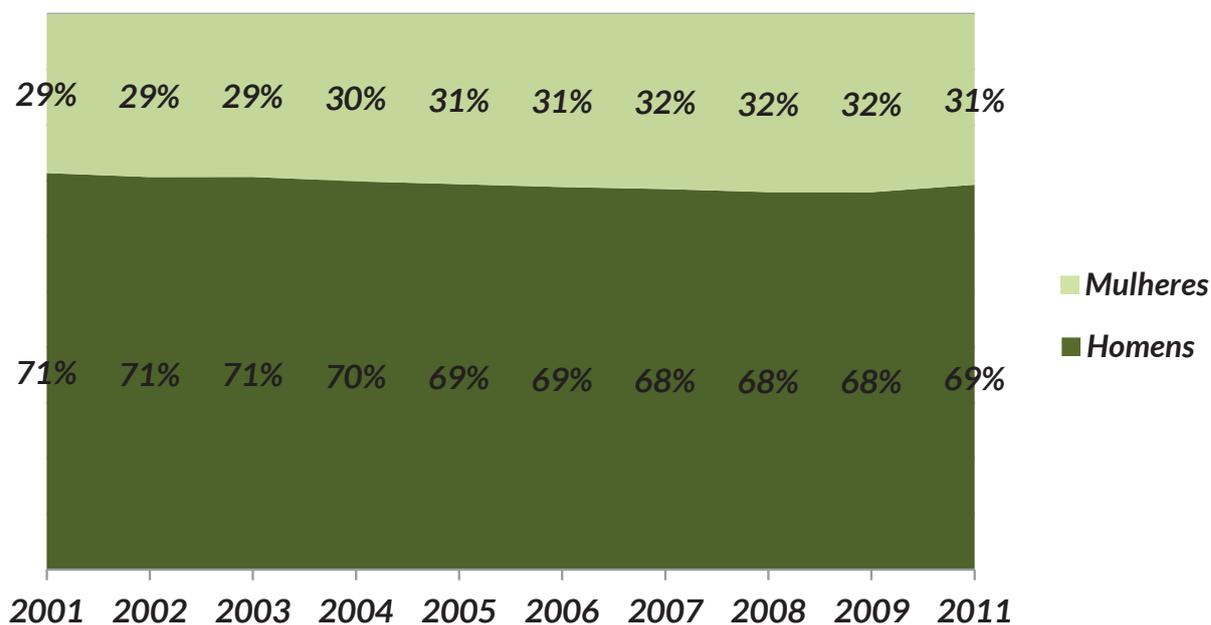


Fonte: IBGE (PNAD 2001 a 2011, exceto 2010)

A tendência estrutural de aumento da participação da mulher como Dona de Negócio é compatível com o movimento mais amplo, em curso, na sociedade brasileira, de expansão da participação das mulheres no mercado de trabalho, que está associada à queda na taxa de fecundidade, à redução dos núcleos familiares (famílias com cada vez menos filhos), ao crescimento do número de casais sem filhos, de famílias unipessoais, à maior urbanização e à maior escolaridade⁴.

⁴ IPEA (2010), "Mulher e trabalho: Avanços e continuidades". Comunicados do IPEA, mar./2010.

Gráfico 2 – Distribuição dos Donos de Negócio no Brasil, entre 2001 a 2011, por sexo (em %)



Fonte: IBGE (PNAD 2001 a 2011, exceto 2010)

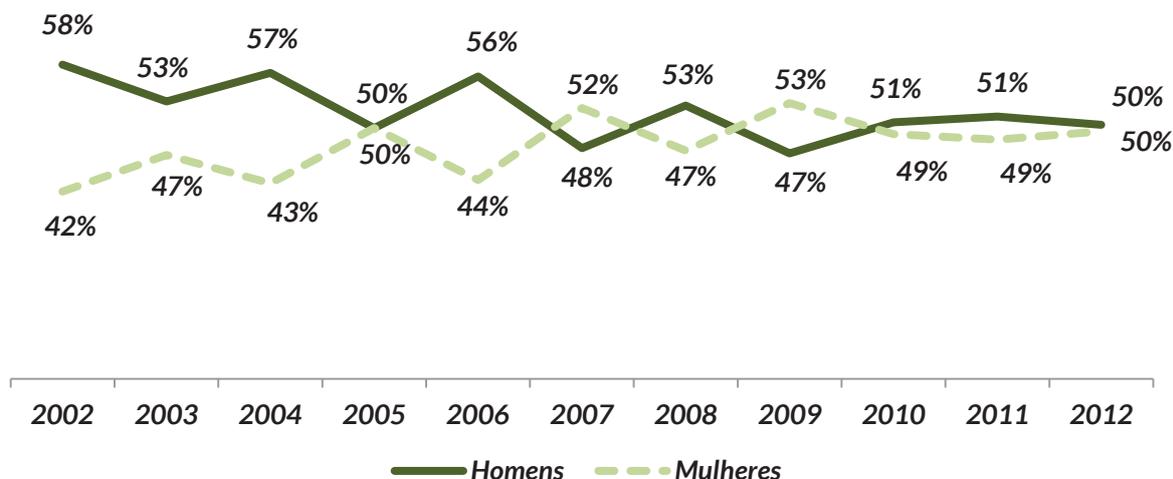
Vale observar que a tendência de aumento da participação das mulheres como Donas de Negócio deve continuar nos próximos anos, apesar da queda no último ano. Corrobora para essa análise a observação dos dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)⁵. De acordo com o GEM, uma das formas de se medir o grau de empreendedorismo de um país é por meio da TEA (sigla em inglês que significa Taxa de Empreendedorismo Inicial). A TEA identifica a proporção de pessoas que está fazendo algo para ter um novo negócio e/ou que já possui um negócio próprio com até 3,5 anos. A TEA busca identificar o impulso inicial na criação de novos negócios. Ela monitora a “porta de entrada” do empreendedorismo e é considerada uma das principais taxas para o cálculo do empreendedorismo de um país.

Como é possível observar no Gráfico 3, a participação das mulheres na TEA cresceu de 42% para 50% do total de “Empreendedores Iniciais”, tendo se estabilizado por volta deste patamar nos anos mais recentes.

Estes dados revelam que, na “porta de entrada” do empreendedorismo, as mulheres já atingiram uma participação relativa equivalente à dos homens, e equivalente à sua participação no conjunto da população brasileira. Em parte, isso é uma forte evidência de que a participação das mulheres tende a continuar crescendo, no conjunto dos Donos de Negócio já estabelecidos, no longo prazo, até o limite de sua participação na TEA e na população brasileira (que é próxima de 50%).

5 IBQP (2012), *op.cit.*

Gráfico 3 – Distribuição da TEA (Empreendedores Iniciais) por sexo (em %)



Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – GEM (diversos anos)

Nota: TEA = Empreendedores Iniciais. Corresponde ao conjunto de indivíduos adultos (entre 18 a 64 anos) que fez alguma ação nos últimos 12 meses visando a ter um negócio próprio (formal ou informal) ou que já possui um negócio (formal ou informal) com até 3,5 anos de atividade.

2.2 – Tipos de ocupação

Quando são cruzadas as informações sobre sexo e tipo de ocupação no mercado de trabalho (Conta Própria e Empregador), verifica-se que 87% das mulheres com negócio são Conta Própria, proporção ligeiramente superior ao grupo dos homens (86%). Ou seja, entre as Donas de Negócio, há uma proporção maior de pessoas que trabalham sem empregados, portanto, com estruturas de negócio mais enxutas (Tabela 1).

Vale lembrar que empreendimentos de “uma pessoa só”, em geral, envolvem estruturas mais simples de operação. Em alguns casos, pode representar também maior precariedade: o negócio depende quase que exclusivamente do(a) dono(a).

Tabela 1 – Número de Donos(as) de Negócio por posição na ocupação no mercado de trabalho e sexo, em 2011 (em mil pessoas)

	Mulher		Homem		TOTAL	
Conta própria	6.128	87%	13.537	86%	19.665	86%
Empregadores	898	13%	2.278	14%	3.176	14%
Total	7.026	100%	15.815	100%	22.841	100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

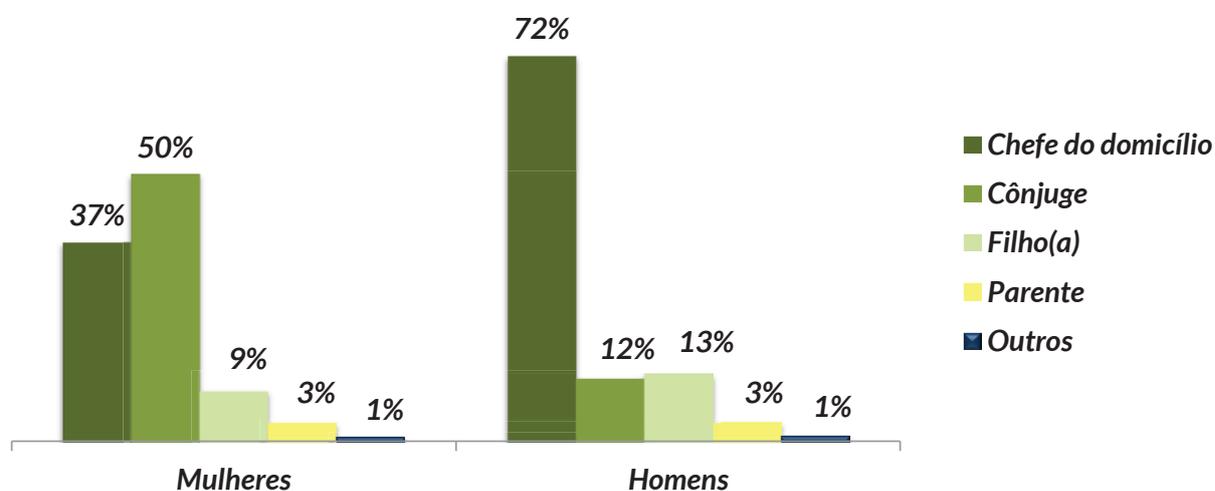
2.3 – Posição no domicílio

No grupo das mulheres com negócio, 37% são chefes de domicílio, 50% são cônjuges, 9% são filhas, 3% são parentes e 1% “outros” (ex.: agregados e pensionistas).

