



MULHER EMPREENDEDORA

RIO GRANDE DO SUL

JULHO DE 2022

Conteúdo da Pesquisa

PERFIL DA MULHER

Distribuição geográfica, idade, identificação racial, escolaridade, sustento, tempo dedicado e filhos.

PERFIL DO NEGÓCIO

Tempo de atividade, setor, segmento, enquadramento, motivações, rendimento mensal, destino da renda e dívidas.

APOIO/DESAFIOS

Estruturação do negócio e desafios na gestão.

DIGITALIZAÇÃO

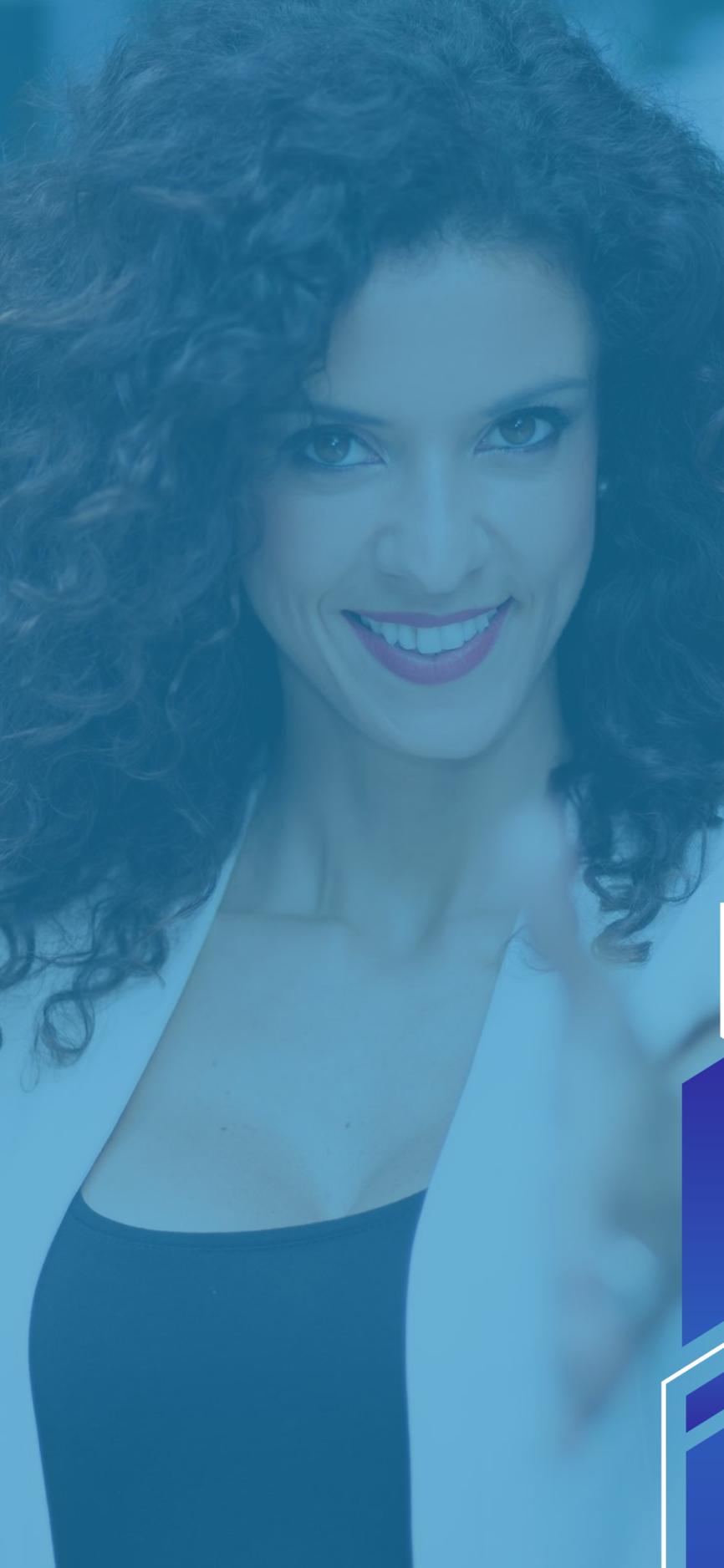
Ferramentas e equipamentos, meios de utilização do digital, busca de informações e orientações.

CRÉDITO/FINANCIAMENTO

Empréstimos, financiamentos, valores/instituições financeiras e motivos para busca de crédito.

ASSOCIATIVISMO

Participação em grupos de mulheres empreendedoras.



É com imensa satisfação que apresentamos a nova pesquisa do Sebrae, um importante estudo em nível estadual que tem como objetivo entender o perfil da mulher empreendedora no estado do Rio Grande do Sul.

Através de dados obtidos no projeto estratégico foresight, nas pesquisas netnográfica, monitoramento dos pequenos negócios e análises dos usuários nas plataformas digitais, informações essas, que nos fazem olhar estrategicamente para o presente, sabemos que o cenário empreendedor é favorável para o desenvolvimento dos negócios voltados para públicos específicos, nichos ou mercado de massa encontrados dentro da temática **empreendedorismo social**.

E nessa temática estão inseridas as mulheres empreendedoras. Essas mulheres, por uma questão de comportamento geram ciclos de melhoria não só no próprio negócio, ou na sua família, mas também em suas comunidades, e no apoio a outras mulheres. Segundo a pesquisa GEM/RS, 43% dos novos empreendedores no RS são mulheres, cerca de 406 mil, e elas enfrentam muitos desafios como: múltipla jornada, sexismo, falta de incentivo da família, limitações de crédito. Sabemos ainda, que mais de 70% dos acessos às plataformas do Sebrae/RS desde 2021 são de mulheres.

Todas essas informações serviram para entender que o empreendedorismo feminino precisa ser investigado, dando subsídios para o Sebrae aproximar ainda mais suas estratégias a este público, atendendo as visões de futuro e aos desdobramentos do tema empreendedorismo social.

Queremos agradecer especialmente as equipes de atendimento nas regionais do Sebrae/RS que com muita competência e espírito de equipe fizeram com que este projeto fosse possível, fazendo chegar o questionário nos grupos de trabalho do Sebrae, clientes e não clientes, parceiros e entidades espalhadas pelo estado.

Aproveite este conteúdo, compartilhe as informações e use os dados para tomada de decisão.



Metodologia



PESQUISA ON-LINE COM
513 EMPREENDEDORAS



REALIZADA EM
JULHO DE 2022



CLIENTES, NÃO CLIENTES DO SEBRAE E/OU
PARTICIPANTE DE GRUPOS DE MULHERES NOS
PARCEIROS.

