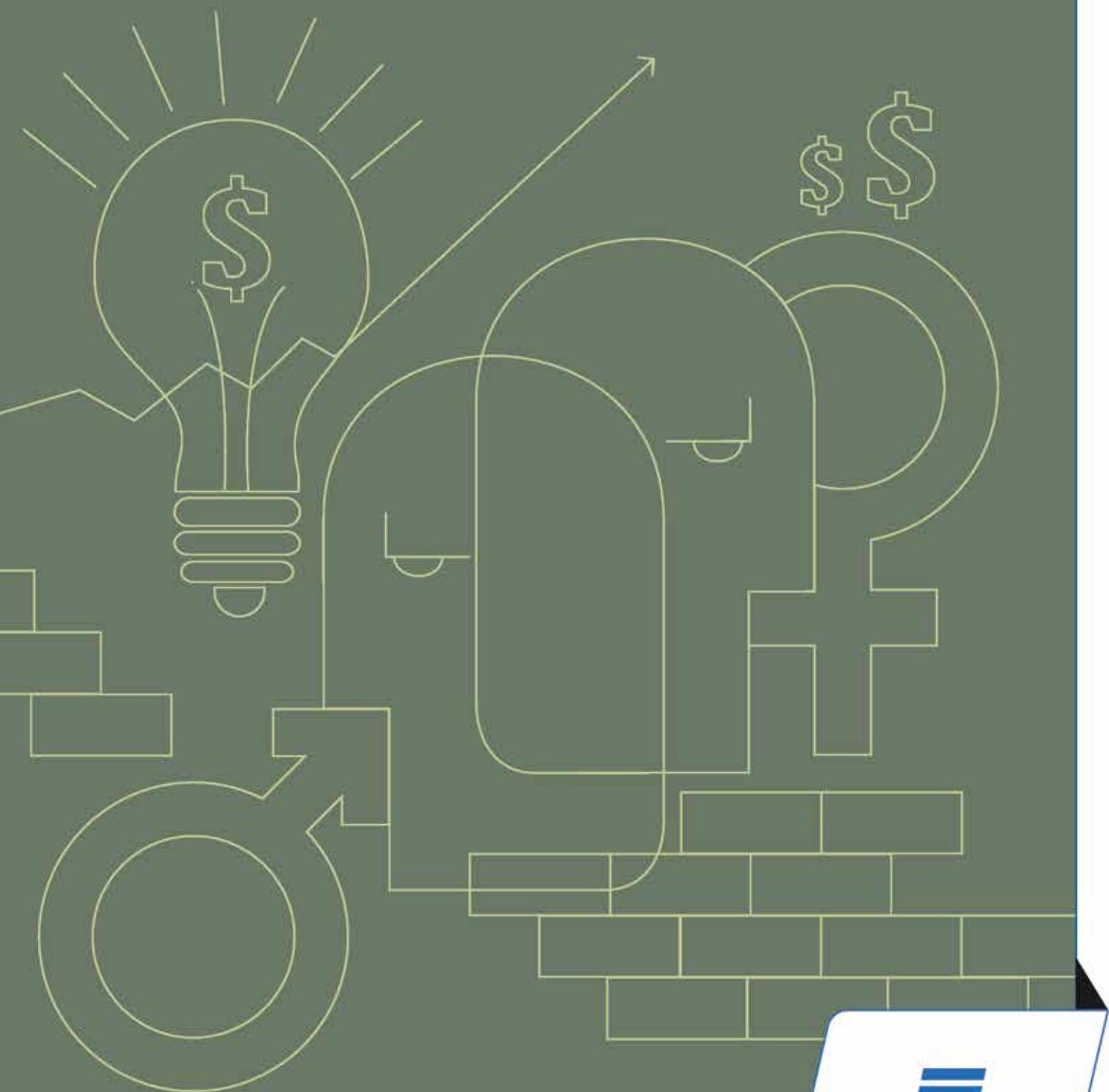


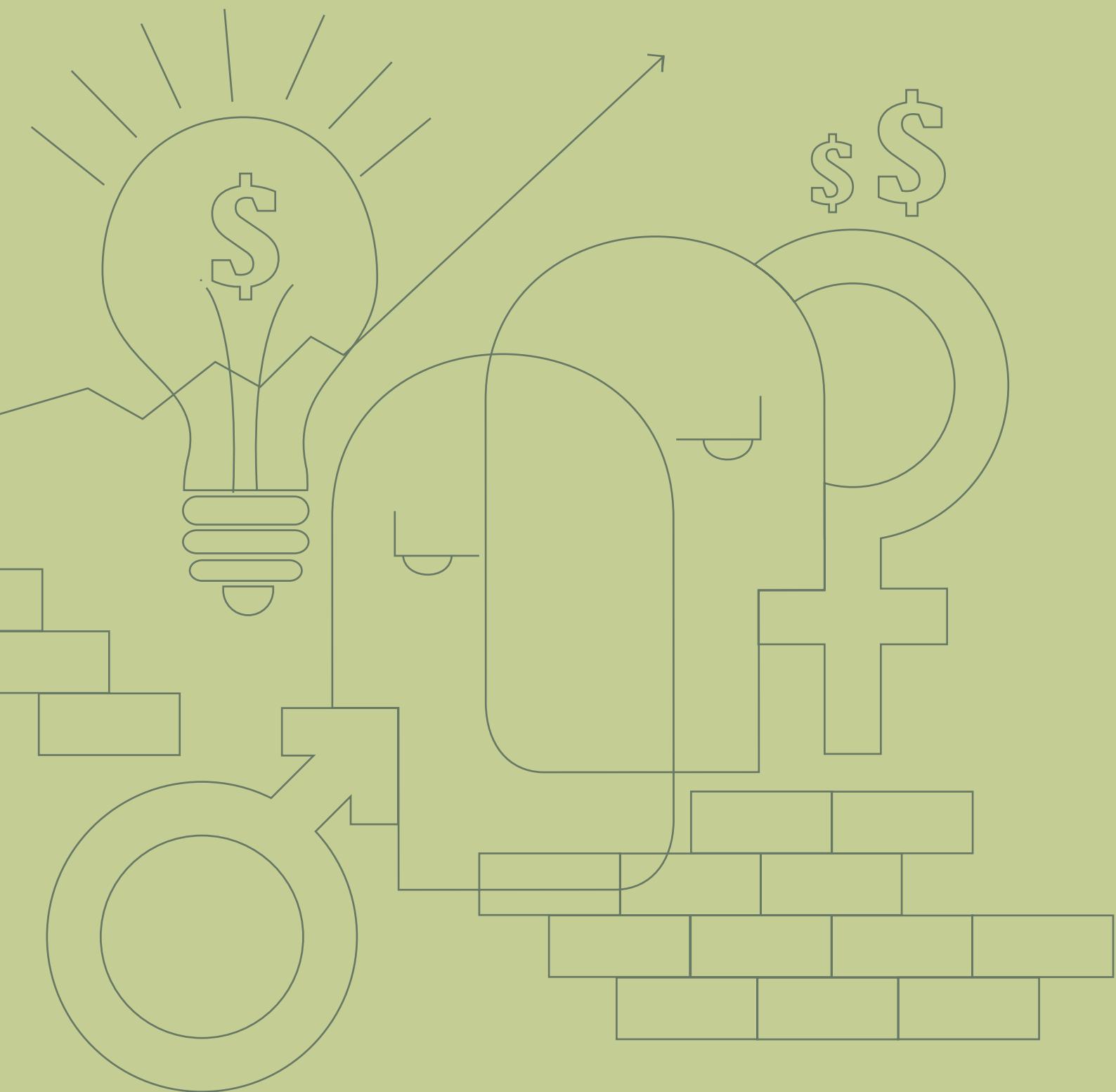
OS DONOS DE NEGÓCIO NO BRASIL: ANÁLISE POR SEXO (2003 - 2013)

Série Estudos e Pesquisas



Abril/2015

SEBRAE



OS DONOS DE NEGÓCIO NO BRASIL: ANÁLISE POR SEXO (2003 - 2013)

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

© 2015. 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
Unidade de Gestão Estratégica
Núcleo de Estudos e Pesquisas
SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – Brasília/DF – CEP: 70200-904
Telefone: (61) 3348-7100
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretora-Técnica

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Unidade de Gestão Estratégica

Gerente

Pio Cortizo Vidal Filho

Gerente Adjunta

Elizis Maria de Faria

Equipe Técnica

Marco Aurélio Bedê (coordenador)

Fernanda Silveira Carneiro

Série Empreendedores Brasileiros

- Anuário da Mulher
- Anuário do Trabalho nas MPE
- Os Donos de Negócio no Brasil
 - » Empresários, potenciais empresários e produtores rurais
 - » Análise por faixa etária, sexo, raça/cor
 - » Empresários do Comércio, Serviços, Indústria e Construção
- Pesquisa GEM

Revisão Ortográfica

Discovery – Formação Profissional Ltda-ME

Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica

ICComunicação

D687s Os donos de negócio no Brasil: análise por sexo (2002-2012). / Marco Aurélio Bedê (Coord.) – Brasília : Sebrae, 2015.

32 p. il.