No grupo dos homens com negócio, 72% são chefes do domicílio, 12% são cônjuge, 13% filho, 3% são parentes e 1% “outros” (Gráfico 4).

Esses dados revelam que, enquanto entre os homens a maioria tem a responsabilidade de chefiar uma unidade familiar, no grupo das mulheres com negócio, a maioria (63%) ainda não possui esta responsabilidade (só 37% são chefes de domicílio). Não obstante isso, a proporção de Donas de Negócio que são “chefes de domicílio” evoluiu positivamente na última década. Entre 2001 e 2011, a proporção citada passou de 27% para 37%.

Gráfico 4 – Distribuição por posição no domicílio em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Nota: (*) Outros: parentes, agregados, pensionistas e outros.

2.4 – Escolaridade

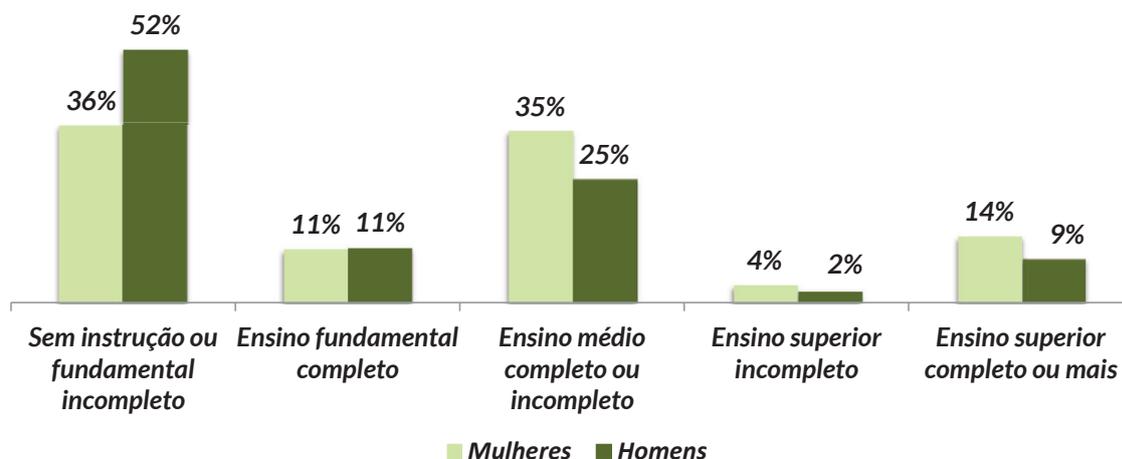
As Donas de Negócio apresentam escolaridade superior à dos Donos de Negócio.

Entre as mulheres com negócio, 14% têm ensino superior completo ou mais, 4% têm superior incompleto, 35% têm ensino médio (completo ou incompleto), 11% têm ensino fundamental completo e 36% têm no máximo o fundamental incompleto (Gráfico 5).

No grupo dos homens com negócio, 9% têm ensino superior completo ou mais, 2% têm superior incompleto, 25% têm ensino médio (completo ou incompleto), 11% têm ensino fundamental completo e 52% têm no máximo o fundamental incompleto.

O número médio de anos de estudo entre as mulheres com negócio é de 8,4 anos, 20% superior ao verificado no grupo dos homens com negócio, cuja média é de 6,9 anos de estudo.

Gráfico 5 – Distribuição por grau de escolaridade em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

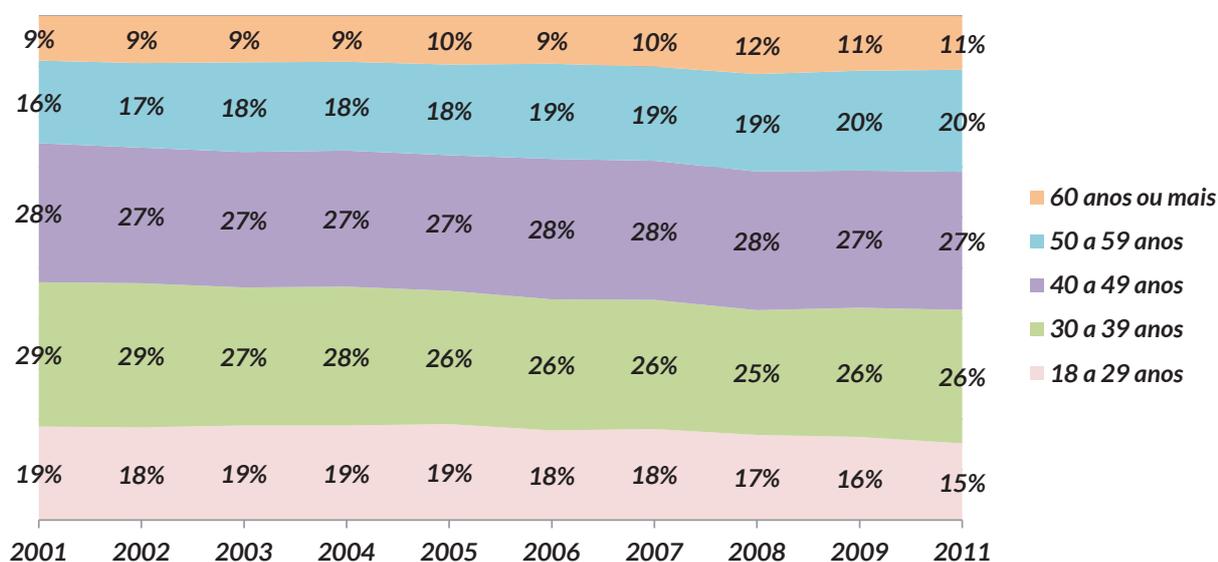
2.5 – Faixa etária

Entre 2001 e 2011, a média de idade das Donas de Negócio passou de 41 anos para 43 anos. No mesmo período, a média de idade dos Donos de Negócio passou de 43 anos para 44 anos.

Em 2011, entre as mulheres com negócio, 15% tinham até 29 anos e 26% tinham entre 30 e 39 anos, 27% tinham entre 40 e 49 anos, 20% entre 50 e 59 anos e 11% tinham 60 anos ou mais. Pelo Gráfico 6, verifica-se que, entre 2001 e 2011, caiu a participação relativa das faixas etárias mais jovens (até 49 anos), e aumentou as demais (50 anos ou mais).

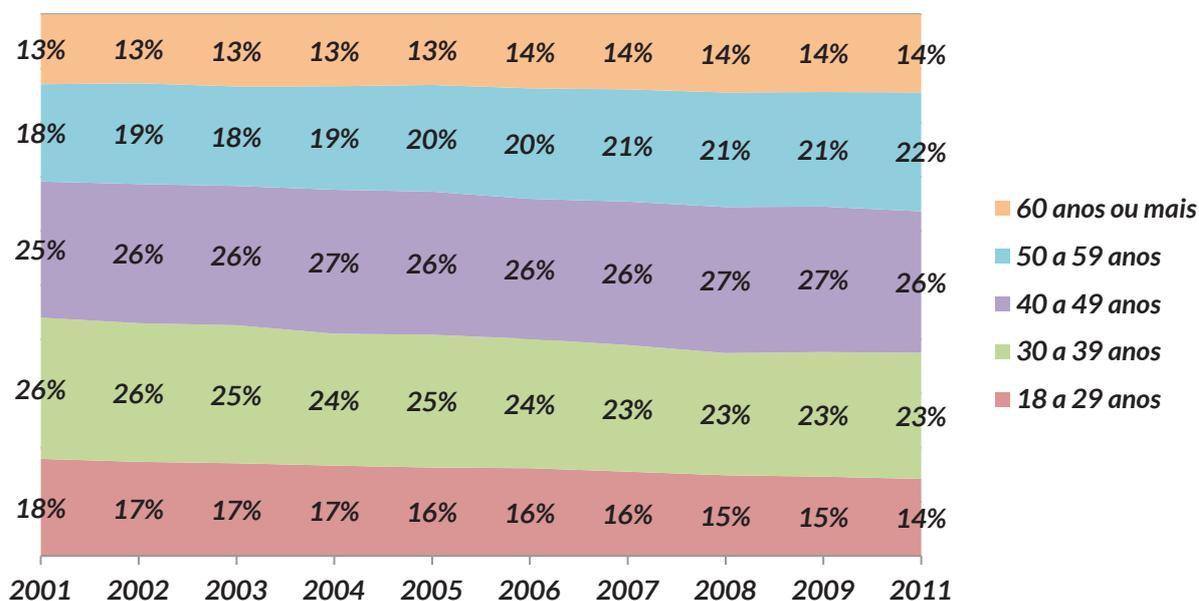
Em 2011, no grupo dos homens com negócio, 14% tinham até 29 anos e 23% tinham entre 30 e 39 anos, 26% tinham entre 40 e 49 anos, 22% entre 50 e 59 anos e 14% tinham 60 anos ou mais. Pelo Gráfico 7, verifica-se que, entre 2001 e 2011, caiu a participação relativa das faixas etárias mais jovens (até 39 anos), e aumentou as demais (40 anos ou mais).