95%

INTERVALO DE
CONFIANÇA

4,2%

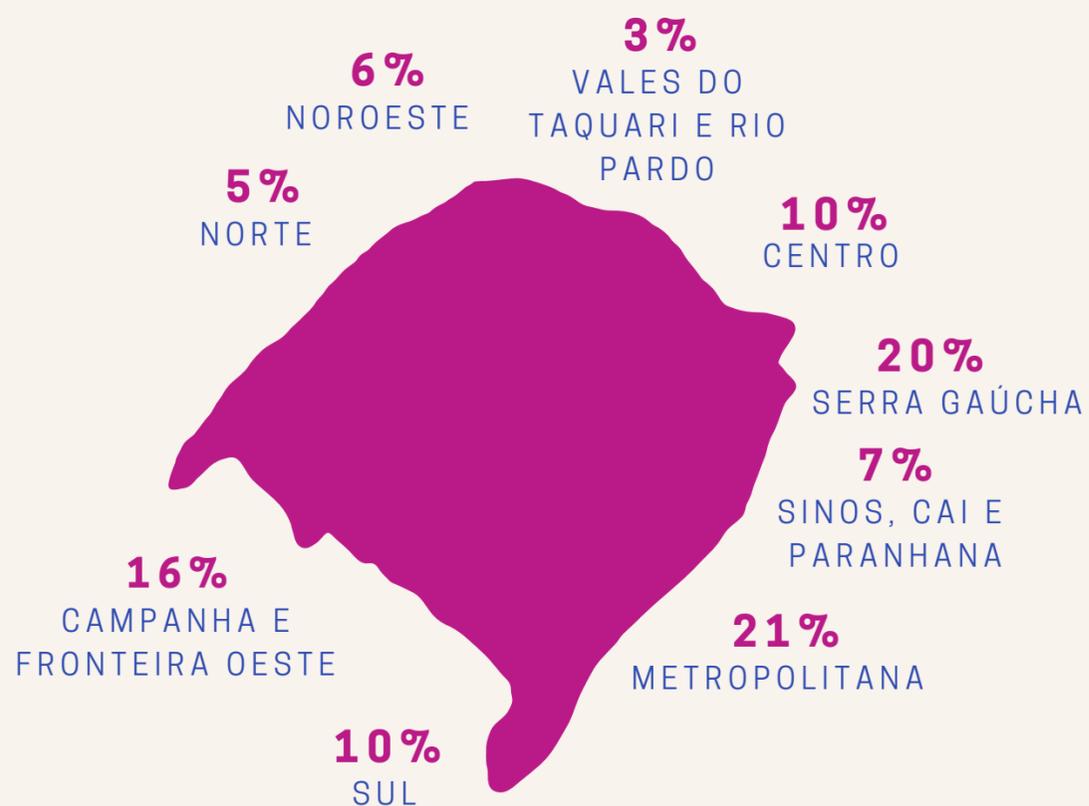
MARGEM DE
ERRO



PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA

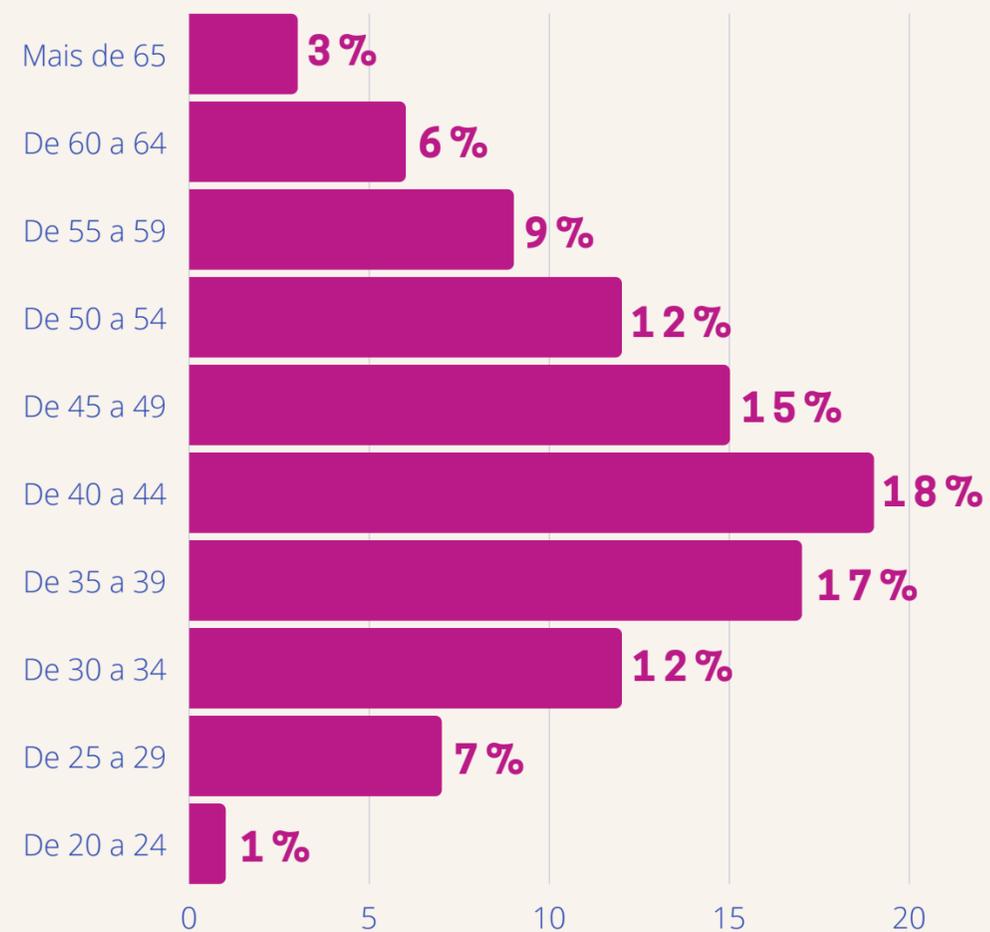
Perfil da Mulher Empreendedora

DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DA AMOSTRA



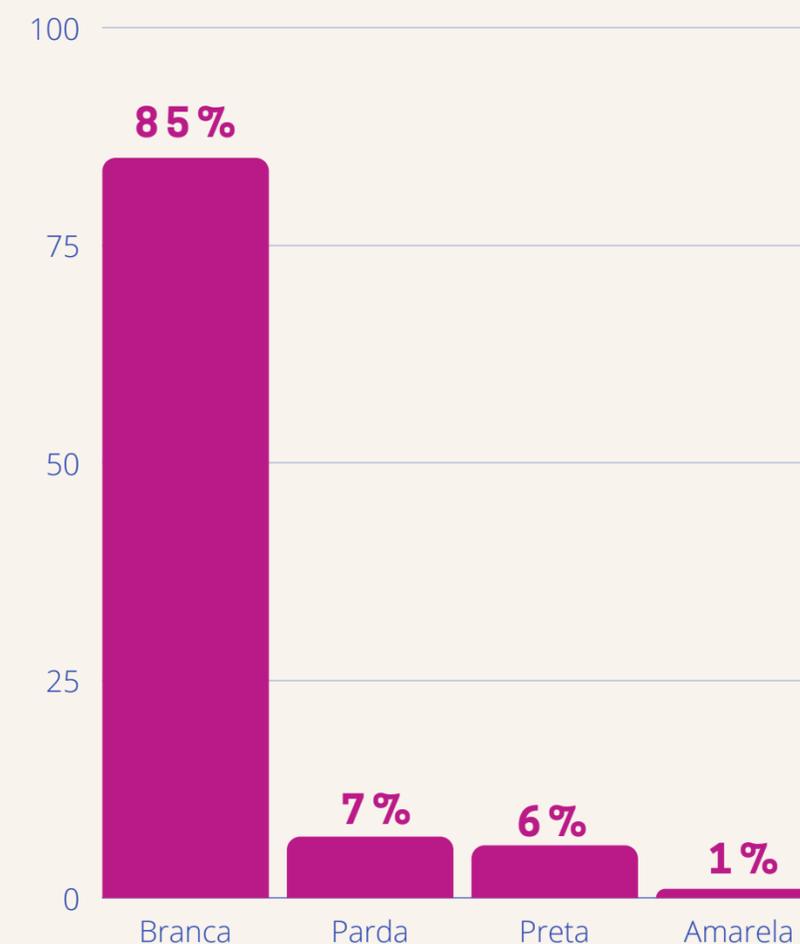
Nota: 2% não informou

IDADE



Nota: menor de 19 anos representou menos de 1% da amostra

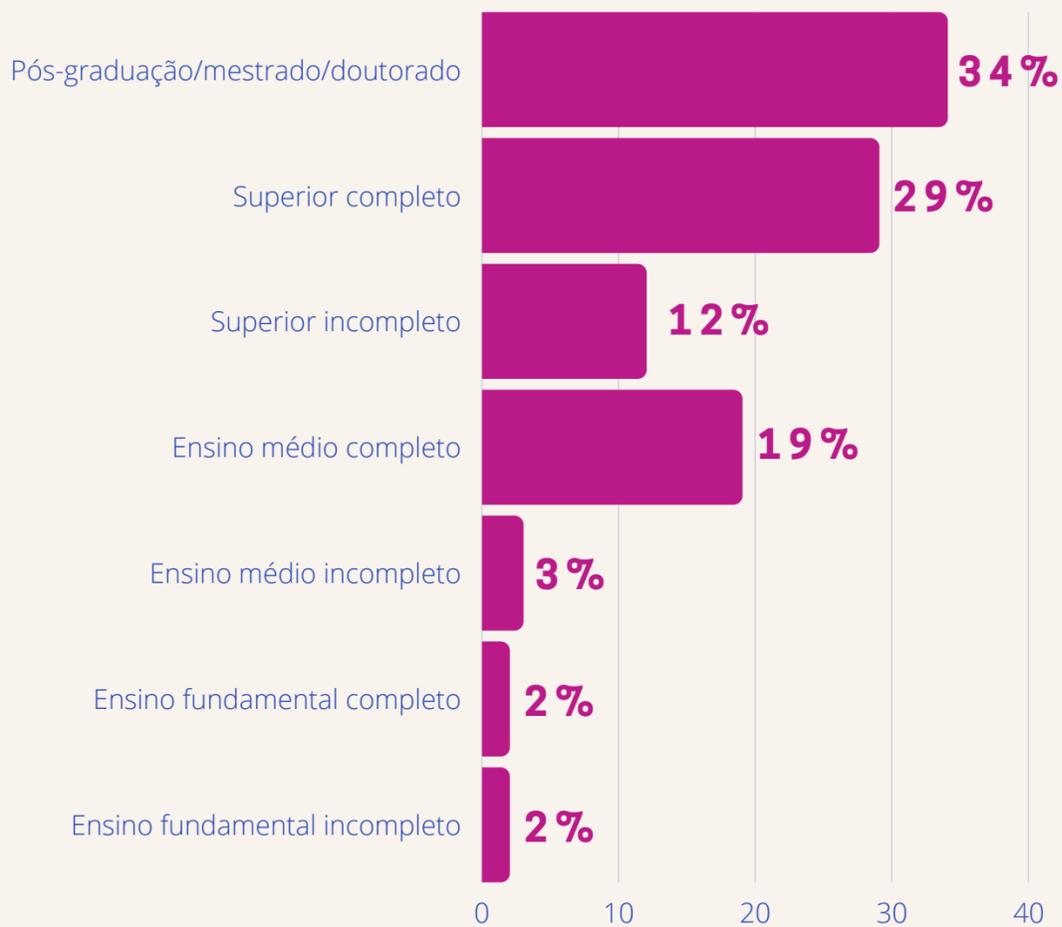