(Série Estudos e Pesquisas)

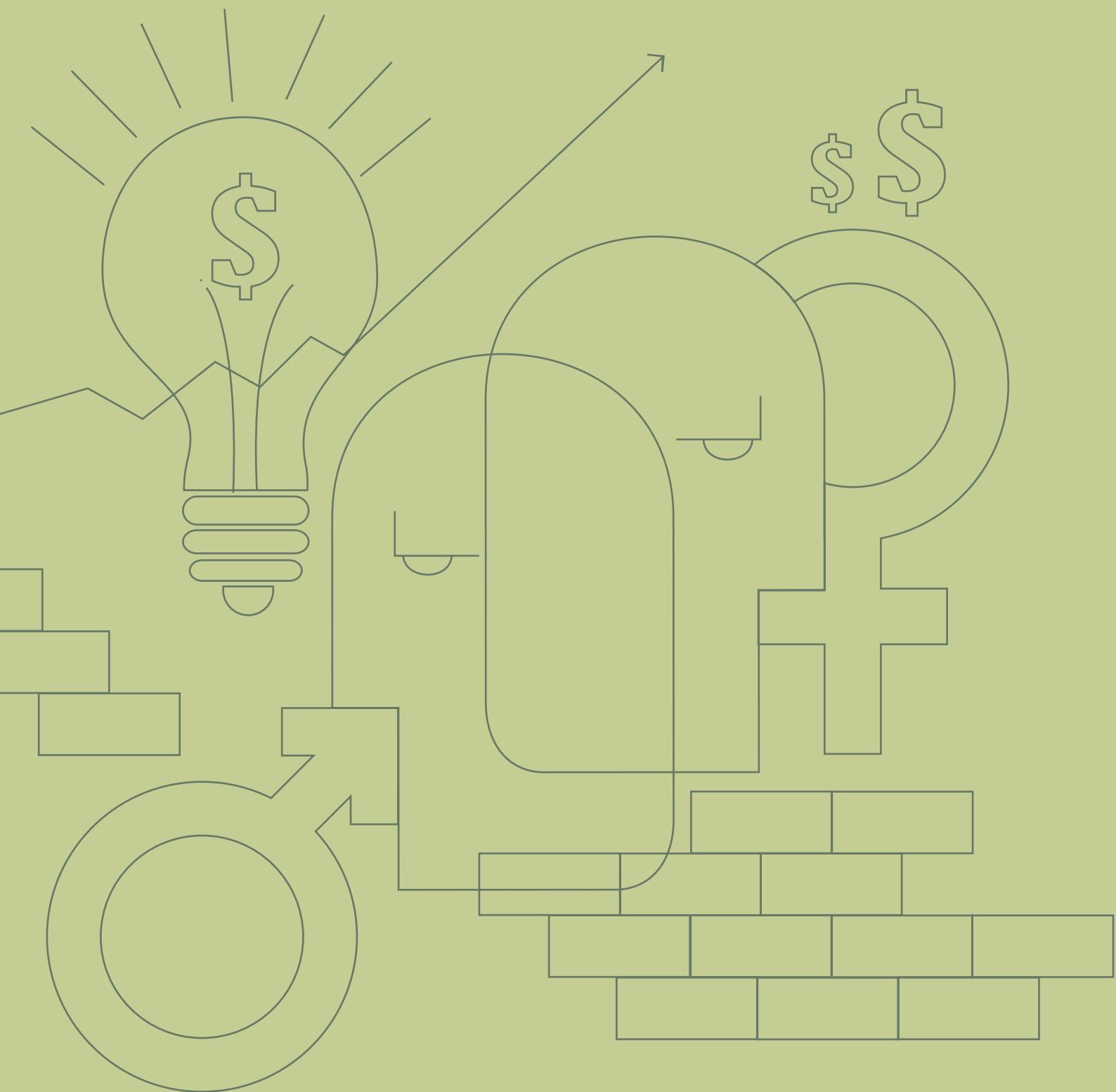
ISBN: 978-85-7333-688-7

1. Análise de mercado 2. Empreendedorismo I. Sebrae. II. Bedê, Marco Aurélio (coord.) III. Título

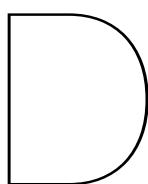
CDU – 339.17

ÍNDICE

ÍNDICE.....	5
INTRODUÇÃO	7
1- DEFINIÇÕES BÁSICAS.....	9
2 – DONOS DE NEGÓCIO POR SEXO.....	10
2.1 – Evolução 2003-2013.....	10
2.2 – Tipos de ocupação	12
2.3 – Posição no domicílio	12
2.4 – Escolaridade.....	13
2.5 – Faixa etária	13
2.6 – Rendimento médio mensal.....	14
2.7 – Idade em que começou a trabalhar.....	16
2.8 – Tempo no trabalho atual.....	16
2.9 – Carga de trabalho semanal.....	17
2.10 – Recursos de telefonia	18
2.11 – Recursos de informática.....	18
2.12 – Previdência Social	19
2.13 – Local de trabalho	20
2.14 – Setor de atividade	20
2.15 – Principais segmentos de atividades.....	21
2.16 – Distribuição por Regiões e UF	25
3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	28



INTRODUÇÃO



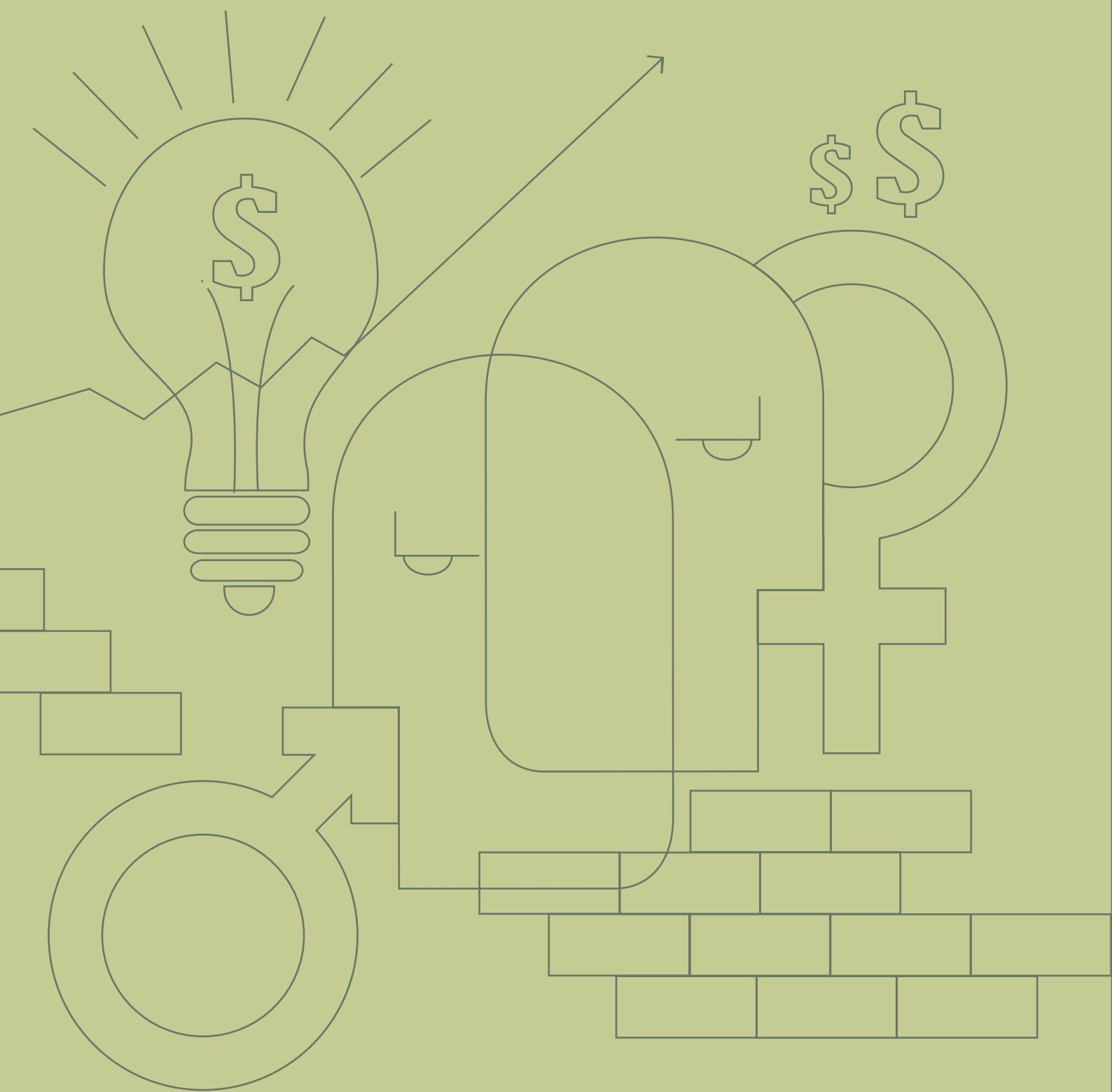
e acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2013, havia cerca de 23,5 milhões de pessoas que trabalhavam no comando do seu próprio negócio, seja como empresário(a) ou como conta-própria. Desse total, cerca de 7,3 milhões (31%) eram mulheres e 16,2 milhões (69%) homens.

Este relatório tem como objetivo apresentar uma análise sobre o perfil das 7,3 milhões de mulheres que estavam à frente de um negócio no Brasil, em 2013. Este trabalho faz parte da série de estudos realizada pelo Sebrae intitulada “Os Donos de Negócio no Brasil”, sendo o foco deste relatório a comparação dos Donos de Negócio, em termos de gênero. O trabalho utiliza como fonte de informação os dados disponíveis na última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, referente ao ano de 2013.

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, 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, acesso à Previdência Social, local de trabalho, setor de atividade, principais segmentos de atividade e a distribuição por regiões do País e por Unidade da Federação (UF).

Embora o foco de análise sejam os dados da PNAD de 2013, em alguns pontos do relatório, também é feita uma análise da série histórica, nos últimos dez anos (2003-2013), e/ou uma análise da variação dos dados da PNAD de 2013 com a do ano anterior.

O último capítulo é reservado às considerações finais.



1- DEFINIÇÕES BÁSICAS

De acordo com o Sebrae¹, o público-alvo desta instituição é composto de:

- Pequenos negócios empresariais (MEI, ME e EPP)²;
- Produtores rurais³;
- Potenciais empresários (com ou sem negócio)⁴; e
- Potenciais empreendedores⁵.

Por sua vez, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), os indivíduos que são donos de negócios podem ser identificados em duas das categorias de análise, no âmbito dos estudos sobre o mercado de trabalho, quais sejam:

- 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; e
- Empregador – pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento com, pelo menos, um empregado assalariado.

Considerando que 99% dos empreendimentos brasileiros são de micro e pequeno porte⁶, a soma dos empregadores e dos conta-própria da PNAD pode ser avaliada como uma boa representação do conjunto de indivíduos que são donos de negócios no País (com ou sem registro formal).