Gráfico 6 – Distribuição das Donas de Negócio por faixa etária



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD)

Gráfico 7 – Distribuição dos Donos de Negócio por faixa etária



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD)

2.6 – Rendimento médio mensal

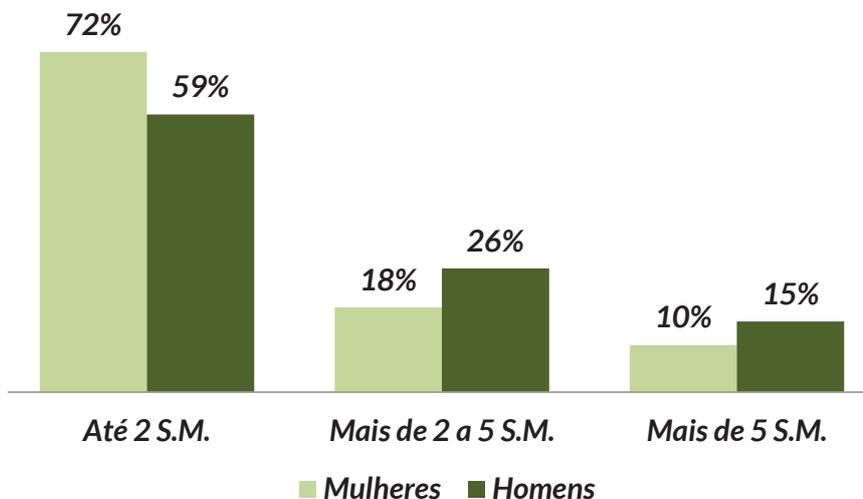
Em geral, o rendimento médio mensal das Donas de Negócio é mais baixo que o dos Donos de Negócio. Em 2011, o rendimento médio mensal das mulheres com negócio foi de 2,2 S.M. e o dos homens com negócio 3,2 S.M. O rendimento médio das mulheres com negócio foi, portanto, 31% inferior ao dos homens com negócio.

No grupo das mulheres com negócio, 72% têm um rendimento de até dois Salários Mínimos (S.M.), 18% ganham entre dois e cinco S.M e 10% ganham mais de cinco S.M. (Gráfico 9).

No grupo dos homens com negócio, 59% têm um rendimento de até dois Salários Mínimos (S.M.), 26% ganham entre dois e cinco S.M e 15% ganham mais de cinco S.M.

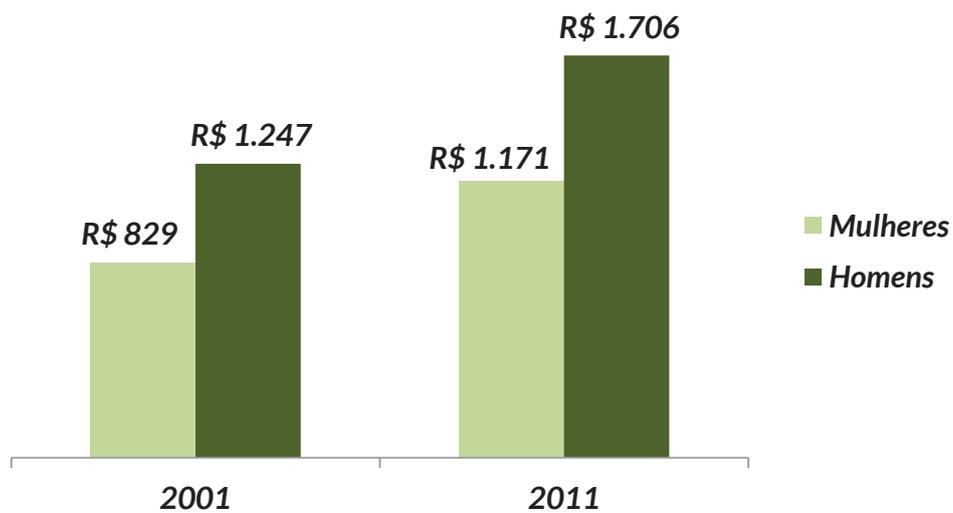
Apesar de perceber um rendimento mais baixo que dos homens, entre 2001 e 2011, o rendimento médio real (acima da inflação) das mulheres com negócio cresceu 41%, passando de R\$829,00 para R\$1.171,00, enquanto o dos homens com negócio aumentou 37%, passando de R\$1.247,00 para R\$1.706,00 (Gráfico 9).

Gráfico 8 – Distribuição por faixa de rendimento médio mensal em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Gráfico 9 – Rendimento médio real (em R\$ set./11)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD)

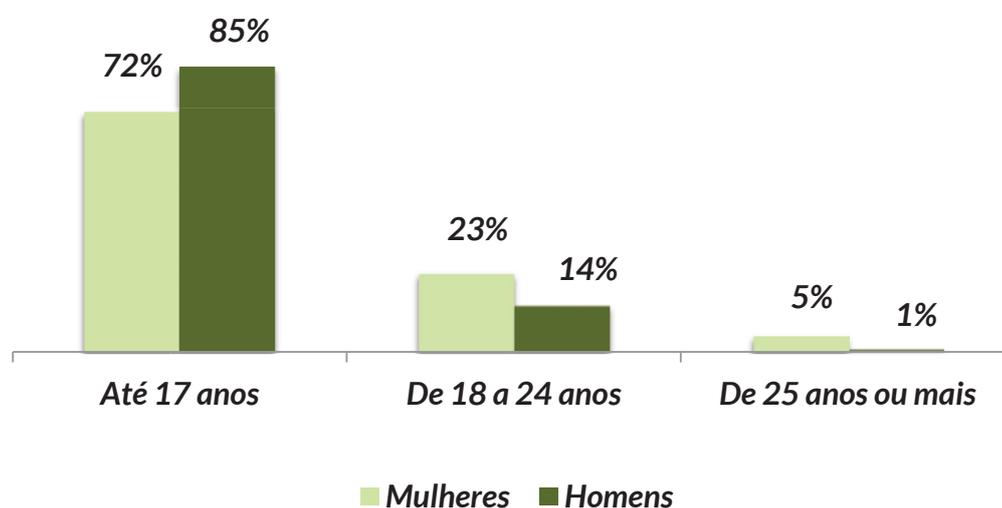
2.7 – Idade em que começou a trabalhar

Setenta e dois por cento das mulheres com negócio começaram a trabalhar com até 17 anos de idade, 23% começaram a trabalhar entre 18 e 24 anos e 5% a partir dos 25 anos de idade (Gráfico 10).

No grupo dos homens com negócio, 85% começaram a trabalhar com até 17 anos de idade, 14% começaram a trabalhar entre 18 e 24 anos e 1% a partir dos 25 anos de idade.

Esses dados mostram que as mulheres com negócio começam a trabalhar um pouco mais tarde, se comparadas com os homens com negócio. Em parte, isto está associado ao fato de elas permanecerem por mais tempo na escola. Ao despender mais tempo com os estudos, elas tendem a retardar o seu ingresso no mercado de trabalho.