IDENTIFICAÇÃO RACIAL



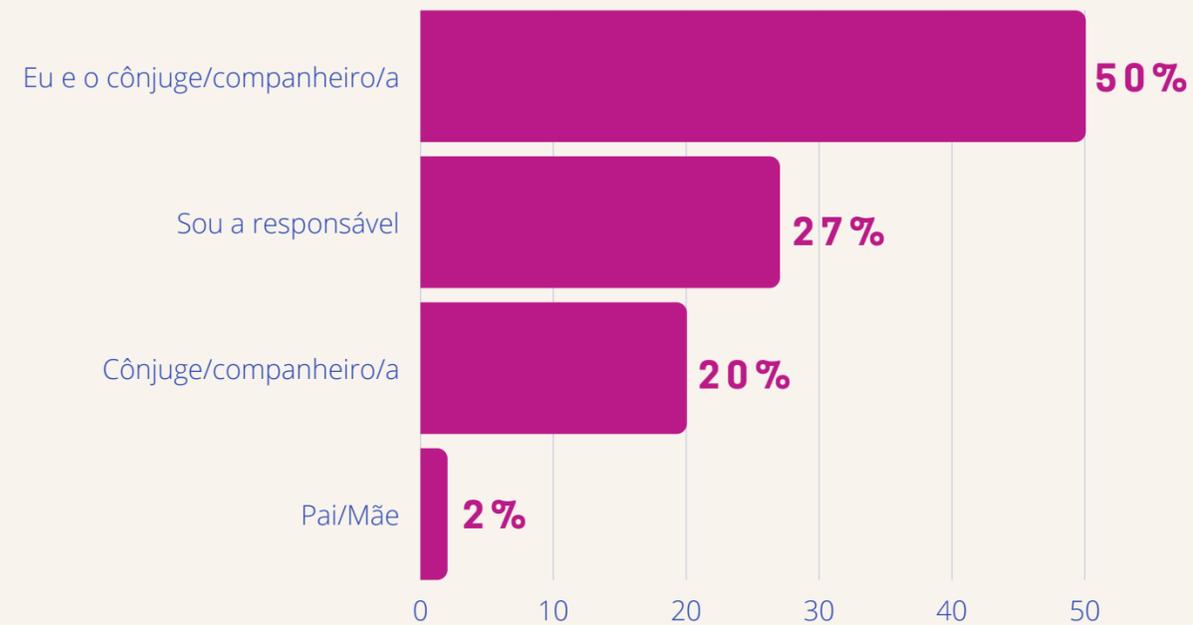
Nota: 1% prefere não responder

Perfil da Mulher Empreendedora

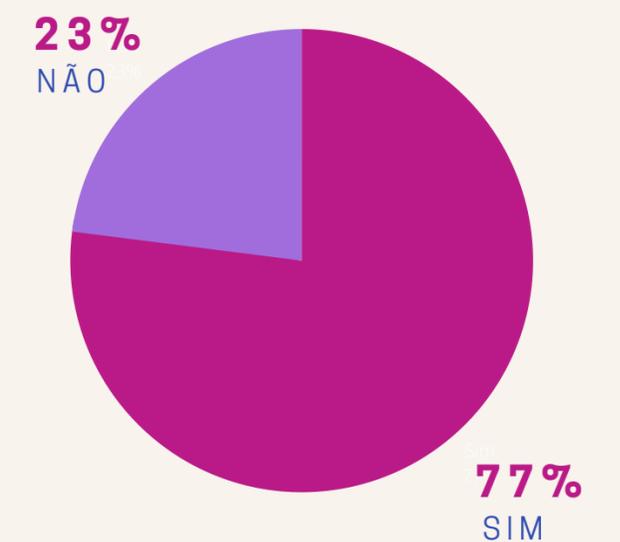
ESCOLARIDADE



RESPONSABILIDADE PELO SUSTENTO



TEM FILHOS



TEMPO DEDICADO

8.2
TEMPO MÉDIO
(HORAS) DEDICADO
POR DIA AOS SEUS
NEGÓCIOS



2
É A MÉDIA
DE FILHOS



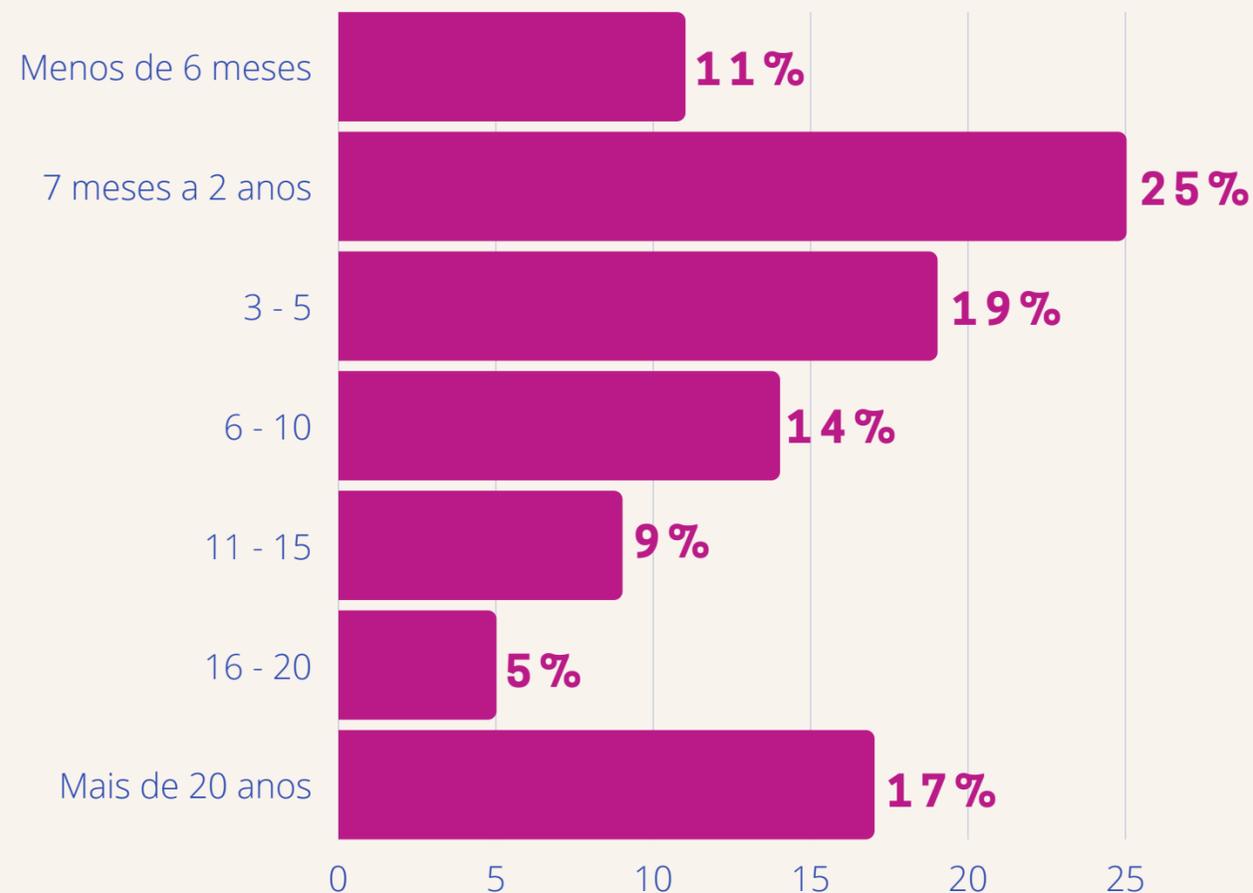
Nota: Com 1%: eu e minha mãe, eu e meu filho, eu e minha irmã, filho, todos trabalhamos juntos.