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)*⁷ 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 O PÚBLICO DO SEBRAE, Sebrae, Brasília, 2014.

_____. Diretrizes para a Elaboração do Plano Plurianual 2013/2016 e Orçamento 2013. Jun. 2012.

2 Empresários cujo negócio possui registro de Microempreendedor Individual – MEI, Microempresa – ME e/ou Empresa de Pequeno Porte – EPP (op. cit. p. 13).

3 "...pessoas físicas que exploram atividades agrícolas e/ou pecuárias, nas quais não sejam alteradas a composição e as características do produto *in natura*, faturem até R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) por ano e possuam inscrição estadual de produtor ou declaração de aptidão ao Pronaf (DAP). Soma-se a esse grupo o dos pescadores com registro no Ministério da Pesca" (op. cit. p. 14)

4 "...indivíduos adultos, com mais de 18 anos, que possuem negócio próprio, mas sem registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ); DAP, inscrição estadual ou registro de pescador (no caso dos produtores rurais); e os indivíduos que ainda não possuem negócio próprio, mas que estão ativamente envolvidos na sua estruturação" (op. cit. p. 14)

5 "...pessoas que ainda não estejam ativamente envolvidas na estruturação de um negócio, visando despertá-las para o empreendedorismo e desenvolvimento de suas capacidades empreendedoras. Como atuação junto à sociedade, abrange também o público jovem (menor de 16 anos), junto ao qual busca desenvolver os valores e a cultura do empreendedorismo" (op. cit. p.14).

6 SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa 2014**. São Paulo.

7 IBQP (2014), "Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2014". Curitiba.

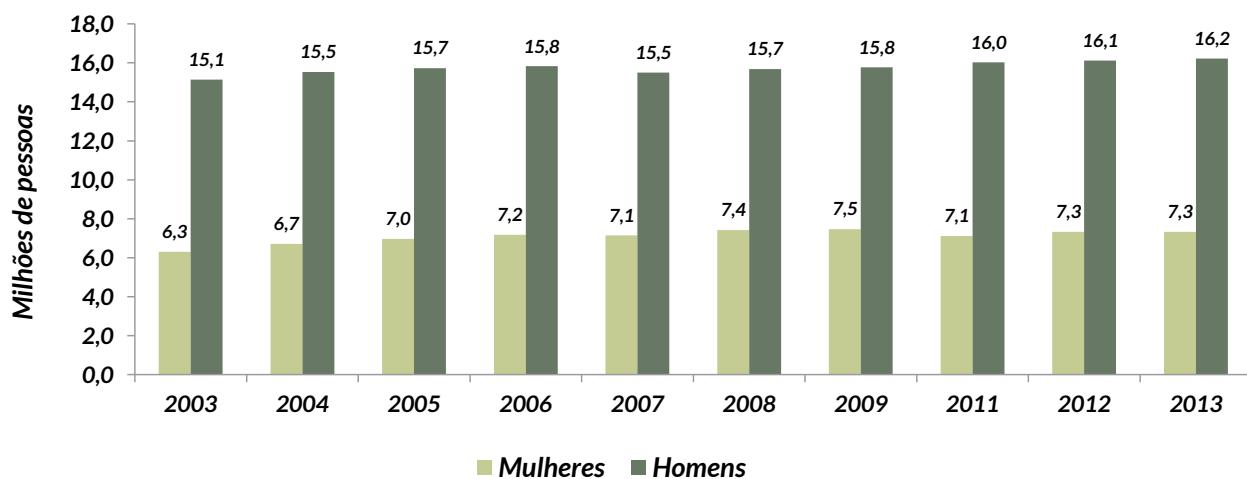
2 – DONOS DE NEGÓCIO POR SEXO

2.1 – Evolução 2003-2013

De acordo com o IBGE, entre 2003 e 2013, o número de Donas de Negócio no País cresceu 16%, passando de 6,3 milhões para 7,3 milhões de pessoas (Gráfico 1). Nesse mesmo período, o número de Donos de Negócio no País cresceu apenas 7%, passando de 15,1 milhões para 16,2 milhões de pessoas.

Apesar de o número de homens com negócio ser superior ao de mulheres com negócio, dado que a taxa de expansão acumulada das mulheres superou a dos homens, a participação relativa das mulheres com negócio cresceu de 29% em 2003 para 32% em 2009, se estabilizando em 31% nos anos de 2011 a 2013 (Gráfico 2). Durante os últimos 10 anos, o número de Donas de Negócio se expandiu em 1 milhão de pessoas (Gráfico 1).

**Gráfico 1 – Número de Donos de Negócio no Brasil, entre 2003 a 2013, por sexo
(em milhões de pessoas)**

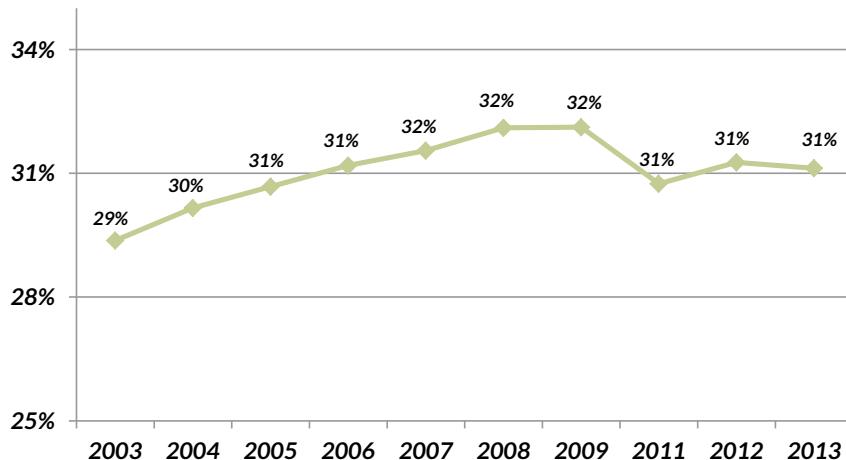


Fonte: IBGE (PNAD 2003 a 2013, exceto 2010, ano em que não foi feita a PNAD)

A participação dos homens com negócio passou de 71% em 2003 para 68% em 2009, permanecendo próximo a 69% a partir de 2011. Considerando o conjunto da série histórica, verifica-se que há uma tendência à expansão da participação relativa da mulher no total de Donos de Negócio no País, no longo prazo. Particularmente em 2011 houve ligeira queda da participação das mulheres, associada ao fato de o mercado de trabalho brasileiro encontrar-se próximo ao pleno emprego, com salários em alta, o que em certo sentido pode ter estimulado algumas mulheres, Donas de Negócio, a optar pelo emprego assalariado (Gráfico 2). No entanto, em 2012, a participação das mulheres voltou a apresentar expansão. 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 do tamanho 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 escolaridade⁸.

⁸ IPEA (2010), "Mulher e trabalho: Avanços e continuidades". Comunicados do IPEA, mar./2010.

Gráfico 2 – Participação das mulheres no total de Donos de Negócio no Brasil, entre 2003 a 2013 (em %)



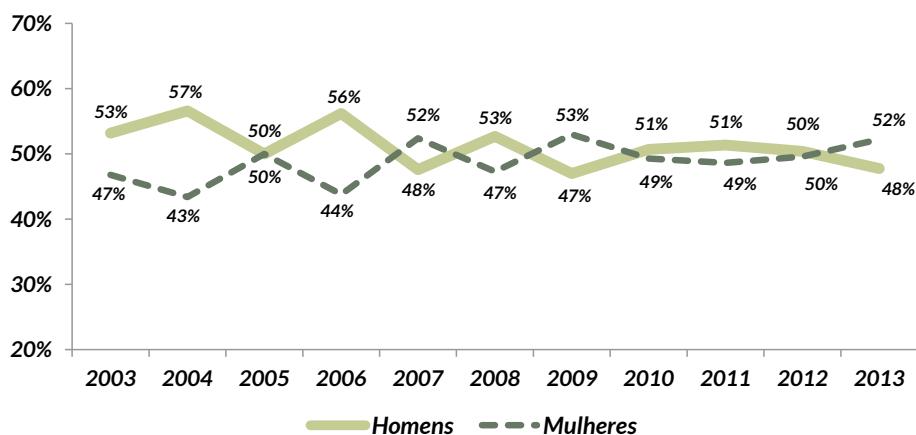
Fonte: IBGE (PNAD 2003 a 2013, exceto 2010, ano em que não foi feita a PNAD)

Vale observar que a tendência de aumento da participação das mulheres como Donas de Negócio deve continuar nos próximos anos. Corrobora para essa análise a observação dos dados da última pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)⁹. 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 estão fazendo algo para ter um novo negócio e/ou que já possuem 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 relativa das mulheres na TEA cresceu de 47% em 2003, para 53% do total de “Empreendedores Iniciais”, em 2009. Entre 2010 e 2012, ficou próximo a 50% do total, voltando a subir para 52% em 2013.

Por si só, o fato de haver uma proporção maior de mulheres na TEA (que é a porta de entrada no empreendedorismo) já é um indicativo de que a participação relativa delas no total de Donos de Negócio tende a continuar crescendo nos próximos anos. Além disso, esta participação voltou a crescer no último ano da pesquisa (chegando em 52% em 2013).

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 ter um negócio próprio (formal ou informal) ou que já possui um negócio (formal ou informal) com até 3,5 anos de atividade.