Gráfico 10 – Distribuição por faixa de idade em que começou a trabalhar em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.8 – Tempo no trabalho atual

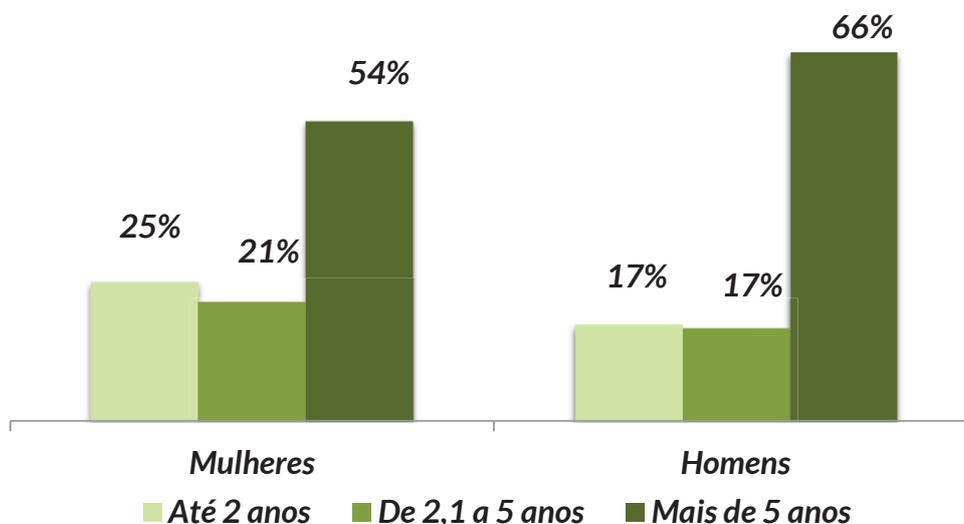
As Donas de Negócio têm menos tempo na atividade atual do que os homens. Ainda assim, a maioria está na atividade atual há mais de cinco anos.

Entre as mulheres com negócio, 54% estão há mais de cinco anos trabalhando na atividade atual, 21% trabalham na atividade atual há algo entre dois e cinco anos e 25% há no máximo dois anos (Gráfico 11).

Entre os homens com negócio, 66% estão há mais de cinco anos trabalhando na atividade atual, 17% trabalham na atividade atual entre dois e cinco anos e 17% há no máximo dois anos.

Em parte, uma menor proporção de mulheres com negócio com cinco anos ou mais pode estar associado ao fato de que a participação relativa das mulheres no total de negócios era bem menor no passado (ver seção 2.1).

Gráfico 11 – Distribuição por tempo no trabalho atual em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.9 – Carga de trabalho semanal

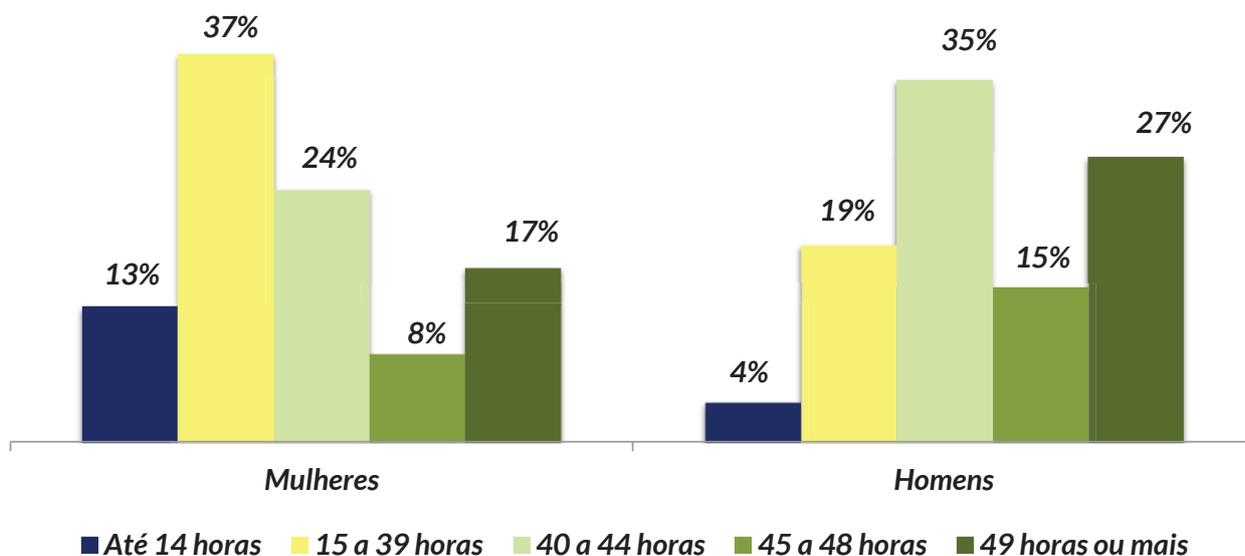
As Donas de Negócio têm uma carga de trabalho no seu negócio um pouco inferior a dos Donos de Negócio. Ainda assim, cerca de ¼ delas trabalha mais de 45 horas por semana (enquanto 42% dos homens trabalham no negócio mais de 45 horas).

No grupo das mulheres com negócio, 17% trabalham 49 horas ou mais por semana, 8% trabalham entre 45 e 48 horas semanais, 24% entre 40 e 44 horas, 37% entre 15 e 39 horas e 13% até 14 horas semanais (Gráfico 12).

No grupo dos homens com negócio, 27% trabalham 49 horas ou mais por semana, 15% trabalham entre 45 e 48 horas semanais, 35% entre 40 e 44 horas, 19% entre 15 e 39 horas e 4% até 14 horas semanais.

Uma proporção maior de Donas de Negócio trabalha menos de 40 horas (se comparada à dos Donos de Negócio). Em parte, isso pode estar associado à dupla jornada, mais comum entre as mulheres. Uma das vantagens mais citadas nas pesquisas sobre ter um negócio próprio é “a maior flexibilidade de horário”, o que, para as Donas de Negócio, permite uma maior compatibilização das atividades do negócio com as atividades do lar.

Gráfico 12 – Distribuição por carga de trabalho semanal em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.10 – Recursos de telefonia

Em geral, as mulheres com negócio têm mais acesso aos recursos de telefonia do que os homens com negócio.

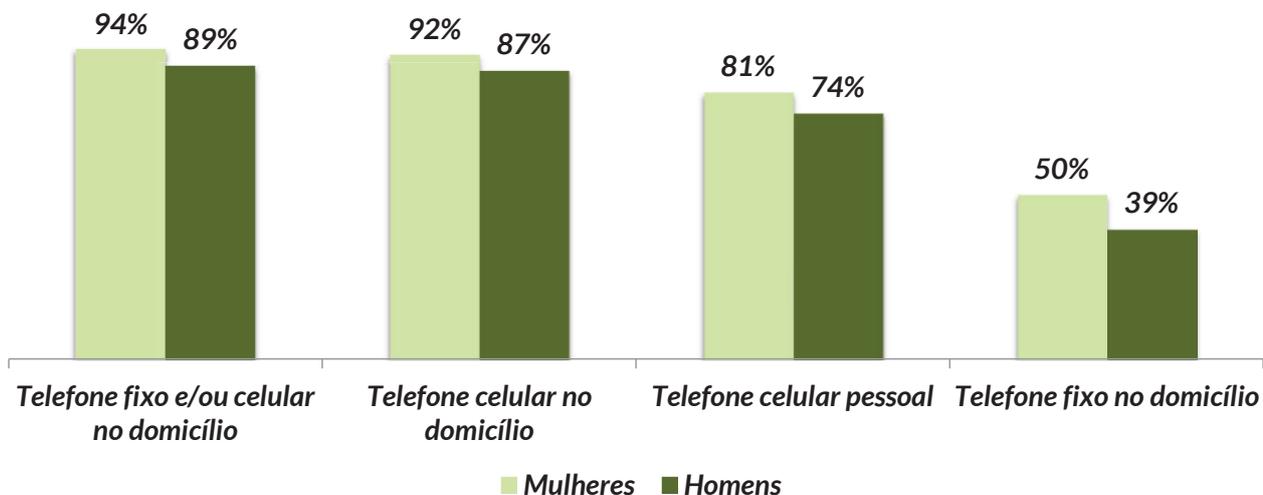
No grupo das Donas de Negócio, 94% têm telefone fixo e/ou celular, 92% têm celular no domicílio, 81% têm celular pessoal e 50% têm telefone fixo (Gráfico 13).

No grupo dos Donos de Negócio, 89% têm telefone fixo e/ou celular, 87% têm celular no domicílio, 74% têm celular pessoal e 39% têm telefone fixo.

Em parte, o maior acesso ao uso de recursos de telefonia pode estar associado à maior habilidade e/ou frequência das mulheres em termos de comunicação⁶.