PERFIL DO NEGÓCIO

Perfil do Negócio

TEMPO DE ATIVIDADE



55%

DOS NEGÓCIOS SÃO RECENTES,
POSSUEM 5 ANOS OU MENOS DE
EXISTÊNCIA

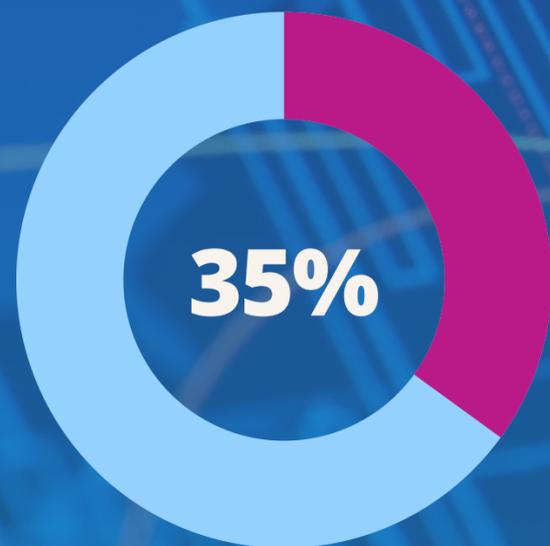
SETOR DE ATIVIDADE



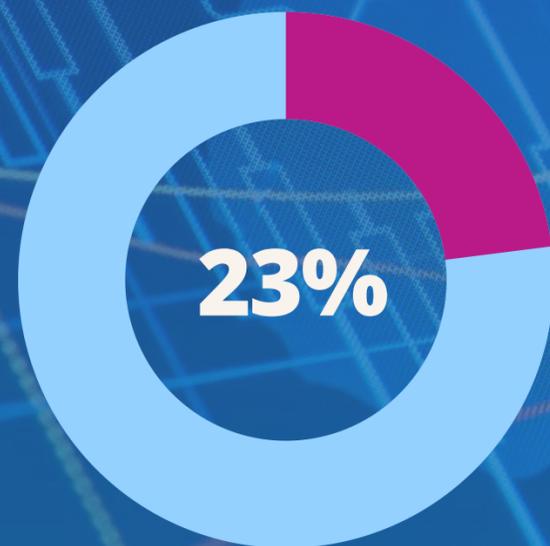
NA ANÁLISE DOS SEGMENTOS OBSERVA-SE A DIVERSIFICAÇÃO DA ATUAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO, NESTA AMOSTRA IDENTIFICOU-SE **QUASE 70 SEGMENTOS DE ATUAÇÃO**. ENTRE OS PRINCIPAIS DESTACAM-SE: COMÉRCIO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO, ACESSÓRIOS, CALÇADOS E PRODUTOS DE VIAGEM; COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO; E ARTESANATO.

Perfil do Negócio

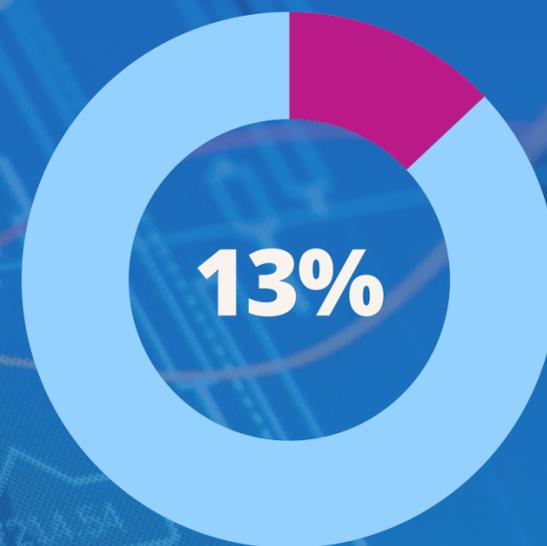
ENQUADRAMENTO



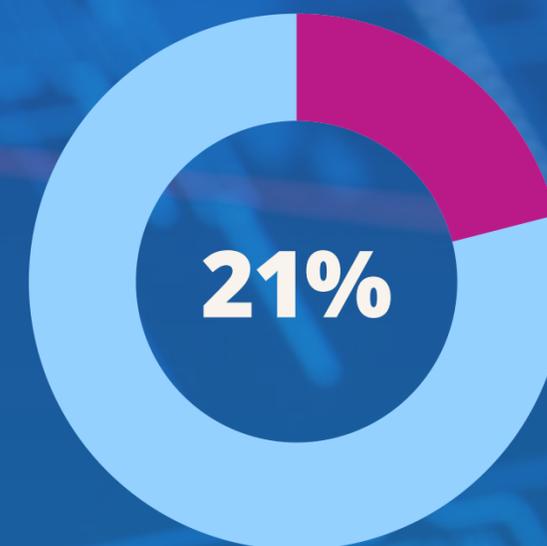
MEI
EMPREENDEDOR
INDIVIDUAL



ME
MICROEMPRESA



EPP
EMPRESA DE
PEQUENO PORTE

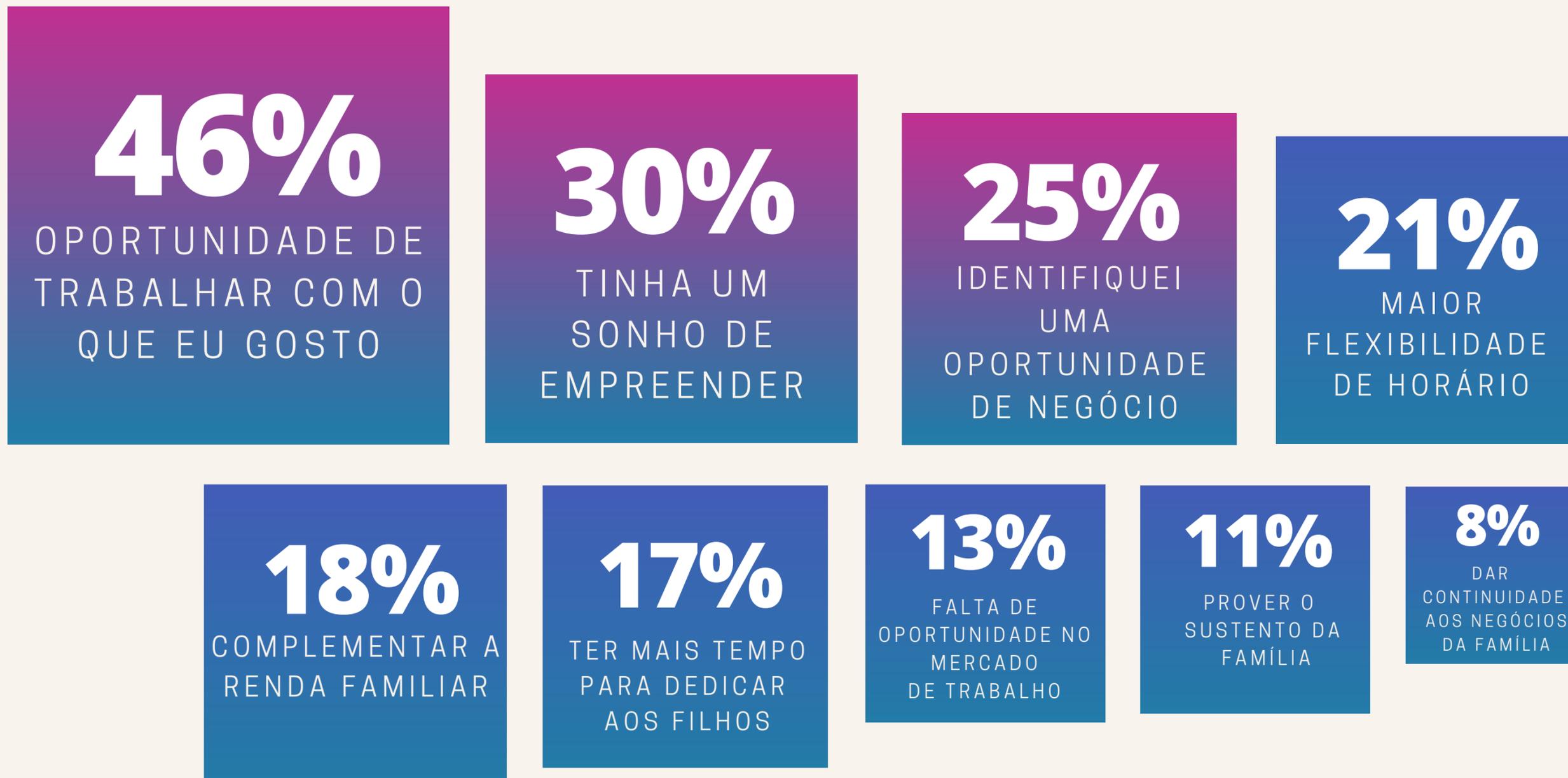


INFORMAL

Nota: 8% autônoma, artesã, baixada, profissional liberal.