⁹ IBQP (2014), *op. cit.*

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 86% das mulheres com negócio são conta-própria, proporção ligeiramente superior ao grupo dos homens (84%). Ou seja, entre as Donas de Negócio, há uma proporção maior de pessoas que trabalham sem empregados, portanto, com estruturas de negócio mais modestas e/ou 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 2013

	Mulher		Homem		TOTAL
Conta-própria	6.290	86%	13.634	84%	19.924
Empregadores	1.039	14%	2.584	16%	3.623
TOTAL	7.329	100%	16.218	100%	23.547
					100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

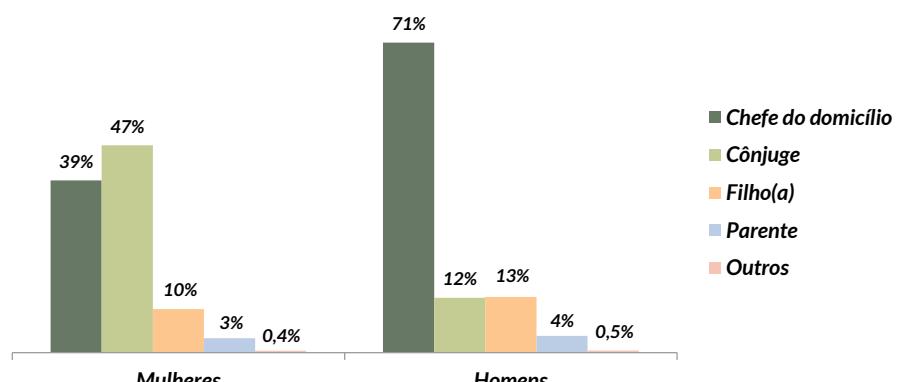
2.3 – Posição no domicílio

No grupo das mulheres com negócio, 39% são chefes de domicílio, 47% são cônjuges, 10% são filhas, 3% são parentes e 0,4% “outros” (ex.: agregados e pensionistas).

No grupo dos homens com negócio, 71% são chefes do domicílio, 12% são cônjuges, 13% filhos, 4% são parentes e 0,5% “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 (61%) ainda não possui esta responsabilidade (só 39% são chefes de domicílio). Não obstante isso, a proporção de Donas de Negócio que são “chefes de domicílio” evoluiu positivamente na última década. Entre 2003 e 2013, a proporção citada passou de 28% para 39%. Em 2003 havia 1,7 milhão de Donas de Negócio chefes de domicílio, número que subiu para 2,9 milhões em 2013 (expansão de 1,1 milhão de Donas de Negócio chefes de domicílio).

Gráfico 4 – Distribuição por posição no domicílio (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

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

2.4 – Escolaridade

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

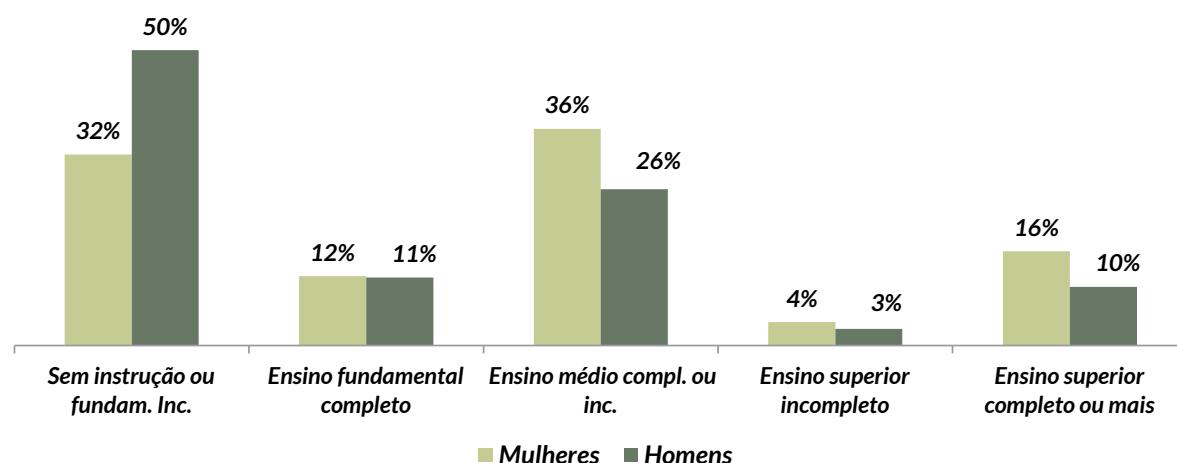
Entre as mulheres com negócio, 16% têm ensino superior completo ou mais, 4% têm superior incompleto, 36% têm ensino médio (completo ou incompleto), 12% têm ensino fundamental completo e 32% têm no máximo o fundamental incompleto (Gráfico 5).

No grupo dos homens com negócio, 10% têm ensino superior completo ou mais, 3% têm superior incompleto, 26% têm ensino médio (completo ou incompleto), 11% têm ensino fundamental completo e 50% têm no máximo o fundamental incompleto.

O número médio de anos de estudo entre as mulheres com negócio em 2013 foi de 8,9 anos, 24% superior ao verificado no grupo dos homens com negócio, cuja média foi de 7,2 anos de estudo.

Entre 2003 e 2013, o número médio de anos de estudo das Donas de Negócio cresceu 22%, passando de 7,3 anos para 8,9 anos de estudo. A mesma porcentagem foi apresentada pelo grupo de Donos de Negócios, que teve o número médio de anos de estudo aumentado de 5,9 anos para 7,2 anos de estudo.

Gráfico 5 – Distribuição por grau de escolaridade (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

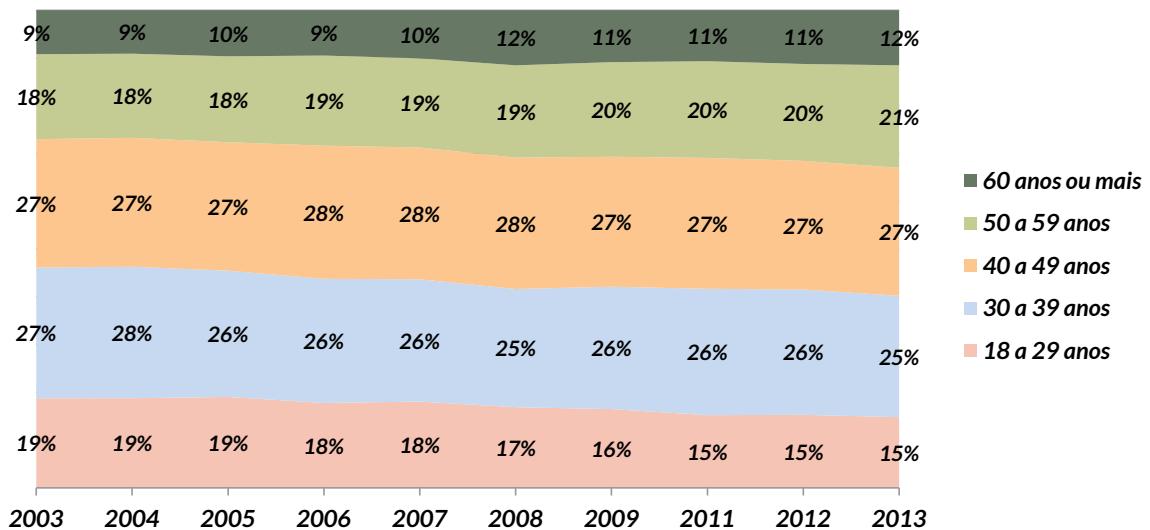
2.5 – Faixa etária

Entre 2003 e 2013, 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 2013, entre as mulheres com negócio, 15% tinham até 29 anos e 25% tinham entre 30 e 39 anos, 27% tinham entre 40 e 49 anos, 21% entre 50 e 59 anos e 12% tinham 60 anos ou mais. Pelo Gráfico 6, verifica-se que, entre 2003 e 2013, caiu a participação relativa das faixas etárias mais jovens (até 39 anos), e aumentou a das mulheres com 50 anos ou mais.

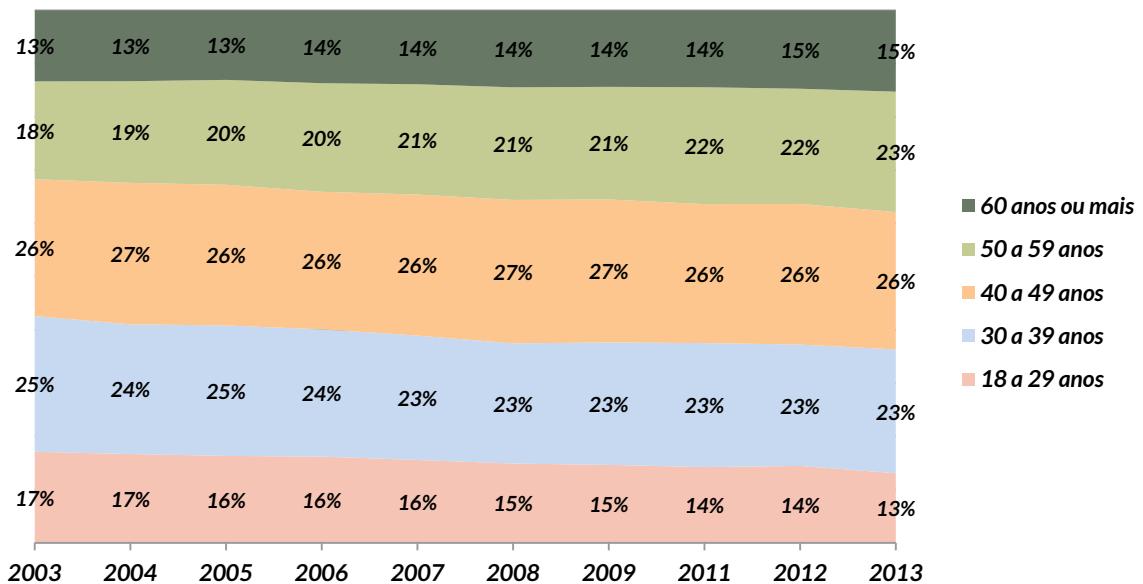
No grupo dos homens com negócio, 13% tinham até 29 anos e 23% tinham entre 30 e 39 anos, 26% tinham entre 40 e 49 anos, 23% entre 50 e 59 anos e 15% tinham 60 anos ou mais. Pelo Gráfico 7, verifica-se que, tal como ocorrido com as mulheres, no grupo dos homens com negócio, entre 2003 e 2013, caiu a participação relativa das faixas etárias mais jovens (até 39 anos), e aumentou a participação das faixas com 50 anos ou mais.