⁶ Estudos da área de sociobiologia mostram que as mulheres tendem a apresentar melhor desempenho em áreas como relações humanas, na linguagem (habilidades verbais), na expressão emocional, na empatia, habilidades sociais e de proteção, dentre outras, enquanto que os homens tendem a ser melhores em habilidades de independência, de dominação, em habilidades matemático-espaciais, nas de agressão relacionada à hierarquia e outras características. Ver a respeito: <http://www.cerebromente.org.br/n11/mente/eisntein/cerebro-homens-p.html>

Gráfico 13 – Recursos de telefonia, no domicílio, em 2011 (apenas quem possui) (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

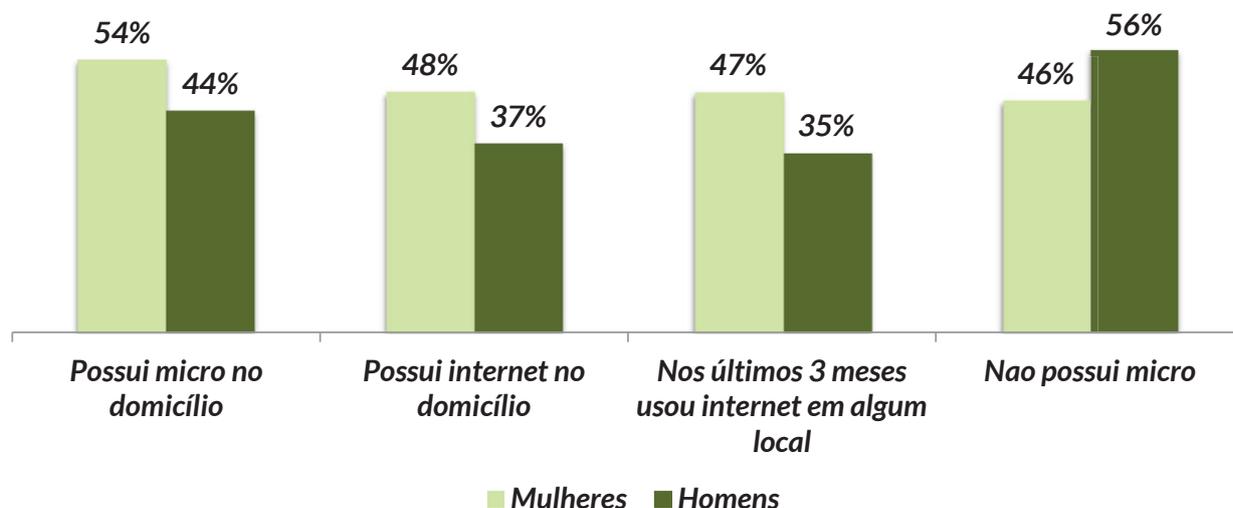
2.11 – Recursos de informática

Em geral, as Donas de Negócio têm mais acesso aos recursos de informática do que os Donos de Negócio. Em parte, isso pode estar relacionado ao maior grau médio de escolaridade das Donas de Negócio.

No grupo das Donas de Negócio, 54% possuem micro no domicílio, 48% têm internet no domicílio, 47% acessaram a internet nos últimos três meses “em algum local” e 46% não possuem micro em casa.

No grupo dos Donos de Negócio, 44% possuem micro no domicílio, 37% têm internet no domicílio, 35% acessaram a internet nos últimos três meses “em algum local” e 56% não possuem micro em casa.

Gráfico 14 – Recursos de informática, no domicílio, em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.12 – Previdência Social

A contribuição à Previdência Social é relativamente baixa nos dois grupos analisados. Em parte, isso parece refletir preocupação sobre o assunto ainda pouco presente, em especial nas faixas etárias mais jovens de Donas e Donos de Negócio, e que estão longe do período de solicitação da aposentadoria.

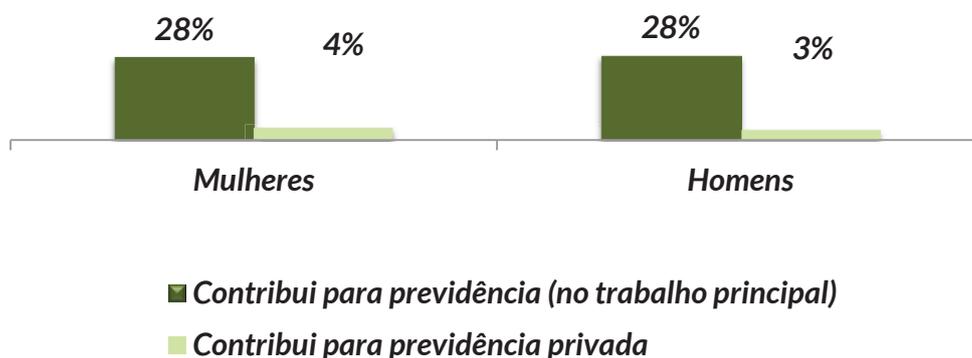
Entre as mulheres com negócio (Gráfico 15), apenas 28% contribuem para a previdência no trabalho principal e 4% contribuem para alguma entidade de previdência privada. Assim, no máximo 32% possuem algum tipo de previdência.

No grupo dos homens com negócio, 28% contribuem para a previdência no trabalho principal e 3% contribuem para alguma entidade de previdência privada. No máximo 31% possuem algum tipo de previdência.

Trabalhos anteriores do Sebrae⁷ já haviam mostrado que o acesso à previdência por parte dos Donos de Negócio tende a ser maior nas atividades urbanas, nos negócios formais, nos empreendimentos mais complexos (com empregados), nos empreendedores de maior renda, mais escolarizados e mais velhos. Estas variáveis tendem a ter maior poder explicativo, em termos de acesso à previdência, do que a variável sexo.

⁷ Sebrae (2013), "Donos de Negócio no Brasil: Empresários, Potenciais Empresários e Produtores Rurais no Brasil". Sebrae (2013), "Donos de Negócio no Brasil: análise por faixa etária".

Gráfico 15 – Contribuição à previdência (apenas quem contribui), em 2011 (em %)



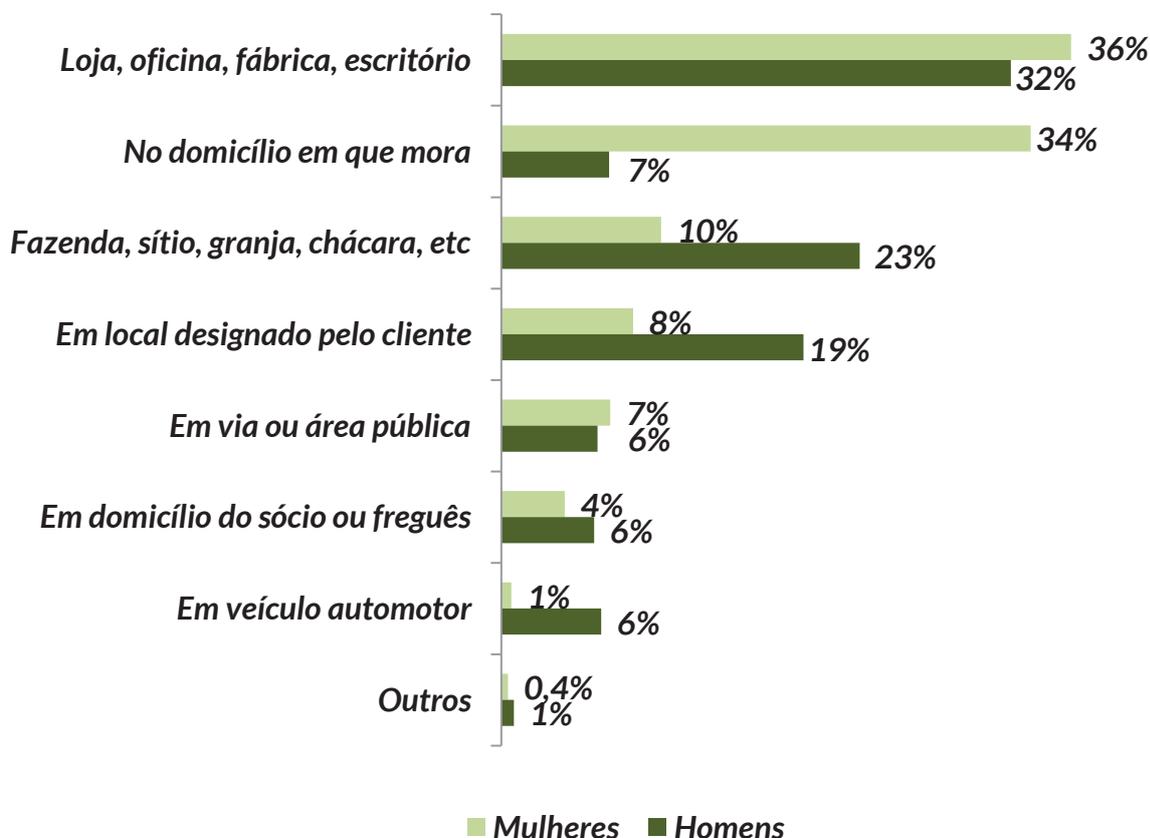
Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.13 – Local de trabalho

Entre as Donas de Negócio, há uma forte concentração de negócios localizados em algum local fixo (loja, oficina, fábrica ou escritório) e no domicílio em que moram. Estes dois itens respondem por 70% dos negócios geridos por elas. Os restantes 30% estão distribuídos entre as seguintes opções: “fazenda, sítio, granja, chácara”, “local designado pelo cliente”, “área pública”, “domicílio do sócio ou freguês”, “veículo automotor” e outros (Gráfico 16).

Entre os Donos de Negócio há uma maior dispersão de locais de trabalho, se comparados às Donas de Negócio. Há também uma proporção bem mais elevada de estabelecimentos rurais (“fazenda, sítio, granja, chácara”) e “em local designado pelo cliente”.