Perfil do Negócio

MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

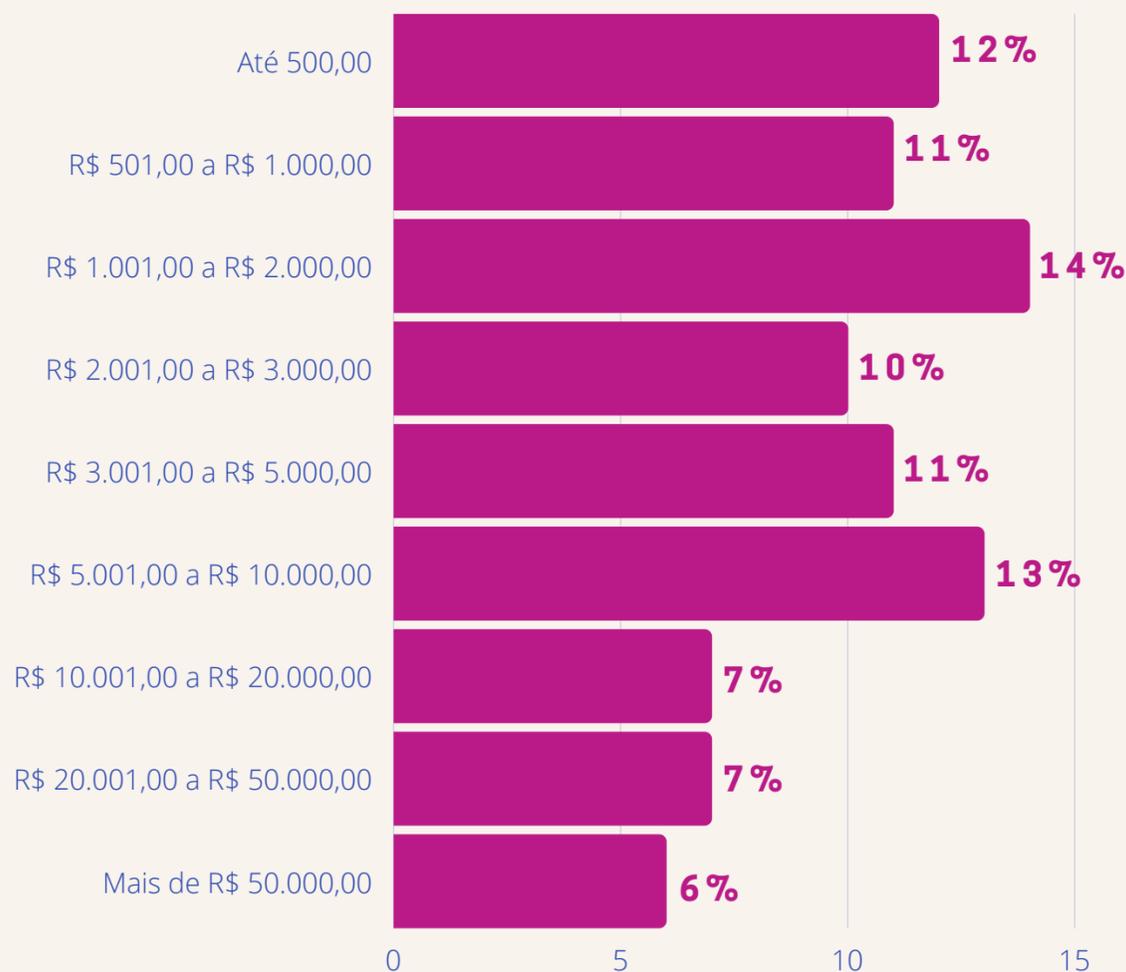


Nota: pergunta admitia mais de uma resposta.

Outros: desenvolver a região, ocupar meu tempo, ter liberdade, mais tempo em casa, transição de carreira e atividade após aposentadoria.