Gráfico 6 – Distribuição das Donas de Negócio por faixa etária, 2003 a 2013



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

Gráfico 7 – Distribuição dos Donos de Negócio por faixa etária, 2003 a 2013



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

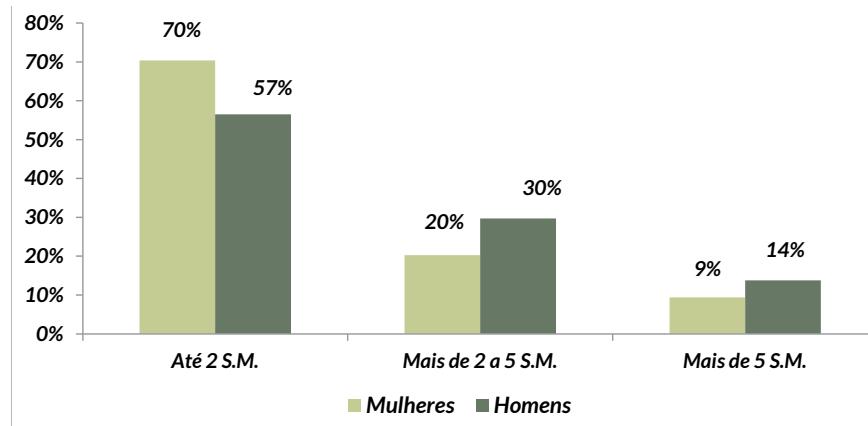
2.6 – Rendimento médio mensal

Em geral, o rendimento médio mensal das Donas de Negócio é menor que o dos Donos de Negócio. Em 2013, o rendimento médio mensal das mulheres com negócio, medido em salários mínimos (S.M.), 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, em 2013, 70% perceberam um rendimento de até dois S.M., 20% ganharam entre dois e cinco S.M e 9% ganharam mais de cinco S.M. (Gráfico 8).

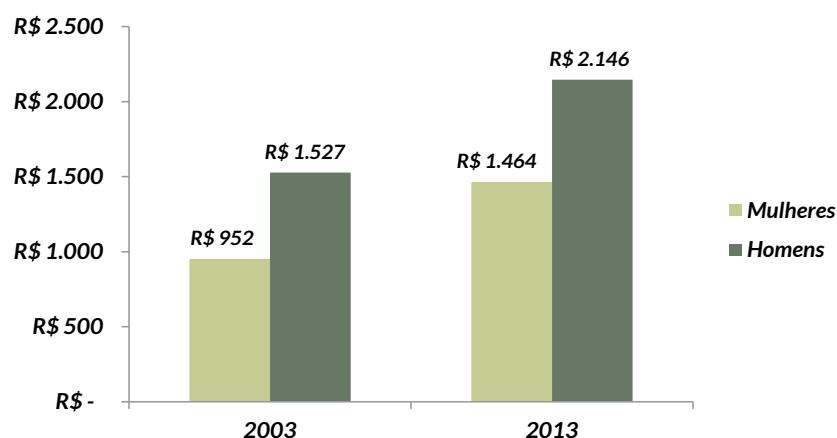
No grupo dos homens com negócio, 57% perceberam um rendimento de até dois S.M., 30% ganharam entre dois e cinco S.M e 14% ganharam mais de cinco S.M.

Gráfico 8 – Distribuição por faixa de rendimento médio mensal (2013), em salários mínimos (S.M.)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

Gráfico 9 – Rendimento médio real (em R\$ set/2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2003 e 2013).

Nota: valores em R\$/2013, corrigidos pelo INPC de set/2003 a set/2013.

Apesar de perceber um rendimento menor que dos homens, entre 2003 e 2013, o rendimento médio real das mulheres com negócio cresceu 54% (já descontada a inflação), passando de R\$952 para R\$1.464, enquanto o dos homens com negócio aumentou 40%, passando de R\$1.527 para R\$2.146 (Gráfico 9).

Dado que a evolução do rendimento médio real das Donas de Negócio foi mais positiva que a dos Donos de negócio, a diferença entre os rendimentos caiu nos últimos 10 anos. Em 2003, as mulheres recebiam 38% a menos que os homens. Em 2013, as mulheres recebiam 32% a menos que os homens.

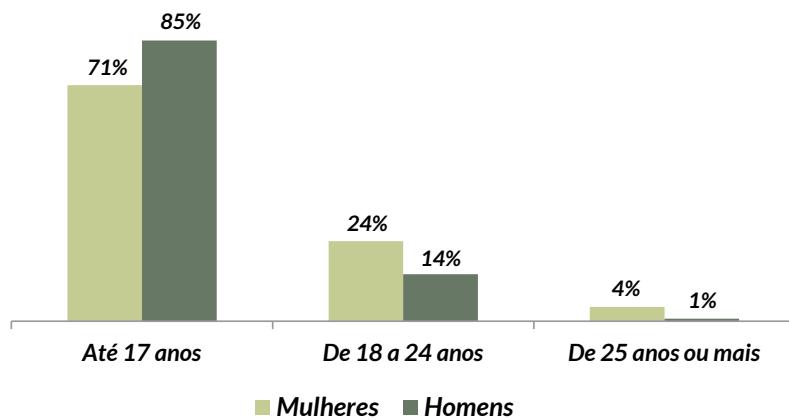
2.7 – Idade em que começou a trabalhar

A pesquisa revela que 71% das mulheres com negócio começaram a trabalhar com até 17 anos de idade, 24% começaram a trabalhar entre 18 e 24 anos e 4% 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 despendem 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 (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

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 (Gráfico 11).

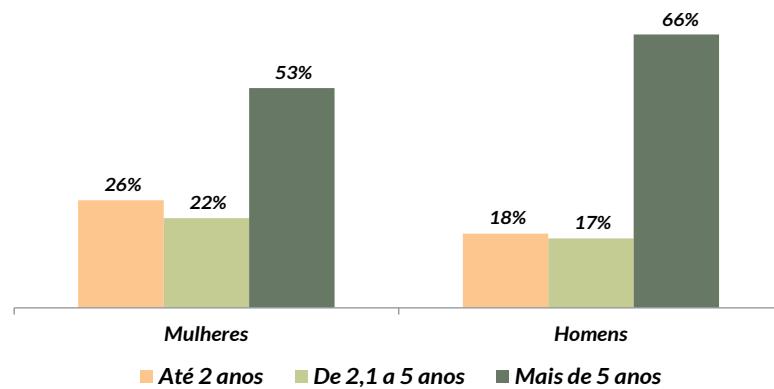
Entre as mulheres com negócio, 53% está há mais de cinco anos trabalhando na atividade atual, 22% trabalham na atividade atual há algo entre dois e cinco anos e 26% há no máximo dois anos.

Entre os homens com negócio, 66% está há mais de cinco anos trabalhando na atividade atual, 17% trabalham na atividade atual entre dois e cinco anos e 18% há no máximo dois anos.

Em 2013, metade das Donas de Negócio encontrava-se naquela atividade há mais de 6 anos (mediana). Em termos comparativos, no grupo dos Donos de Negócio, metade encontrava-se na atividade há mais de 10 anos (mediana).

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

Gráfico 11 – Distribuição por tempo no trabalho atual (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

2.9 – Carga de trabalho semanal

Em média, as Donas de Negócio trabalham 34 horas semanais no seu negócio, enquanto os Donos de Negócio trabalham 43 horas semanais. A jornada de trabalho semanal das mulheres, no negócio, é 21% menor que a dos homens.

Apesar da menor carga de trabalho semanal, em média, no negócio, ainda assim, cerca de 25% das mulheres com negócio trabalham 45 horas ou mais por semana. No grupo dos homens com negócio, 39% trabalham no negócio 45 horas ou mais.

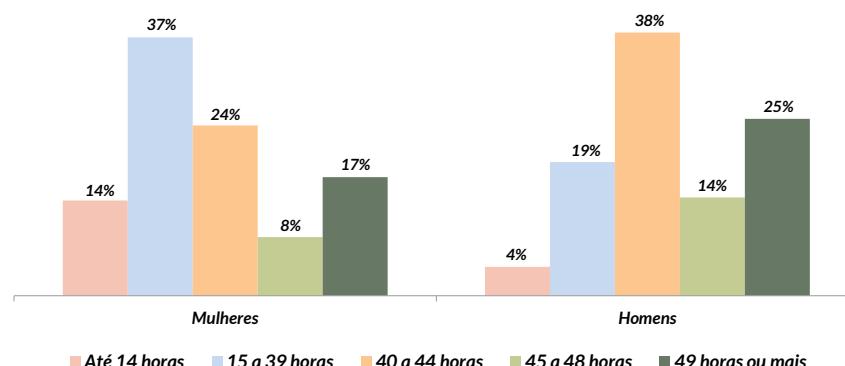
No grupo das mulheres com negócio, 17% trabalham 49 horas ou mais por semana, 8% trabalham entre 45 e 48 horas semanais, 24% entre 40 e 44 horas, 37% entre 15 e 39 horas e 14% até 14 horas semanais (Gráfico 12).

No grupo dos homens com negócio, 25% trabalham 49 horas ou mais por semana, 14% trabalham entre 45 e 48 horas semanais, 38% entre 40 e 44 horas, 19% entre 15 e 39 horas, e 4% até 14 horas semanais.

Uma proporção maior de Donas de Negócio (51%) trabalha menos de 40 horas, se comparada à dos Donos de Negócio, onde apenas 23% trabalham menos de 40 horas.

A menor carga de trabalho semanal das mulheres à frente do negócio, em parte, pode estar associada à dupla jornada, mais comum neste grupo. Uma das vantagens citadas nas pesquisas sobre ter um negócio próprio é a independência para escolher local e hora de trabalho¹⁰, o que, para as Donas de Negócio, permite uma maior compatibilização das atividades do negócio com as atividades associadas aos cuidados com os filhos e com o lar.