Gráfico 16 – Distribuição por local de trabalho em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

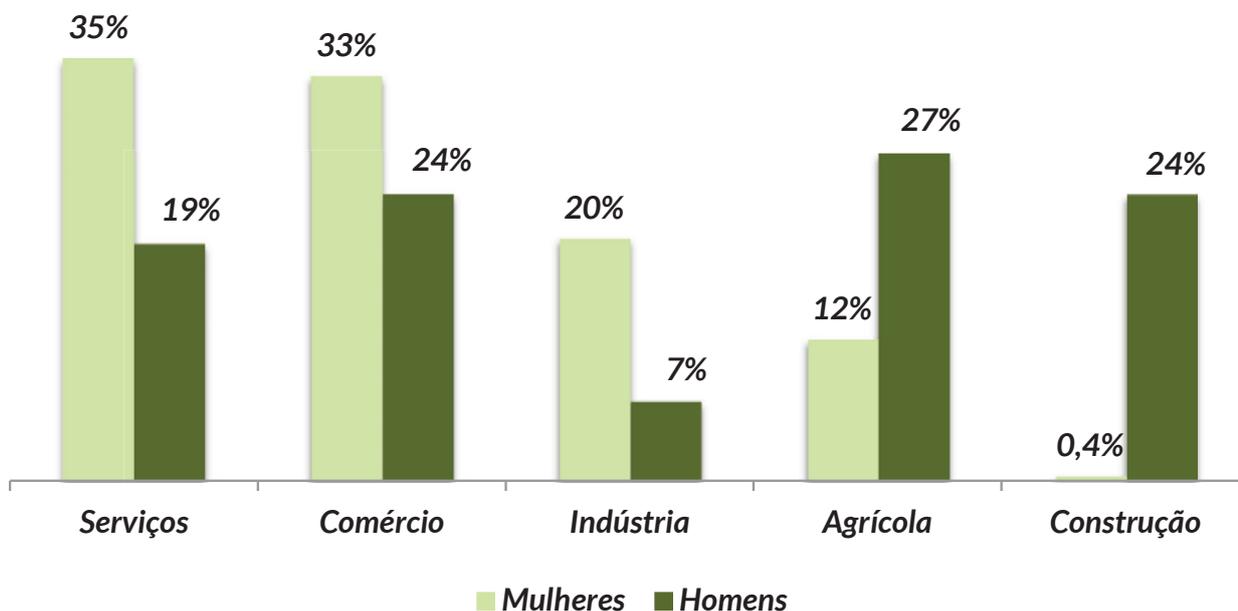
2.14 – Setor de atividade

As mulheres com negócio têm uma presença proporcionalmente mais elevada nos setores de serviços e comércio. Os homens têm uma presença proporcionalmente maior nos setores agrícola e da construção.

No grupo das mulheres com negócio, 35% estão no setor de serviços, 33% no comércio, 20% na indústria, 12% no setor agrícola, e 0,4% na construção (Gráfico 17).

No grupo dos homens com negócio, 27% estão no setor agrícola, 24% na construção, 24% no comércio, 19% estão no setor de serviços e 7% na indústria.

Gráfico 17 – Distribuição por setor de atividade em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.15 – Principais segmentos de atividades

As Tabelas 2 e 3 apresentam o perfil das mulheres e dos homens com negócio, respectivamente, por segmentos de atividade.

Em geral, há forte semelhança entre as atividades mais frequentes conduzidas por mulheres e homens. A maioria dos negócios está voltada para o atendimento das necessidades elementares da sociedade, tais como: serviços pessoais, de saúde e beleza (ex. cabeleireiro), serviços e comércio de alimentos (bar e lanchonete, ambulantes), confecção e comércio de vestuário, móveis, moradia (indústria da construção e comércio de material de construção), serviços de transporte e produção de alimentos.

Não obstante isso, algumas diferenças podem ser observadas. Por exemplo, algumas atividades são predominantemente conduzidas por homens. São exemplos: a pecuária bovina e a cultura do café (na agropecuária); a atividade da construção, fabricação de produtos de metal, máquinas e equipamentos, edição e gráfica e forjados (na indústria); as oficinas mecânicas e a reparação de equipamentos eletrônicos e material elétrico (no comércio); os serviços de transporte de carga, táxi e serviços de escritório (no setor de serviços).

Por outro lado, existem atividades que são predominantemente conduzidas por mulheres. São exemplos: os serviços de beleza (cabeleireiras e manicures) e ensino (no setor de serviços); a venda por catálogos, farmácias e perfumarias e o comércio de armarinho (no comércio); a fabricação de roupas sob medida, artigos têxteis e de tecidos (na indústria); e a silvicultura e exploração florestal e a avicultura (na agropecuária).

Tabela 2 – Donas de Negócio: principais segmentos de atividade em 2011

Serviços		
Atividades	Mulheres	%
Cabeleireira e manicure	940.704	34%
Bar e lanchonete	545.747	20%
Serviços de saúde	203.589	7%
Serviços prestados às empresas	160.710	6%
Ensino	104.370	4%
Alimentação	102.797	4%
Entretenimento (boates, academias de dança, espetáculos, música etc.)	82.048	3%
Serviços diversos	49.858	2%
Atividades imobiliárias	45.194	2%
Serviços pessoais	43.196	2%
Outros	449.750	16%
Total	2.727.963	100%

Comércio		
Atividades	Mulheres	%
Ambulantes	568.528	26%
Acessórios do vestuário	442.092	20%
Alimentos e bebidas	348.142	16%
Venda por catálogo, TV e internet	141.084	6%
Farmácia e perfumaria	130.242	6%
Comércio por atacado	107.334	5%
Produtos agropecuários	105.459	5%
Armarinho	78.095	4%
Materiais de construção	47.701	2%
Sucata e resíduos	46.866	2%
Outros	179.384	8%
Total	2.194.927	100%

Indústria e Construção		
Atividades	Mulheres	%
Artigos do vestuário	341.829	26%
Roupas sob medida	274.427	21%
Artigos diversos (bijuterias, botões, brinquedos etc.)	203.396	15%
Alimentos e bebidas	150.386	11%
Artigos têxteis	110.736	8%
Móveis e produtos de madeira	31.785	2%
Artigos de tecidos	31.069	2%
Construção	24.472	2%
Artefatos de couro	19.222	1%
Alimentos e bebidas II	17.290	1%
Outros	132.687	10%
Total	1.337.299	100%

Agropecuária e Pesca		
Atividades	Mulheres	%
Milho	105.595	14%
Mandioca	81.821	11%
Silvicultura e exploração florestal	79.223	10%
Avicultura	76.573	10%
Pecuária bovina	74.790	10%
Cultivo de hortaliças	70.194	9%
Produção mista lavoura e pecuária	55.541	7%
Pesca	38.912	5%
Batata, capim, forrageiras etc.	31.587	4%
Cultivo de arroz	20.729	3%
Outros	130.214	17%
Total	765.179	100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Tabela 3 – Donos de Negócio: principais segmentos de atividade em 2011

Serviços		
Atividades	Homens	%
Transporte e locação (táxi)	652.260	16%
Bar e lanchonete	636.980	16%
Transporte de carga	569.341	14%
Serviços prestados às empresas	359.199	9%
Entretenimento (boates, academias de dança, espetáculos, música etc.)	166.694	4%
Cabeleireiro e manicure	142.709	4%
Alimentação	138.094	3%
Serviços de saúde	133.278	3%
Atividades imobiliárias	126.297	3%
Serviço de escritório	114.687	3%
Outros	1.005.419	25%
Total	4.044.958	100%

Comércio		
Atividades	Homens	%
Oficina mecânica	702.953	20%
Alimentos e bebidas	642.729	19%
Ambulantes	549.267	16%
Comércio por atacado	181.219	5%
Acessórios do vestuário	150.437	4%
Reparação material elétrico	144.520	4%
Materiais de construção	135.054	4%
Produtos agropecuários	112.094	3%
Diversos	111.090	3%
Sucata e resíduos	93.610	3%
Outros	620.417	18%

Indústria e Construção		
Atividades	Homens	%
Construção	3.438.105	78%
Móveis e produtos diversos	146.923	3%
Produtos de metal	132.793	3%
Móveis e produtos de madeira	103.715	2%
Alimentos e bebidas	77.723	2%
Máquinas e equipamentos	45.810	1%
Edição e gráfica	43.790	1%
Artigos diversos (bijuterias, botões, brinquedos, etc)	41.143	1%
Artigos do vestuário	34.890	1%
Forjados	32.317	1%
Outros	299.459	7%
TOTAL	4.396.668	100%

Agropecuária e Pesca		
Atividades	Homens	%
Pecuária bovina	629.401	16%
Milho	602.537	15%
Mandioca	466.329	12%
Produção mista lavoura e pecuária	387.730	10%
Cultivo de hortaliças	238.031	6%
Pesca	234.799	6%
Batata, capim, forrageiras etc.	200.476	5%
Café	173.032	4%
Cultivo de arroz	171.201	4%
Diversos	148.588	4%
Outros	678.136	17%
TOTAL	3.930.260	100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

2.16 – Distribuição por regiões e UF

Não existem diferenças expressivas nas distribuições de Donas e Donos de Negócios por regiões do País.