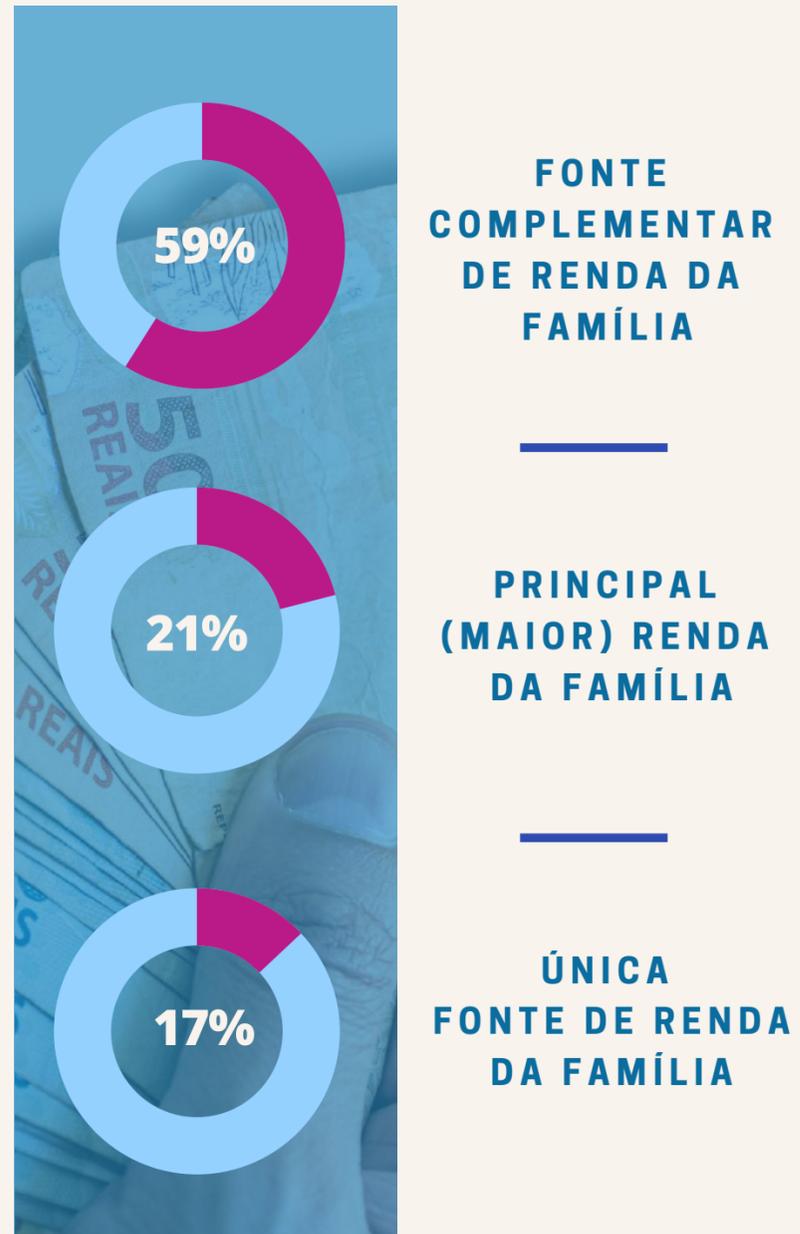
Perfil do Negócio

RENDIMENTO MENSAL DO NEGÓCIO



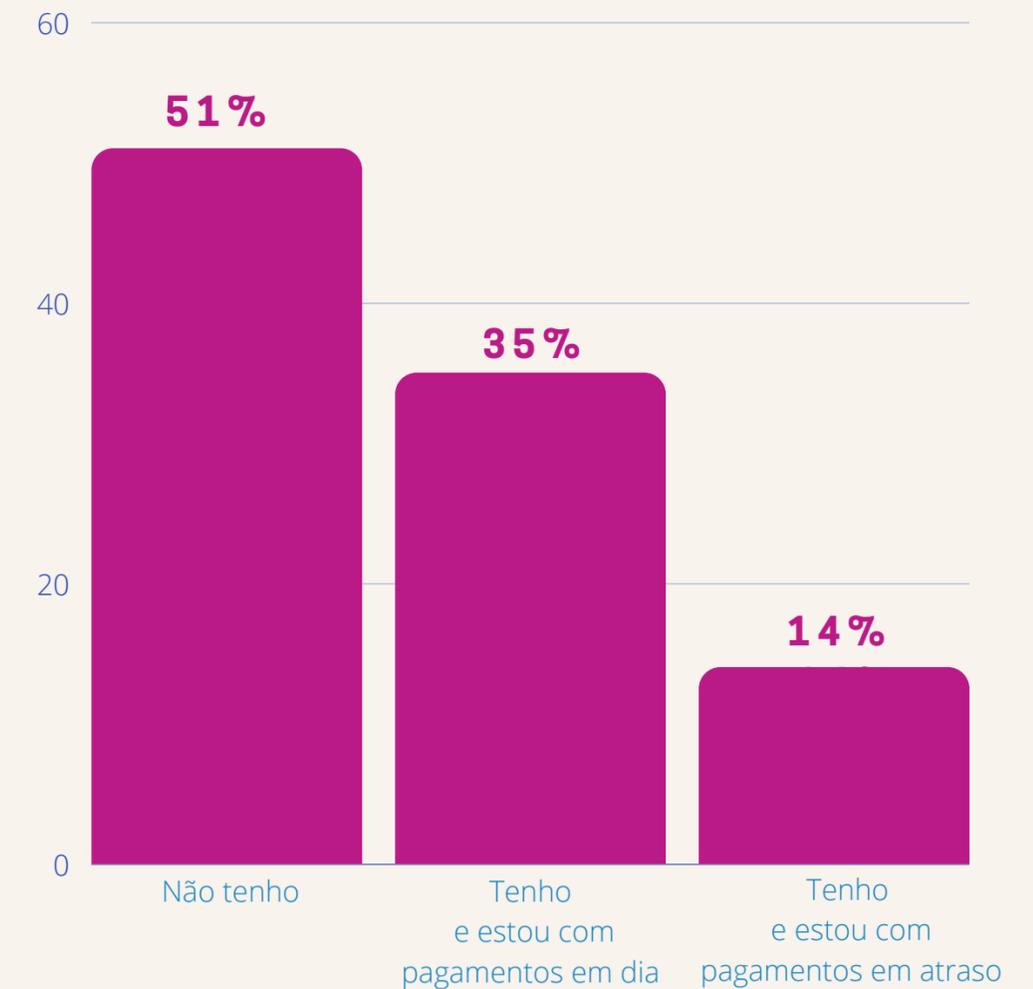
Nota: 9% prefere não responder

DESTINO DA RENDA OBTIDA COM O NEGÓCIO



Nota: 3% não possuem renda esta começando, paga os custos do negócio, não tem lucro, ainda não contabiliza como renda da família, não ganha suficiente.

POSSUI DÍVIDAS OU EMPRÉSTIMOS





APOIO DESAFIOS

Apoio/Desafios

QUEM AJUDOU A ESTRUTURAR O NEGÓCIO/ATIVIDADE

56%

BUSCARAM AJUDA
NA FAMÍLIA

33%

NÃO TIVERAM
AJUDA

9%

BUSCARAM AJUDA
NO **SEBRAE**

7%

BUSCARAM AJUDA
NO CONTADOR

6%

ASSOCIAÇÕES
EMPRESARIAIS OU DE
MULHERES

89% DAS EMPREENDEDORAS ESTRUTURAM SOZINHAS SEUS NEGÓCIOS, OU COM AJUDA DE FAMILIARES.

Nota: pergunta admitia mais de uma resposta.

Outros: empresa que presta serviço, antiga chefe, consultorias, cursos on-line, espaço do artesão, mentoria, prefeitura, treinamento do franqueador, coach e sócio.



Apoio/Desafios

PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS NA CONDUÇÃO DOS NEGÓCIOS

53%

GESTÃO
ADMINISTRATIVA E
FINANCEIRA

45%

DIVULGAÇÃO
E VENDA

40%

PLANEJAMENTO
DO NEGÓCIO

30%

CAPTAÇÃO DE
RECURSO
FINANCEIRO PARA
CAPITAL DE GIRO

23%

GESTÃO DE
CUSTOS

18%

INOVAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO
DE NOVOS PRODUTOS

18%

USO DE NOVAS
TECNOLOGIAS

17%

GESTÃO DE
FORNECEDORES
E COLABORADORES

16%

CONCILIAR GESTÃO
DO NEGÓCIO COM
CRIAÇÃO
DOS FILHOS

13%

CAPACIDADE DE
PRODUÇÃO E
ENTREGA

6%

FALTA DE APOIO
DA FAMÍLIA,
AMIGOS OU
PARCEIROS

Nota: pergunta admitia mais de uma resposta.

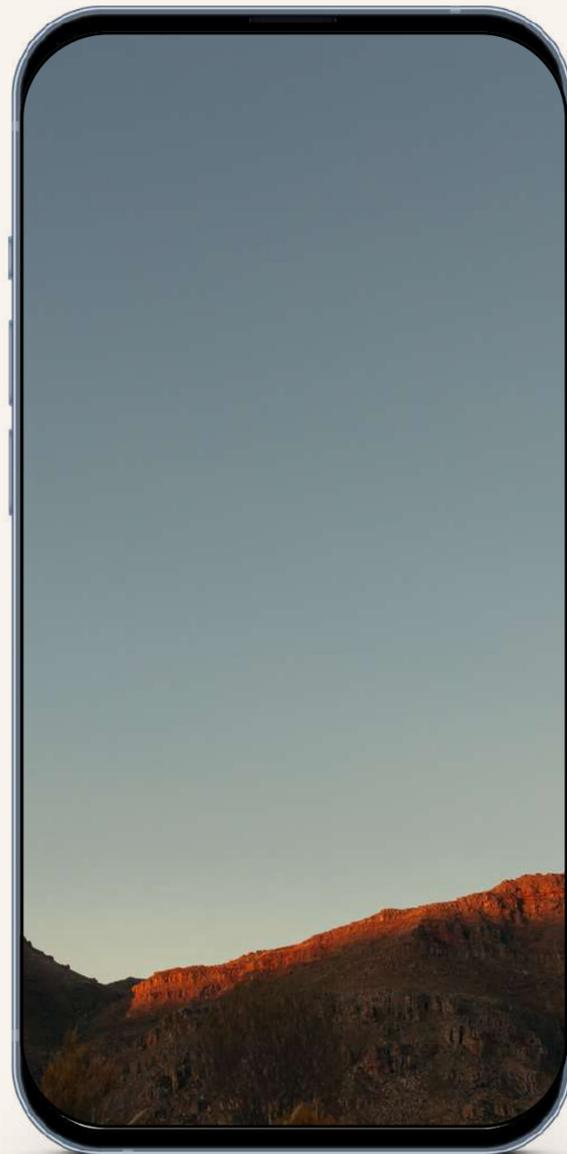
Outros: alta carga tributária, burocracia de órgãos governamentais, captação de clientes, conciliar com outro emprego, concorrência, cultura da inovação e bons perfis de colaboradores.



DIGITALIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS

Digitalização dos negócios

EQUIPAMENTOS UTILIZADOS NA GESTÃO DO NEGÓCIO



96%

USAM CELULAR/SMARTPHONE
PARA GERENCIAR O SEU
NEGÓCIO

58%

NOTEBOOK

35%

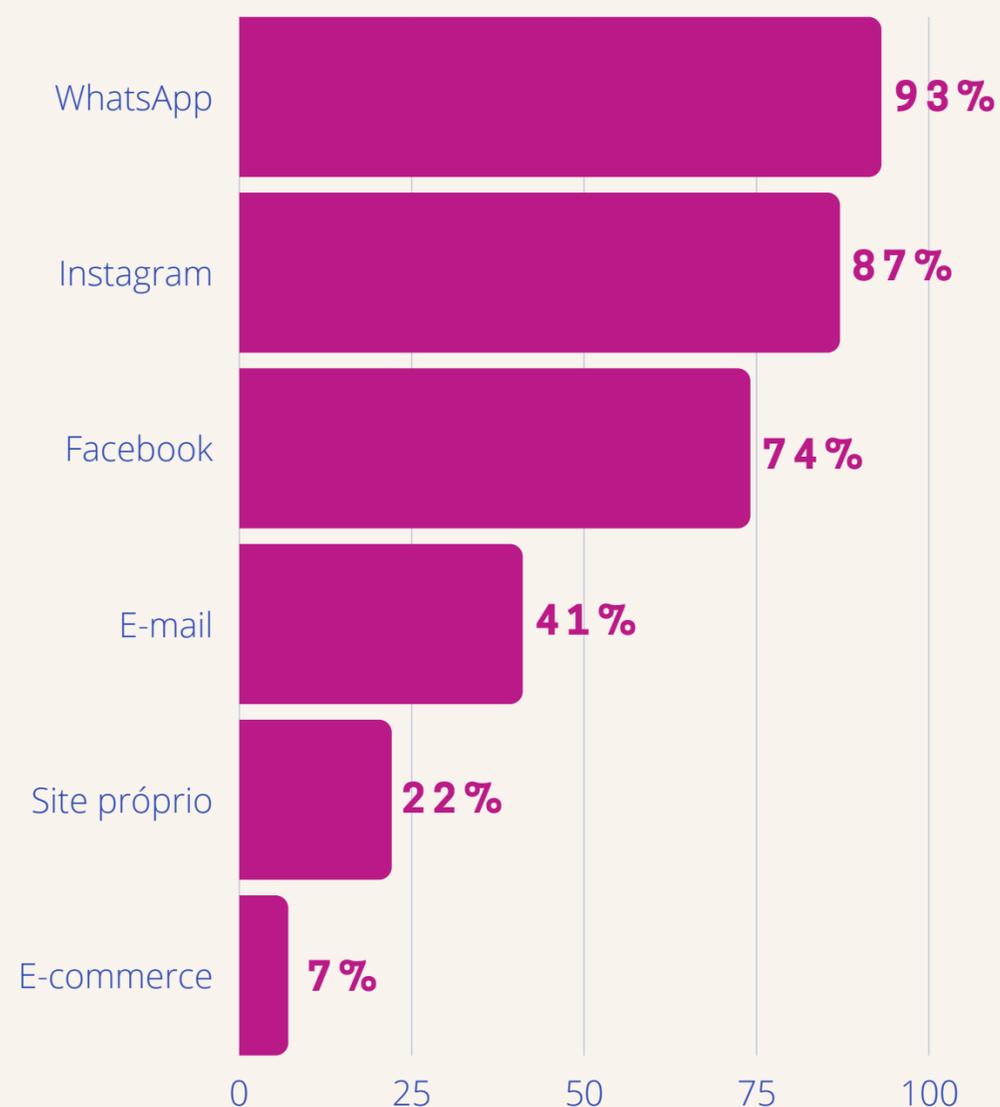
COMPUTADOR/DESKTOP

Nota: pergunta admitia mais de uma resposta.