Gráfico 12 – Distribuição por carga de trabalho semanal (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

10 ENDEAVOR (2013), "Empreendedores Brasileiros: perfis e percepções 2013". São Paulo, 101p.

2.10 – Recursos de telefonia

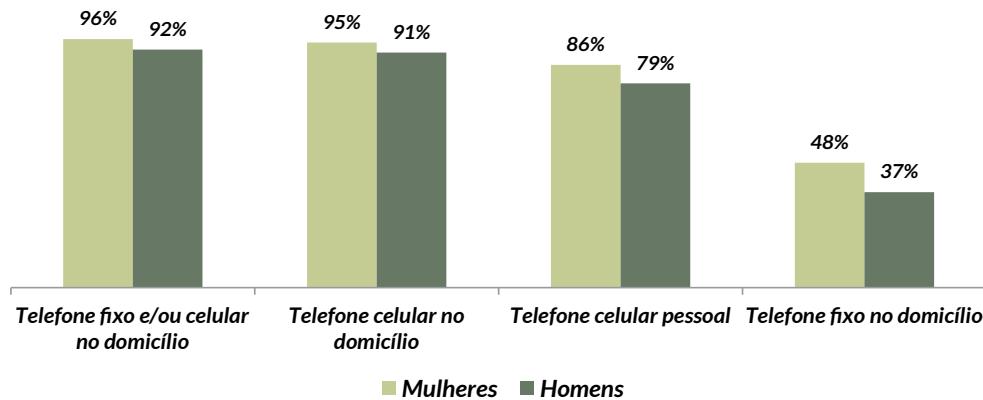
Em geral, as mulheres com negócio têm mais acesso aos recursos de telefonia do que os homens com negócio.

No grupo das Donas de Negócio, 96% têm telefone fixo e/ou celular, 95% têm celular no domicílio, 86% têm celular pessoal e 48% têm telefone fixo (Gráfico 13).

No grupo dos Donos de Negócio, 92% têm telefone fixo e/ou celular, 91% têm celular no domicílio, 79% têm celular pessoal e 37% 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 comunicação¹¹.

Gráfico 13 – Recursos de telefonia, no domicílio, em 2013 (apenas quem possui)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

2.11 – Recursos de informática

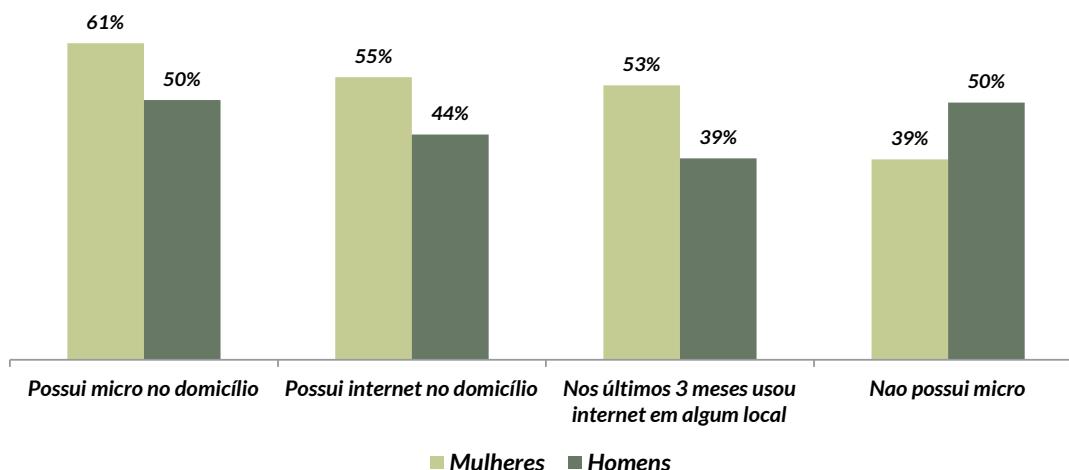
Em geral, as Donas de Negócio têm mais acesso aos recursos de informática do que os Donos de Negócio. Em parte, isso pode estar relacionado ao maior grau médio de escolaridade das Donas de Negócio.

No grupo das Donas de Negócio, 61% possuem micro no domicílio, 55% têm internet no domicílio, 53% acessaram a internet nos últimos três meses “em algum local” e 39% não possuem micro em casa.

No grupo dos Donos de Negócio, 50% possuem micro no domicílio, 44% têm internet no domicílio, 39% acessaram a internet nos últimos três meses “em algum local” e 50% não possuem micro em casa.

¹¹ 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 14 – Recursos de informática, no domicílio, em 2013



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

2.12 – Previdência Social

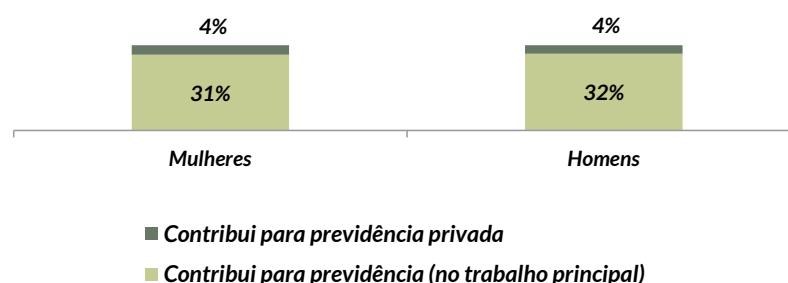
A contribuição à Previdência Social é relativamente baixa nos dois grupos analisados. Em parte, isso parece refletir preocupação sobre o assunto ainda pouco presente, em especial nas faixas etárias mais jovens de Donas e Donos de Negócio, e que estão longe do período de solicitação da aposentadoria.

Entre as mulheres com negócio (Gráfico 15), apenas 31% contribuem para a previdência no trabalho principal e 4% contribuem para alguma entidade de previdência privada. Assim, no máximo 35% possuem algum tipo de previdência.

No grupo dos homens com negócio, 32% contribuem para a previdência no trabalho principal e 4% contribuem para alguma entidade de previdência privada. No máximo 36% possuem algum tipo de previdência.

Trabalhos anteriores do Sebrae¹² 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.

Gráfico 15 – Contribuição à previdência (apenas quem contribui), em 2013



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

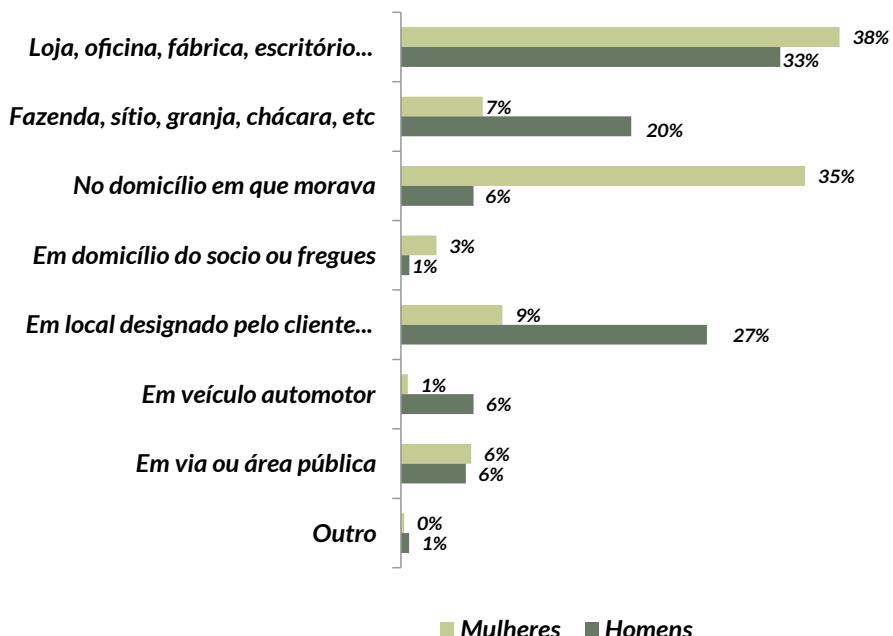
12 Sebrae (2013), "Donos de Negócio no Brasil: Empresários, Potenciais Empresários e Produtores Rurais no Brasil". Sebrae (2013), "Donos de Negócio no Brasil: análise por faixa etária".

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 73% dos negócios geridos por elas. O restante está distribuído entre as seguintes opções: “local designado pelo cliente”, “fazenda, sítio, granja, chácara”, “via ou 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 mais elevada das opções “local designado pelo cliente”, estabelecimentos rurais (“fazenda, sítio, granja, chácara”) e “em veículo automotor”.

Gráfico 16 – Distribuição por local de trabalho (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

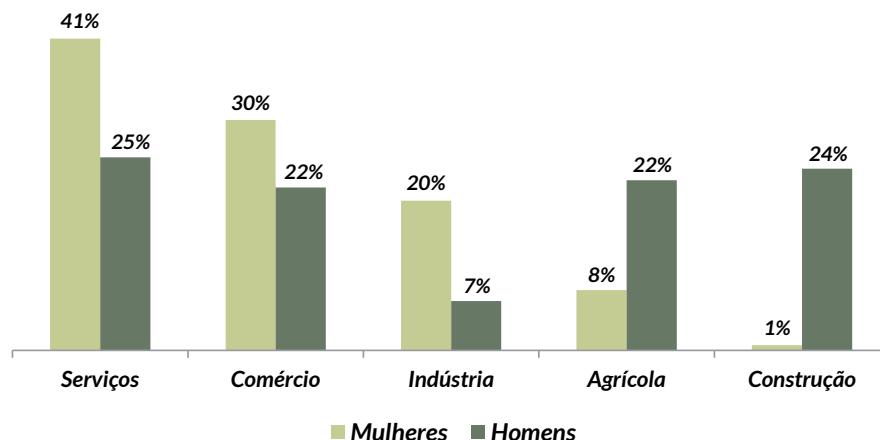
2.14 – Setor de atividade

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

No grupo das mulheres com negócio, 41% estão no setor de serviços, 30% no comércio, 20% na indústria, 8% no setor agrícola e 1% na construção (Gráfico 17).

No grupo dos homens com negócio, 25% estão no setor de serviços, 24% na construção, 22% estão no setor agrícola, 22% no comércio e 7% na indústria.

Gráfico 17 – Distribuição por setor de atividade (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

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 e edição e gráfica (na indústria); as oficinas mecânicas e a reparação de equipamentos eletrônicos e material elétrico (no comércio); e os serviços de transporte (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 armário (no comércio); a fabricação de roupas sob medida, artigos do vestuário e artigos têxteis (na indústria); e a avicultura, a silvicultura e a exploração florestal (na agropecuária).