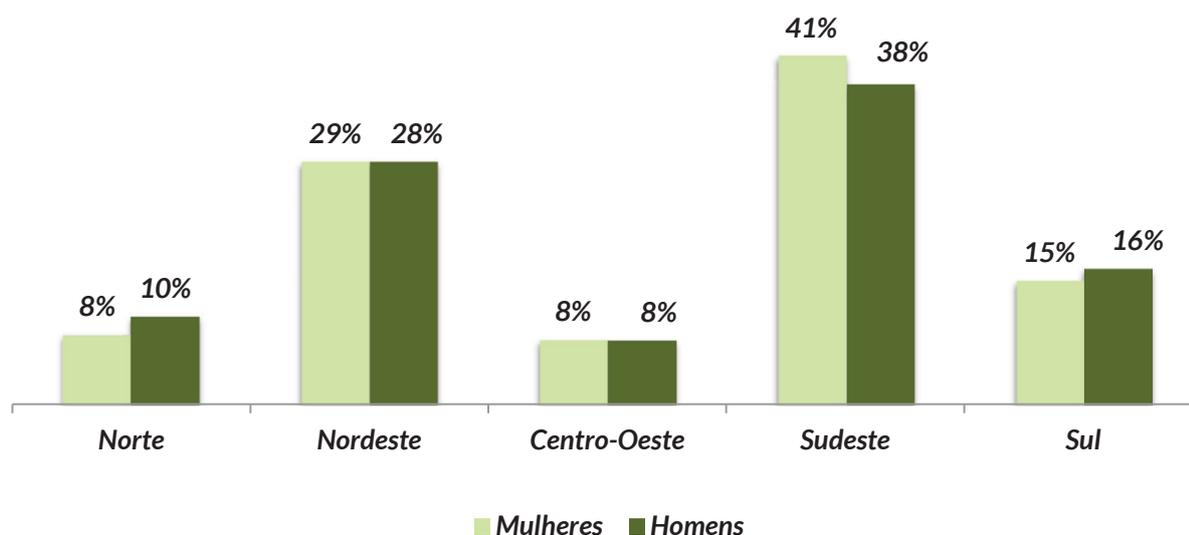
A região Sudeste detém 41% das mulheres com negócio e 38% dos homens com negócio, o Nordeste tem 29% das mulheres com negócio e 28% dos homens com negócio, o Sul tem 15% das mulheres com negócio e 16% dos homens com negócio, o Norte tem 8% das mulheres com negócio e 10% dos homens com negócio, e o Centro-Oeste, 8% das Donas e dos Donos de Negócio.

A despeito das distribuições serem próximas, é possível identificar alguns padrões que ajudam a explicar as pequenas diferenças encontradas entre as regiões. No Sudeste e Nordeste, há maior concentração de mulheres com negócio. Uma possível explicação para o caso do Nordeste pode estar associada ao tradicional fluxo migratório, principalmente de homens, daquela região para as demais, em busca do emprego assalariado. No caso do Sudeste, o maior grau de escolaridade das mulheres nessa região pode ajudar a explicar o peso das Donas de Negócio⁸.

No Sul e Norte a situação se inverte (há proporcionalmente mais homens). Nessas regiões, a concentração de homens com negócio pode estar associada às atividades predominantes ali encontradas (é forte a presença do agronegócio, setor onde é maior a participação masculina) e questões culturais. E no Centro-Oeste há equilíbrio em termos de participação na distribuição de homens e mulheres com negócio.

A análise das Unidades da Federação tende a seguir o padrão já citado para as grandes regiões. Assim, por exemplo, a proporção elevada de mulheres com negócio em São Paulo e no Rio de Janeiro pode estar associada ao maior grau de escolaridade das mulheres nesses estados, comparados às demais UF (há forte concentração da estrutura formal de ensino nesses dois estados). Em todos os estados do Norte e do Sul, há proporcionalmente mais homens com negócio. E no Centro-Oeste, apenas o Mato Grosso tem proporção maior de homens com negócio (sendo compensada nos demais estados da região).

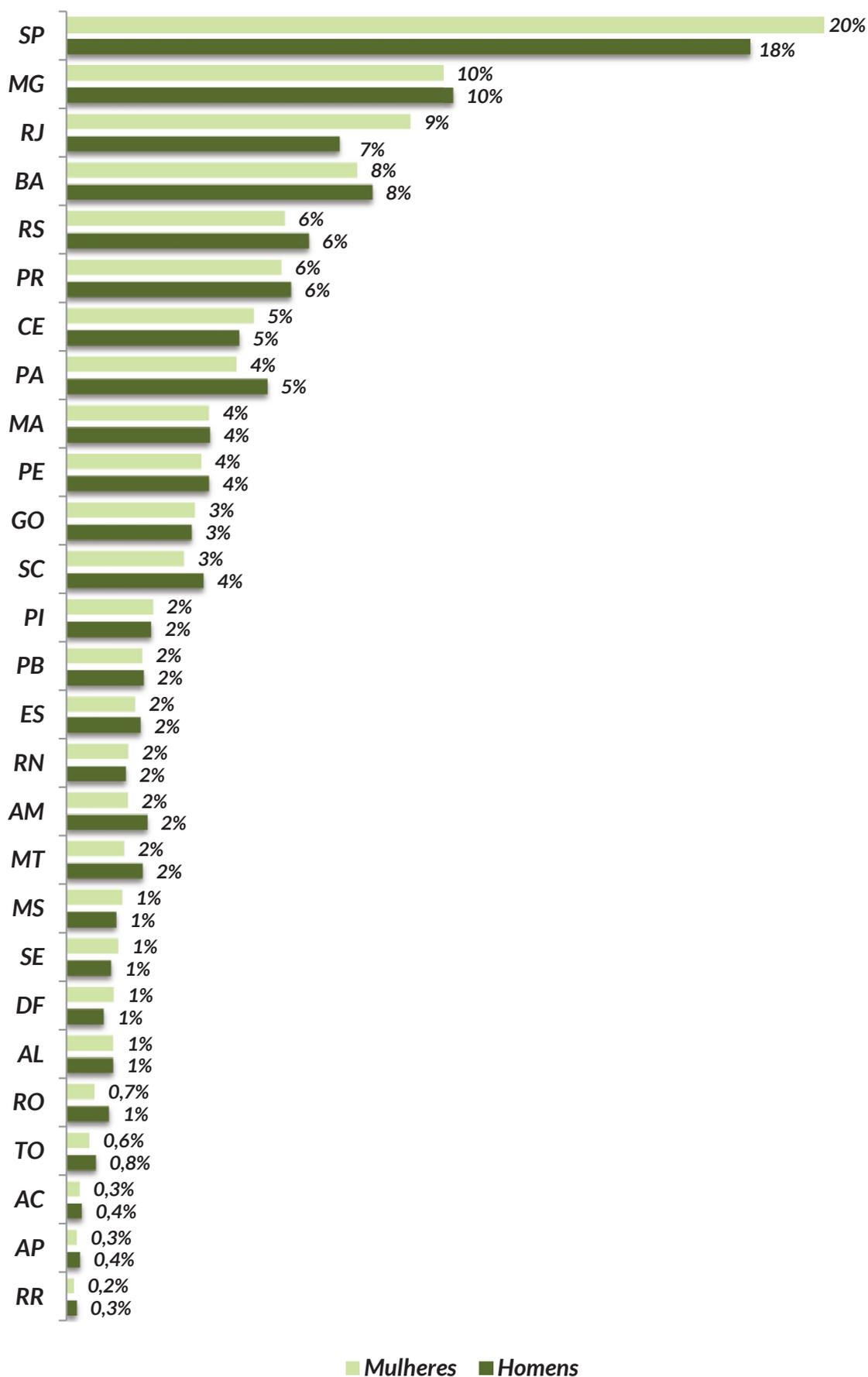
Gráfico 18 – Distribuição por regiões do País em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

⁸ De acordo com o GEM (2012), no Brasil, a taxa de empreendedorismo guarda uma relação positiva com o grau de escolaridade.