Outros: tablet, caderno de rascunho, controle manual, monitoramento interno, sistema próprio.

Digitalização dos negócios

FERRAMENTAS DIGITAIS UTILIZADAS NO NEGÓCIO



Nota: Pergunta admitia mais de uma resposta.
2% não utiliza, outros: linked-in, conexa saúde, cremers, ifood, site da natura, skype e teams.

APLICAÇÃO DOS MEIOS DIGITAIS

MULHERES UTILIZAM MEIOS DIGITAIS PARA SE RELACIONAR COM OS CLIENTES, FORNECEDORES E REALIZAR VENDAS

82%

ATENDIMENTO E
RELACIONAMENTO
COM O CLIENTE

72%

VENDA DE
PRODUTOS E
SERVIÇOS

46%

RELACIONAMENTO
COM
FORNECEDORES

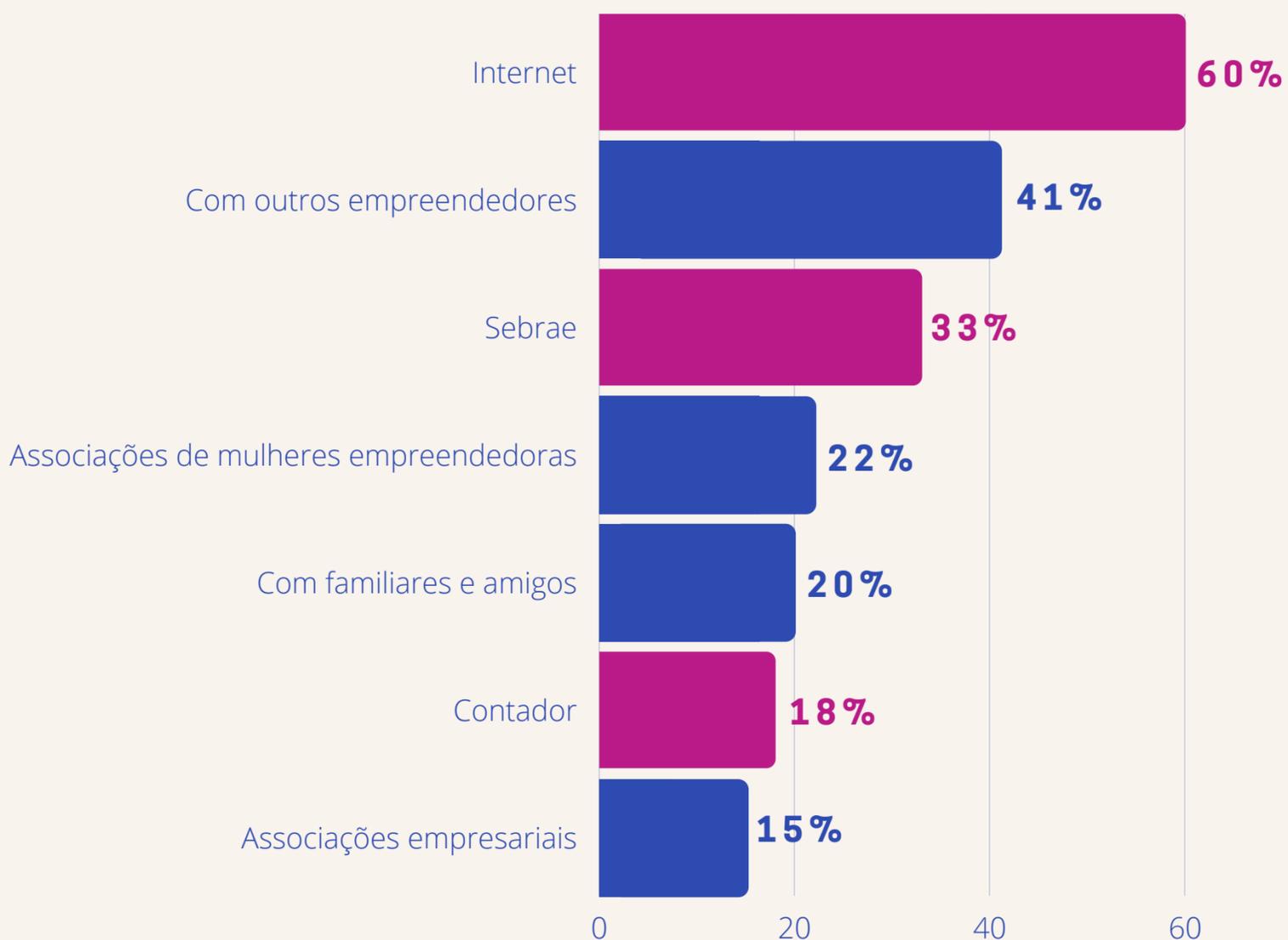
45%

AQUISIÇÃO DE
PRODUTOS E
INSUMOS

Nota: 4% não utiliza

Digitalização dos negócios

ONDE AS MULHERES PROCURAM INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES PARA OS SEUS NEGÓCIOS



MULHERES GERAM CICLOS DE MELHORIA NÃO SÓ NO PRÓPRIO NEGÓCIO, OU NA SUA FAMÍLIA, MAS TAMBÉM EM **SUAS COMUNIDADES** E NO APOIO A OUTRAS MULHERES. SUA GRANDE MAIORIA BUSCAM APOIO COM OUTROS EMPREENDEDORES, FAMÍLIA, AMIGOS, ASSOCIAÇÕES DE MULHERES EMPREENDEDORAS E/OU EMPRESARIAIS.