Comparando 2013 com o ano anterior, as principais mudanças verificadas foram:

- Queda da participação das mulheres na agropecuária e na pesca. Neste setor, o número de mulheres passou de 622 mil em 2012 para 583 mil em 2013, ou seja, houve queda de 39 mil mulheres neste setor (queda de 6%);
- Aumento da participação das mulheres no setor de indústria. Neste setor, o número de mulheres passou de 1,41 milhões em 2012 para 1,49 milhões em 2013, ou seja, expansão de 88 mil mulheres neste setor. Dentro do setor da indústria, os destaques foram: o aumento da participação das mulheres nas atividades de artigos têxteis (de 232 mil para 302 mil de mulheres, expansão de 30%), e alimentos e bebidas (de 132 mil para 161 mil mulheres, expansão de 22%);

- No comércio, os destaques foram: o número de mulheres na venda por catálogos passou de 75 mil para 132 mil (acréscimo de 76%) e o número de mulheres em farmácias e perfumarias passou de 188 mil para 215 mil (acréscimo de 14%);
- Aumento do número de homens na indústria (de 4,763 milhões em 2012 para 4,949 milhões em 2013, ou seja, expansão de 186 mil homens, ou 4%); e
- Aumento da participação de homens na agropecuária e na pesca (de 3,616 milhões em 2012 para 3,645 milhões em 2013, ou seja, aumento de 29 mil homens, ou acréscimo de quase 1%).

Tabela 2 – Donas de Negócio: principais segmentos de atividade em 2013

Serviços			
Atividades	Mulheres	%	
Cabeleireira e manicure	1.079.665	36%	
Bar e lanchonete	597.752	20%	
Serviços de saúde	244.558	8%	
Serviços prestados às empresas	192.534	6%	
Ensino	127.055	4%	
Alimentação	109.543	4%	
Entretenimento (boates, academias de dança, espetáculos, música etc.)	59.470	2%	
Serviço de escritório	55.742	2%	
Serviços diversos	54.250	2%	
Lavanderia	47.604	2%	
Outros	449.610	15%	
TOTAL	3.017.783	100%	

Comércio			
Atividades	Mulheres	%	
Ambulantes	502.773	23%	
Acessórios do vestuário	470.072	21%	
Alimentos e bebidas	392.310	18%	
Farmácia e perfumaria	215.964	10%	
Venda por catálogo, TV e internet	132.174	6%	
Produtos agropecuários	87.080	4%	
Armarinho	86.393	4%	
Comércio por atacado	82.822	4%	
Sucata e resíduos	41.577	2%	
Materiais de construção	36.969	2%	
Outros	181.045	8%	
TOTAL	2.229.179	100%	

Indústria e Construção			
Atividades	Mulheres	%	
Artigos do vestuário	417.268	28%	
Artigos têxteis	302.588	20%	
Roupas sob medida	225.652	15%	
Alimentos e bebidas	161.167	11%	
Artigos diversos (bijuterias, botões, brinquedos etc.)	103.368	7%	
Construção	49.316	3%	
Móveis e produtos de madeira	37.341	2%	
Alimentos e bebidas II	24.555	2%	
Edição e gráfica	23.149	2%	
Calçados e artefatos	20.458	1%	
Outros	133.497	9%	
TOTAL	1.498.359	100%	

Agropecuária e Pesca			
Atividades	Mulheres	%	
Avicultura	74.392	13%	
Cultivo de hortaliças	70.526	12%	
Mandioca	67.451	12%	
Pecuária bovina	66.476	11%	
Milho	45.798	8%	
Pesca	44.649	8%	
Silvicultura e exploração florestal	43.220	7%	
Produção mista lavoura e pecuária	33.938	6%	
Batata, Capim, Forrageiras etc.	27.207	5%	
Diversos	13.853	2%	
Outros	96.145	16%	
TOTAL	583.655	100%	

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013).

Tabela 3 – Donos de Negócio: principais segmentos de atividade em 2013

Serviços			
Atividades	Homens	%	
Transporte e locação (taxi)	645.645	16%	
Bar e lanchonete	614.129	15%	
Transporte de carga	604.235	15%	
Serviços prestados às empresas	347.023	8%	
Entretenimento (boates, academias de dança, espetáculos, música etc.)	190.676	5%	
Cabeleireiro e manicure	161.419	4%	
Serviço de escritório	147.979	4%	
Serviços de saúde	145.251	4%	
Ambulante de alimentação	131.744	3%	
Alimentação	122.890	3%	
Outros	1.022.257	25%	
TOTAL	4.133.248	100%	

Comércio		
Atividades	Homens	%
Alimentos e bebidas	697.492	20%
Oficina mecânica	660.203	19%
Ambulantes	538.730	15%
Acessórios do vestuário	189.202	5%
Comércio por atacado	163.838	5%
Materiais de construção	149.563	4%
Reparação material elétrico	142.625	4%
Sucata e resíduos	111.066	3%
Produtos agropecuários	106.746	3%
Cine, foto, som	90.428	3%
Outros	640.128	18%
TOTAL	3.490.021	100%

Indústria e Construção		
Atividades	Homens	%
Construção	3.891.371	79%
Móveis e produtos diversos	131.581	3%
Móveis e produtos de madeira	130.639	3%
Produtos de metal	130.426	3%
Alimentos e bebidas	101.065	2%
Artigos diversos (bijuterias, botões, brinquedos etc.)	61.832	1%
Artigos do vestuário	57.674	1%
Máquinas e equipamentos	56.480	1%
Edição e gráfica	53.484	1%
Malharia/Bordados	31.054	1%
Outros	303.760	6%
TOTAL	4.949.366	100%

Agropecuária e Pesca		
Atividades	Homens	%
Pecuária bovina	754.573	21%
Milho	410.945	11%
Mandioca	392.894	11%
Produção mista lavoura e pecuária	295.630	8%
Pesca	250.591	7%
Batata, Capim, Forrageiras etc.	202.661	6%
Diversos	201.893	6%
Cultivo de hortaliças	197.857	5%
Café	181.807	5%
Soja	127.375	3%
Outros	629.274	17%
TOTAL	3.645.500	100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

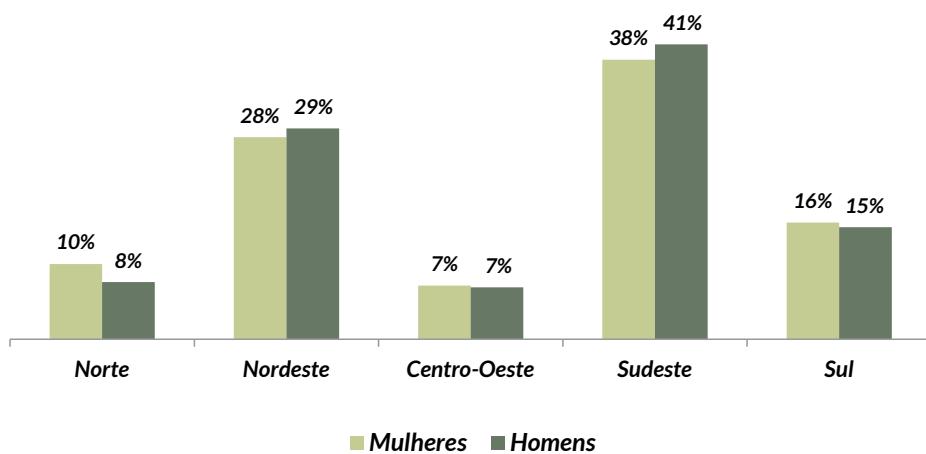
2.16 – Distribuição por regiões e UF

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

A região Sudeste detém 38% das mulheres com negócio e 41% dos homens com negócio, o Nordeste tem 28% das mulheres com negócio e 29% dos homens com negócio, o Sul tem 16% das mulheres com negócio e 15% dos homens com negócio, o Norte tem 10% das mulheres com negócio e 8% dos homens com negócio, e o Centro-Oeste, 7% das Donas e dos Donos de Negócio.

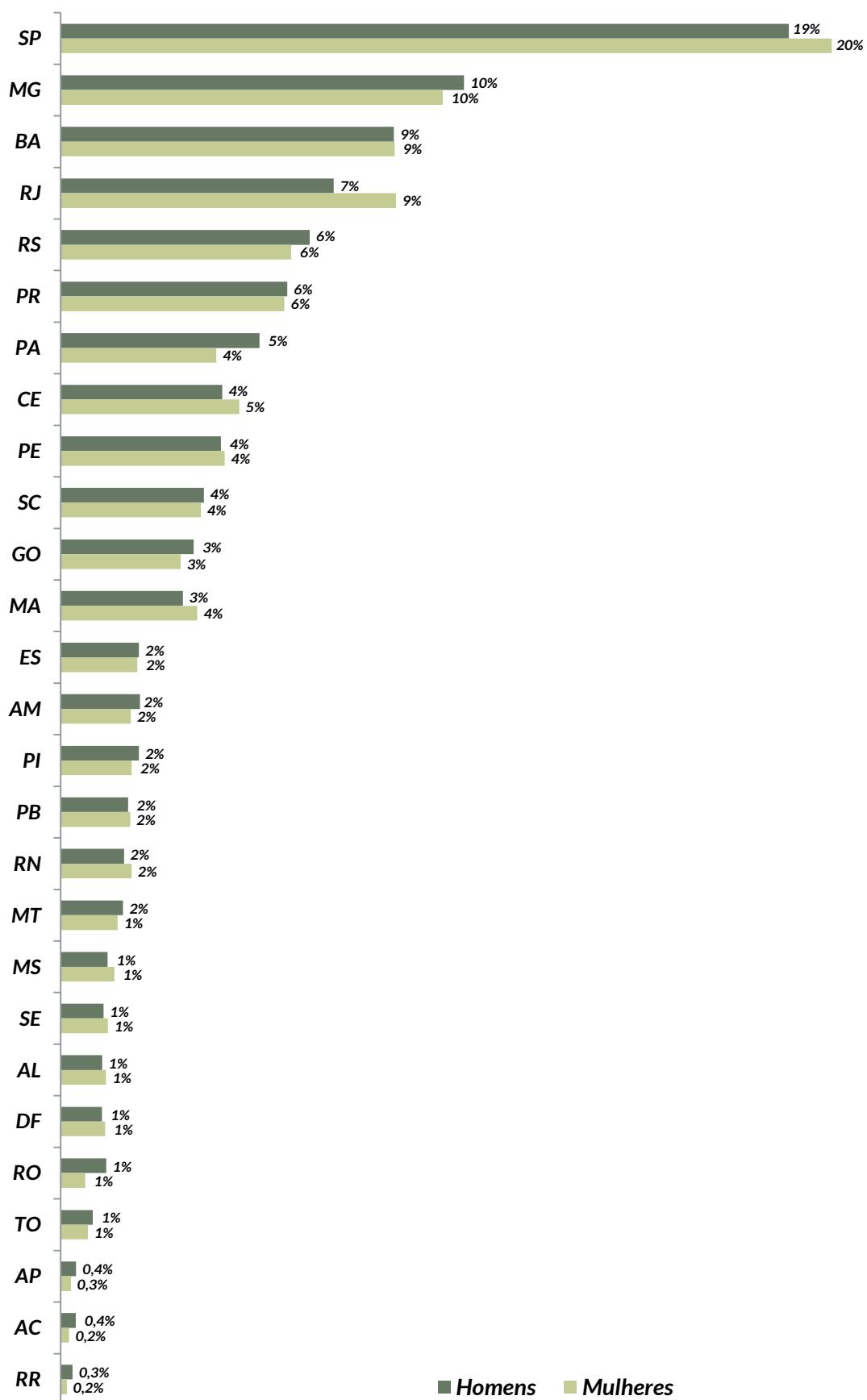
Na análise das Unidades da Federação, verifica-se que São Paulo e Minas Gerais detêm a maior parcela de empreendedores. Juntos, respondem por 30% das Donas de Negócio e 29% dos Donos de Negócio. Na sequência, o ranking de UF é muito próximo, com destaque para Bahia, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná.