Gráfico 19 - Distribuição por Unidades da Federação em 2011 (em %)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

Tabela 4 – Distribuição de Donos e Donas de Negócio, por Unidades da Federação, em 2011, em número de pessoas (hierarquizado pela proporção de mulheres)

UF	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
SP	1.409.625	2.864.858	4.274.483	20,1%	18,1%	19%
MG	700.722	1.618.380	2.319.102	10,0%	10,2%	10%
RJ	639.567	1.142.028	1.781.595	9,1%	7,2%	8%
BA	540.828	1.280.332	1.821.160	7,7%	8,1%	8%
RS	406.023	1.013.747	1.419.770	5,8%	6,4%	6%
PR	399.526	939.702	1.339.228	5,7%	5,9%	6%
CE	348.211	723.340	1.071.551	5,0%	4,6%	5%
PA	315.976	841.394	1.157.370	4,5%	5,3%	5%
MA	265.202	600.565	865.767	3,8%	3,8%	4%
PE	250.264	596.638	846.902	3,6%	3,8%	4%
GO	238.692	523.102	761.794	3,4%	3,3%	3%
SC	218.532	573.472	792.004	3,1%	3,6%	3%
PI	160.618	355.158	515.776	2,3%	2,2%	2%
PB	140.509	322.094	462.603	2,0%	2,0%	2%
ES	127.807	309.675	437.482	1,8%	2,0%	2%
RN	115.043	247.459	362.502	1,6%	1,6%	2%
AM	114.267	337.677	451.944	1,6%	2,1%	2%
MT	107.552	318.820	426.372	1,5%	2,0%	2%
MS	103.283	207.345	310.628	1,5%	1,3%	1%
SE	96.423	186.366	282.789	1,4%	1,2%	1%
DF	88.128	155.366	243.494	1,3%	1,0%	1%
AL	86.896	194.488	281.384	1,2%	1,2%	1%
RO	51.849	178.097	229.946	0,7%	1,1%	1%
TO	42.527	122.485	165.012	0,6%	0,8%	1%
AC	24.350	64.349	88.699	0,3%	0,4%	0,4%
AP	19.415	56.166	75.581	0,3%	0,4%	0,3%
RR	13.533	42.173	55.706	0,2%	0,3%	0,2%
TOTAL	7.025.368	15.815.276	22.840.644	100%	100%	100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2011)

3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise sobre a evolução dos Donos de Negócio por sexo, verifica-se que, no Brasil, entre 2001 e 2011, o número de mulheres com negócio cresceu 21% (acima da taxa verificada nos homens, que foi de 10%), elevando a participação delas de 29% para 31%. Desta forma, em 2011, havia sete milhões de mulheres com negócio e 15,8 milhões de homens com negócio, totalizando 22,8 milhões de pessoas com negócio.

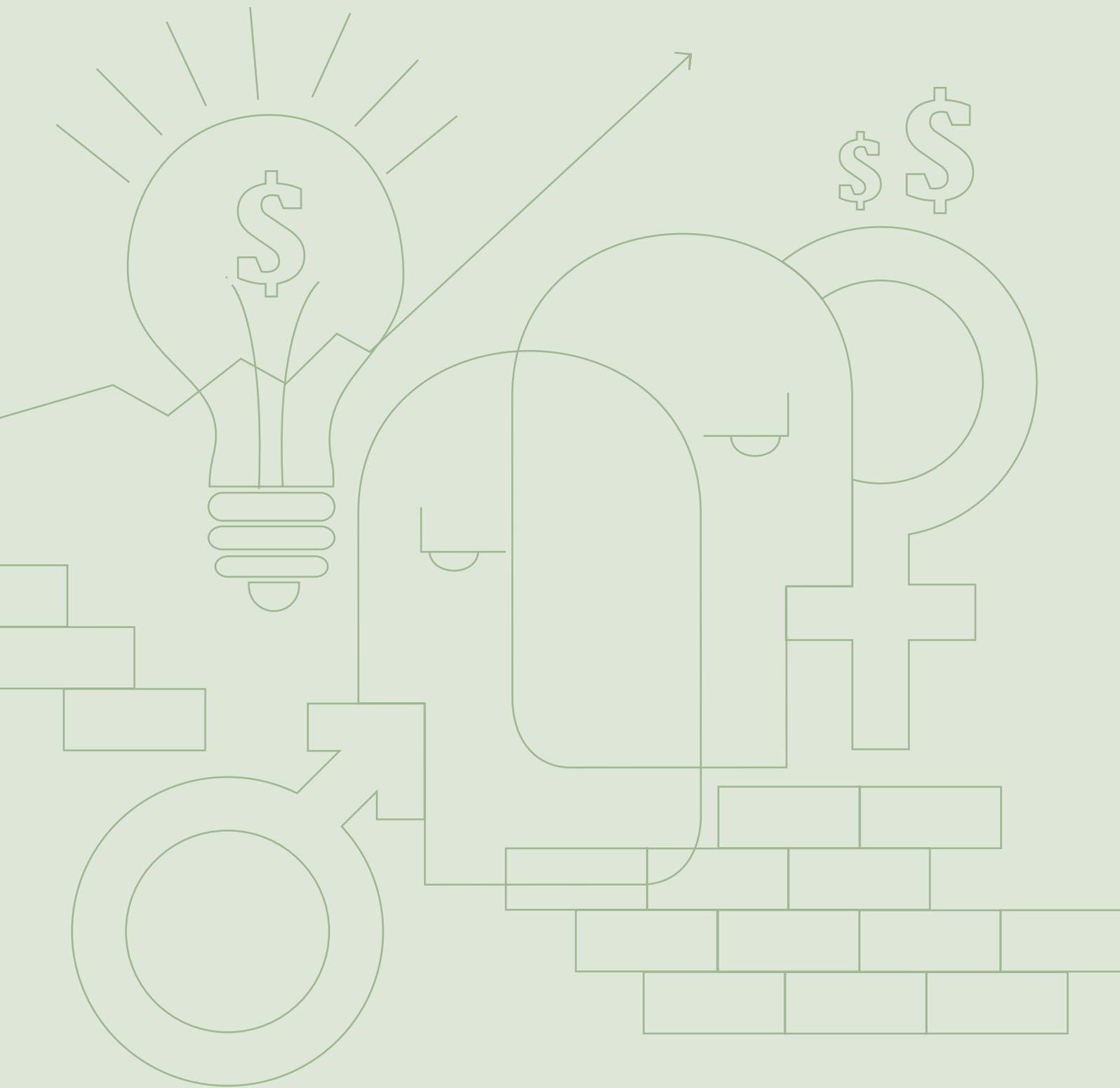
Em ambos os grupos, predominam negócios com uma pessoa só (o conta própria). Aproximadamente 37% das mulheres com negócio e 72% dos homens com negócio, além de gerirem o próprio negócio, são também “chefes” de seus respectivos domicílios.

Comparativamente, as Donas de Negócio têm proporcionalmente mais anos de estudo (8,4 anos contra 6,9 anos nos homens), são um ano mais jovens, em média (têm 43 anos contra 44 anos no caso dos homens), ainda recebem um rendimento médio mensal 31% inferior aos recebidos pelos Donos de Negócio, 72% começaram a trabalhar antes dos 18 anos, 54% estão há mais de cinco anos na atividade atual, trabalham menos horas por semana no negócio (se comparadas aos homens), têm maior acesso aos recursos de telefonia e informática, têm baixa cobertura dos sistemas de previdência, trabalham predominantemente em local fixo urbano ou no próprio domicílio, 68% atuam nos setores de serviços e comércio, com destaque para atividades tais como: serviços de beleza e ensino, venda por catálogos, farmácias e perfumarias e o comércio de armarinho, fabricação de roupas sob medida, artigos têxteis e de tecidos, a silvicultura e a avicultura (na agropecuária). Também têm forte presença em atividades voltadas para o atendimento das necessidades básicas da população, tais como: alimentação, vestuário e saúde. As mulheres com negócio estão mais concentradas que os homens com negócio no Sudeste e Nordeste.

Por sua vez, os Donos de Negócio têm proporcionalmente menos anos de estudo, são um ano mais velhos, em média, recebem um rendimento médio mensal superior aos recebidos pelas mulheres com negócio, 85% começaram a trabalhar antes dos 18 anos, 66% estão há mais de cinco anos na atividade atual, trabalham mais horas por semana no negócio (se comparados às mulheres com negócio), têm menor acesso aos recursos de telefonia e informática, têm baixa cobertura dos sistemas de previdência, trabalham predominantemente em local fixo urbano, estabelecimentos rurais e em locais designados pelos clientes, têm forte presença no setor agropecuário e na construção, e têm destaques em atividades como: a pecuária bovina, cultura do café, produtos de metal, máquinas e equipamentos, edição e gráfica, forjados, oficinas mecânicas, reparação de equipamentos eletrônicos e material elétrico, os serviços de transporte de carga, táxi e serviços de escritório. Também têm forte presença em atividades voltadas para o atendimento das necessidades básicas da população, tais como: alimentação, vestuário e saúde. Apesar da maior concentração no Sudeste e Nordeste, apresentam uma forte participação relativa no Sul e no Norte, regiões onde é maior a presença do agronegócio.

Esses dados revelam que o desenvolvimento de serviços, assim como a comunicação direcionada às Donas de Negócio, deve considerar um grau de escolaridade e informatização maior que o dos homens e uma concentração setorial diferenciada, em atividades mais “sutis”, se comparadas com os homens (p. ex. ensino, saúde e beleza).

Em contraposição a isso, no caso dos homens, há que se considerar seu menor grau médio de escolaridade, de informatização e de acesso às ferramentas de comunicação e a atuação em atividades mais “hard” (p. ex. construção, indústria metal mecânica, agronegócio etc.)





*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

*www.sebrae.com.br
0800 570 0800*