CRÉDITO FINANCIAMENTO

Crédito e Financiamento

AS EMPREENDEDORAS
FAZEM POUCO USO DE
CRÉDITO

70%

DAS MULHERES **NÃO**
BUSCARAM CRÉDITO

ENTRE AS **30%** QUE PEDIRAM

80%

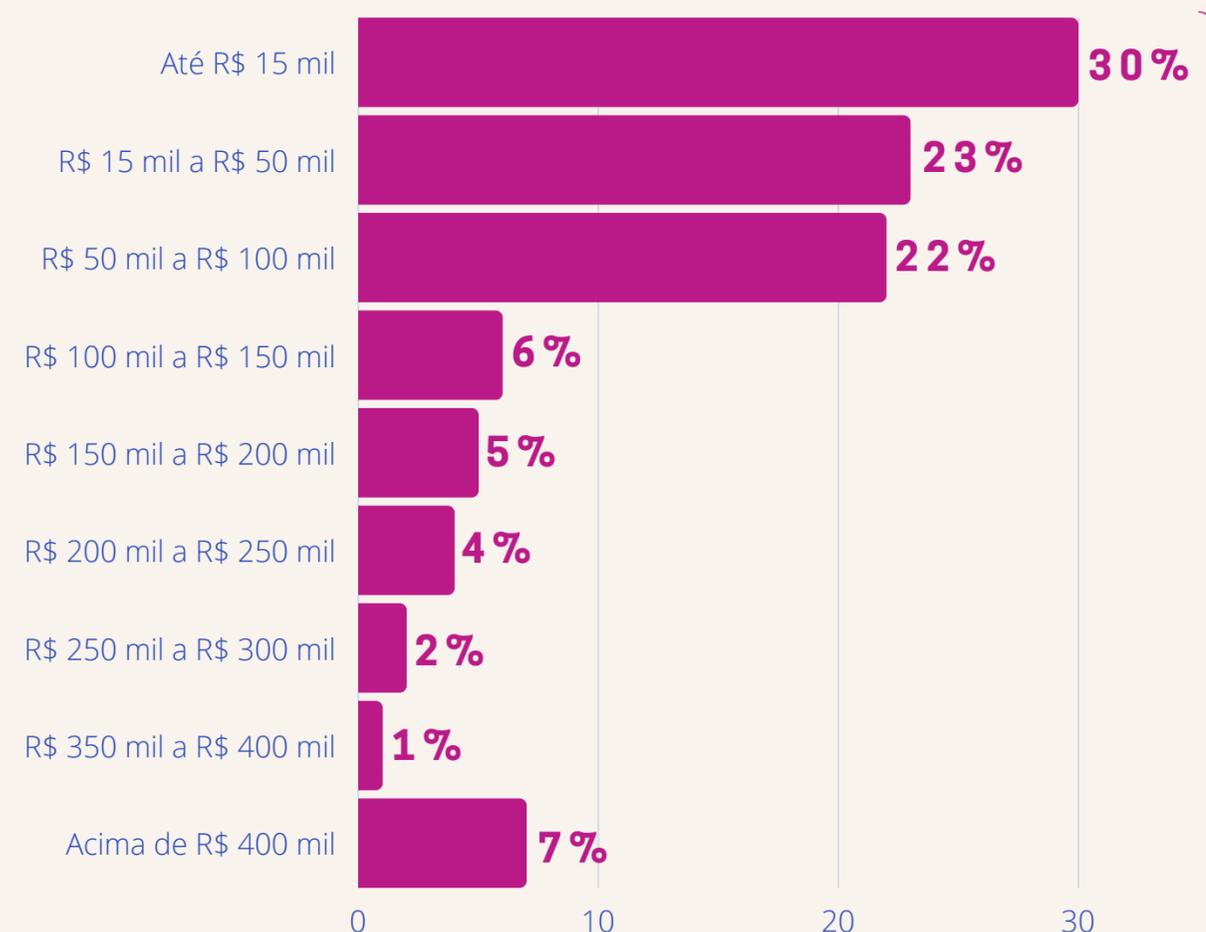
CONSEQUIRAM
FINANCIAMENTO

16%

NÃO
CONSEQUIRAM
FINANCIAMENTO

3%

ESTA EM
ANÁLISE



75%
DO VALOR
APROXIMADO
DOS
FINANCIAMENTOS
ENQUADRA-SE
NAS FAIXAS DE
15 A 100 MIL

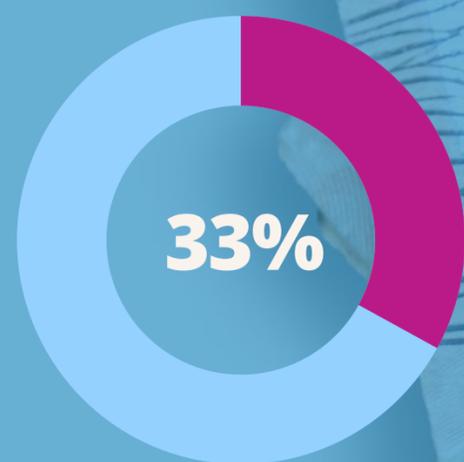
ORIGEM DOS FINANCIAMENTOS

55% COOPERATIVAS DE CRÉDITO
28% BANCOS PRIVADOS
28% BANCOS PÚBLICOS
7% FAMÍLIA E/OU AMIGOS

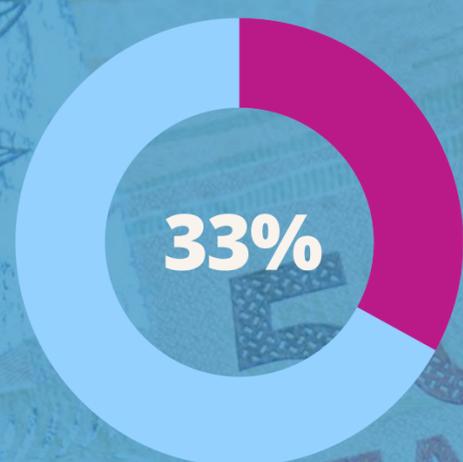
Nota: Pergunta admitia mais de uma resposta.

Crédito e Financiamento

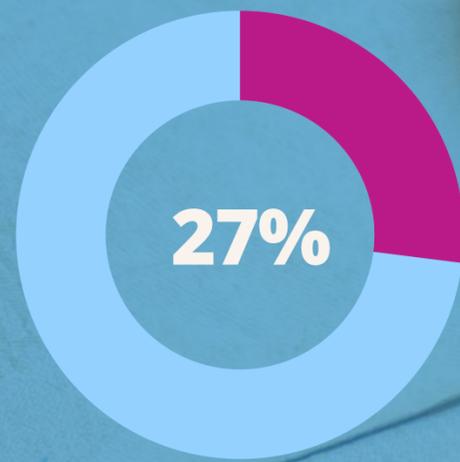
OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA BUSCA DE CRÉDITO



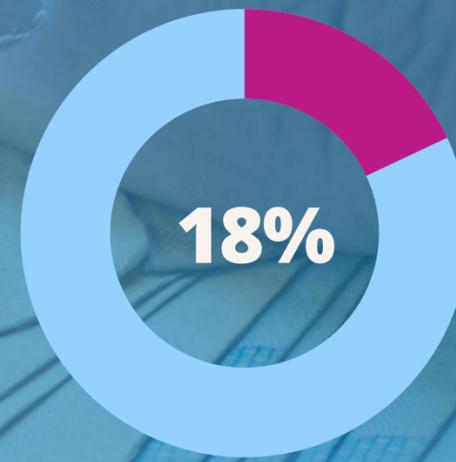
**PAGAMENTO
DE
CONTAS**



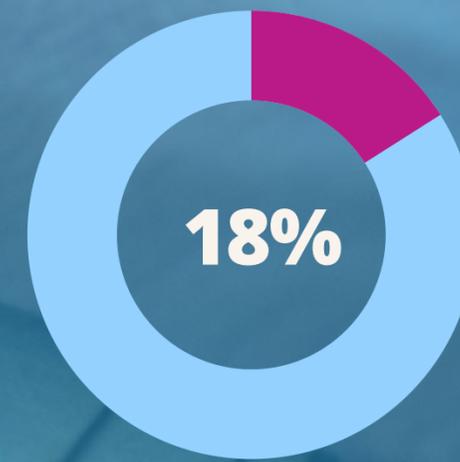
**COMPRA DE
MÁQUINAS E
EQUIPAMENTOS**



**COMPRA DE
MATÉRIA PRIMA**



**PARA REFORMAS/
OBRAS CIVIS**



**PAGAMENTO DE
DÍVIDAS**

12%

COMPRA DE
BENS DURÁVEIS

10%

IMPLANTAR OU
REESTRUTURAR
UM PROCESSO

7%

DESENVOLVIMENTO
DE PRODUTO

7%

PAGAMENTO DE
COLABORADOR

3%

TREINAMENTO

3%

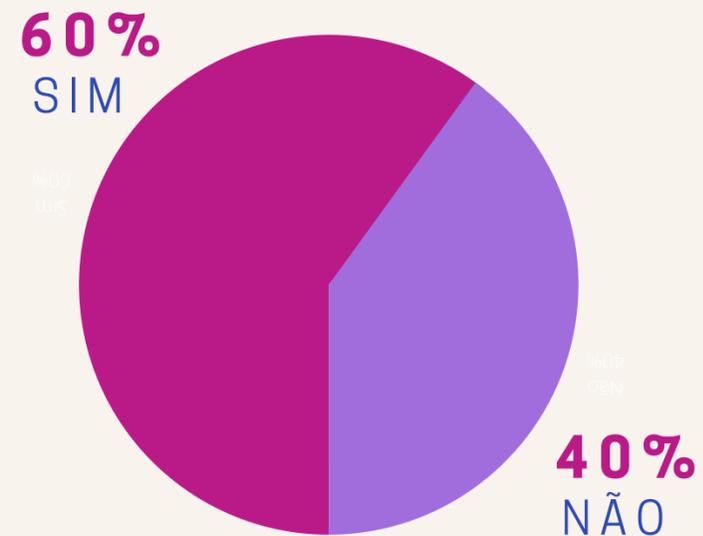
FLUXO DE
CAIXA



ASSOCIATIVISMO

Associativismo

MAIORIA DAS EMPREENDEDORAS
PARTICIPAM DE GRUPOS COM
OUTRAS MULHERES



74%
DOS GRUPOS ESTÃO
VINCULADOS A
ASSOCIAÇÕES OU
ENTIDADES EMPRESARIAIS

FICHA TÉCNICA



Essa pesquisa é um produto da **Unidade de Gestão Estratégica** do Sebrae/RS, através do **Observatório de Negócios** com o apoio das **Equipes de Atendimento**.

EQUIPE TÉCNICA:

André Luis Vieira Campos

Andréia Cristine G. do Nascimento

Daniela Pinheiro



Central de Relacionamento: 0800 570 0800