Gráfico 18 – Distribuição por regiões do País (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

Gráfico 19 – Distribuição por Unidades da Federação (2013)



Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

Tabela 4 – Distribuição de Donos e Donas de Negócio, por Unidades da Federação (2013), em número de pessoas (hierarquizado pela proporção de mulheres)

UF	Homens	Mulheres	TOTAL	Homens	Mulheres	TOTAL
SP	3.061.971	1.465.284	4.527.255	19%	20%	19%
MG	1.696.456	726.015	2.422.471	10%	10%	10%
RJ	1.148.637	637.489	1.786.126	7%	9%	8%
BA	1.401.384	634.962	2.036.346	9%	9%	9%
RS	1.047.493	438.022	1.485.515	6%	6%	6%
PR	953.142	425.450	1.378.592	6%	6%	6%
CE	680.280	339.584	1.019.864	4%	5%	4%
PE	674.296	311.959	986.255	4%	4%	4%
PA	836.960	296.117	1.133.077	5%	4%	5%
SC	602.713	266.666	869.379	4%	4%	4%
MA	514.337	259.740	774.077	3%	4%	3%
GO	559.851	228.081	787.932	3%	3%	3%
ES	329.637	145.681	475.318	2%	2%	2%
PI	329.380	135.059	464.439	2%	2%	2%
RN	266.950	134.810	401.760	2%	2%	2%
AM	334.108	133.576	467.684	2%	2%	2%
PB	283.774	132.391	416.165	2%	2%	2%
MT	262.543	108.492	371.035	2%	1%	2%
MS	198.123	102.142	300.265	1%	1%	1%
SE	180.423	90.033	270.456	1%	1%	1%
AL	174.959	86.556	261.515	1%	1%	1%
DF	174.134	84.677	258.811	1%	1%	1%
TO	135.038	51.900	186.938	1%	1%	1%
RO	192.055	46.742	238.797	1%	1%	1%
AP	65.480	19.449	84.929	0,4%	0,3%	0,4%
AC	63.763	16.204	79.967	0,4%	0,2%	0,3%
RR	50.248	11.895	62.143	0,3%	0,2%	0,3%
TOTAL	16.218.135	7.328.976	23.547.111	100%	100%	100%

Fonte: Sebrae, a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2013)

3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise sobre a evolução dos Donos de Negócio por sexo, verifica-se que, no Brasil, entre 2003 e 2013, o número de mulheres com negócio cresceu 16% (acima da taxa verificada nos homens, que foi de 7%), elevando a participação delas de 29% para 31%. Desta forma, em 2013, havia 7,3 milhões de mulheres com negócio e 16,2 milhões de homens com negócio, totalizando 23,5 milhões de pessoas com negócio (empregadores + conta-própria).

Em ambos os grupos, predominam negócios com uma pessoa só, ou seja, indivíduos que trabalham por conta-própria (86% das Donas de Negócio e 84% dos Donos de Negócio). Aproximadamente 39% das mulheres com negócio e 71% dos homens com negócio, além de gerirem o próprio negócio, são também “chefes” de seus respectivos domicílios.

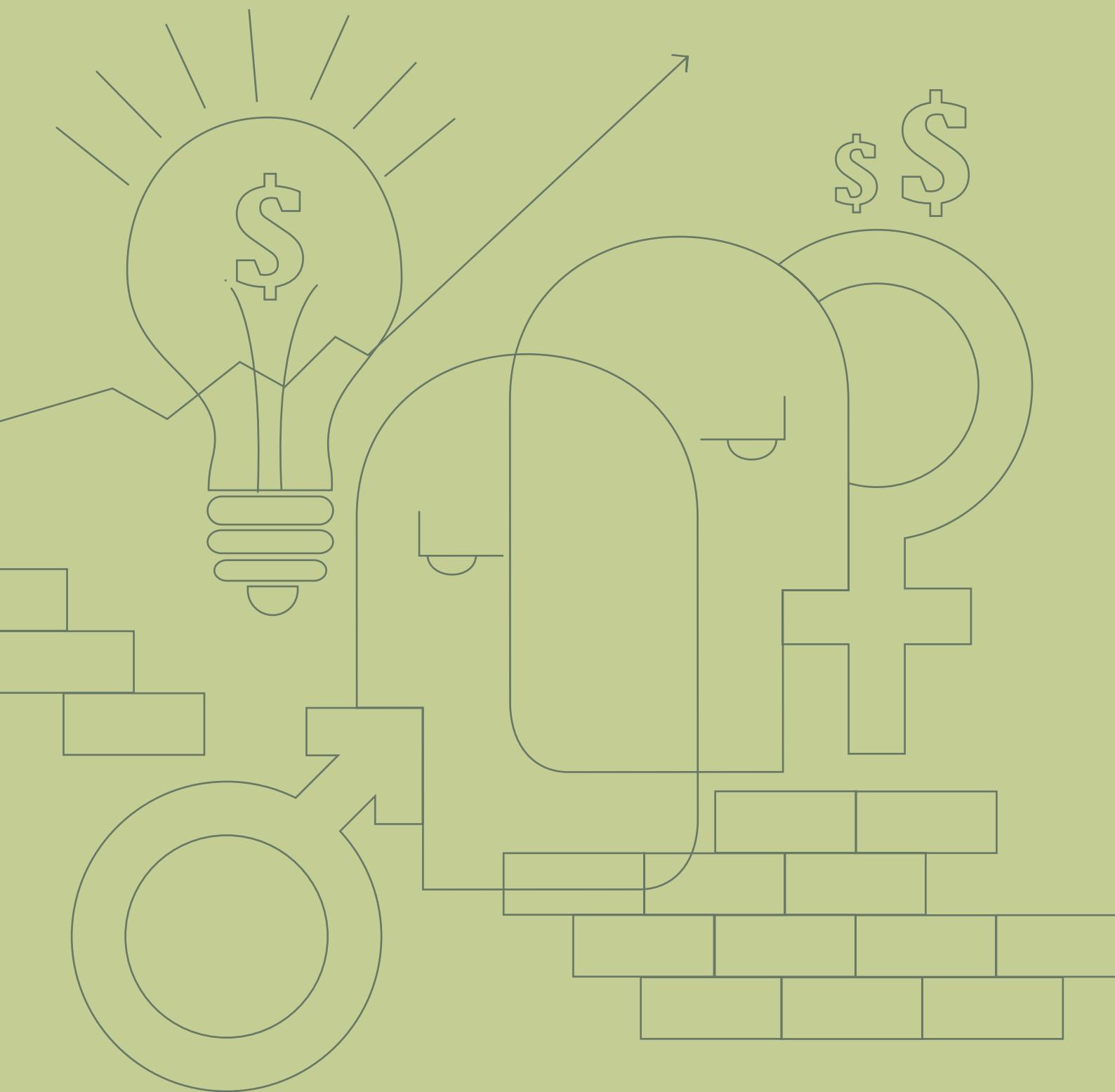
Comparativamente, as Donas de Negócio têm proporcionalmente mais anos de estudo (8,9 anos contra 7,2 anos nos homens), são um ano mais jovens (em média, têm 43 anos contra 44 anos no caso dos homens), ainda recebem um rendimento médio mensal 32% inferior aos recebidos pelos Donos de Negócio, 71% começaram a trabalhar antes dos 18 anos, 53% 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, 69% atuam nos setores de serviços e comércio, com destaque para atividades como serviços de beleza, bar e lanchonete, comércio ambulante, acessórios de vestuário, alimentos e bebidas e farmácias e perfumarias, artigos de vestuário e artigos têxteis, a avicultura o cultivo de hortaliças (na agropecuária). Também têm forte presença em atividades voltadas para o atendimento das necessidades básicas da população, tais como: alimentação, vestuário e saúde.

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, em locais designados pelos clientes e em estabelecimentos rurais, ainda têm forte presença no setor agropecuário e na construção, e têm destaque em atividades como: a pecuária bovina, cultura do milho, construção, móveis e produtos diversos, 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.

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 (ex.: serviços em geral e comércio).

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” (ex.: construção, indústria metal mecânica, agronegócio etc.)

Anotações





0800 570 0800 / sebrae.com.br

