



empreendedorismo no

Brasil

2024

Recorte Temático: **Sexo**



Global
Entrepreneurship
Monitor



ANEGEPE

Associação Nacional de Estudos em
Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas



SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

Ficha técnica

Coordenação do GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research Association (GERA)
Babson College

Brasil

Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe)
Rose Mary Almeida Lopes – Presidente
Edmilson de Oliveira Lima – Vice-presidente

Parceiro Master no Brasil

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

Conselho Deliberativo Nacional

Presidente – José Zeferino Pedrozo

Diretoria Executiva

Diretor Presidente – Décio Lima
Diretor Técnico – Bruno Quick
Diretora de Administração e Finanças – Margarete Coelho

Unidade de Gestão Estratégica e Inteligência (UGE)

Gerente – André Silva Spínola
Gerente Adjunto – Aretha Zarlenga
Coordenador do Núcleo de Pesquisa e Gestão do Conhecimento – Dênis Pedro Nunes
Coordenador do Projeto – Marco Aurélio Bedê

Equipe Técnica

Coordenação Geral

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Análise de Dados e Revisão de Conteúdo

Joana Paula Machado
Paulo Alberto Bastos Junior
Simara Maria de Souza Silveira Greco
Vinicius Larangeiras de Souza

Arte e Diagramação

Marcela Rolim Ribas
Nicole Rolim Ribas

Análise e Redação

Rose Mary Almeida Lopes

Revisão de Texto

Eugenio Vinci de Moraes

Introdução

Neste relatório, examinam-se as relações entre a variável demográfica sexo e os diversos indicadores que são levantados na pesquisa com amostra estratificada e representativa geograficamente de 2.000 entrevistados adultos pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2024.

Os indicadores considerados no relatório para diferenciar o empreendedorismo feminino e masculino no Brasil são: os estágios dos empreendimentos; as motivações para empreender; as características socioeconômicas dos empreendedores (escolaridade, faixa etária, renda familiar e cor/raça); o tipo de atividades dos negócios; as características dos empreendimentos (procedência do cliente, inovação e geração de postos de trabalho); a busca de órgãos de apoio para a criação e desenvolvimento do negócio; e como a população brasileira percebe o empreendedorismo e seus principais sonhos.

No presente ciclo da pesquisa, reportado neste documento, a pesquisa teve a coordenação institucional da Anegepe (Associação Nacional de Estudos de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas). A pesquisa GEM é uma das principais fontes de informação sobre a dinâmica empreendedora no mundo. Enfatiza-se que a concepção de empreendedorismo adotada é ampla e compreende quaisquer iniciativas ou comportamentos de criação de um novo empreendimento, informal ou formal, atividade individual ou autônoma, nova empresa ou expansão de negócio já existente.

A pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) teve seu início em 1999, graças ao pioneirismo da parceria entre o *Babson College*, em Boston (EUA), e da *London Business School*, no Reino Unido.

O Brasil participa da pesquisa GEM desde 2000, completando 25 anos consecutivos no estudo.

01

| **Estágio do empreendedorismo segundo o sexo**

Os dados de 2024 apresentados na **Tabela 1** mostram as taxas específicas de empreendedorismo total e desdobradas pelos estágios dos empreendimentos segundo o sexo. Verifica-se que os homens exibem maiores taxas do que as das mulheres tanto no empreendedorismo total quanto em todos os estágios de negócio.

A taxa de empreendedorismo total (TTE) masculina (38,9%) é cerca de 11 pontos percentuais (p.p.) superior à observada entre as mulheres (28,1%).

Examinando-se a taxa de empreendedorismo inicial (TEA), verifica-se que a taxa masculina supera a taxa feminina por aproximadamente 4 pontos percentuais (p.p.). E, ao desdobrar as taxas do empreendedorismo inicial, nota-se que a menor diferença se situa no empreendedorismo nascente, em que as mulheres ficam a apenas 0,6 p.p. de distância dos homens: estes com 9,1% e aquelas com 8,5%. A diferença atinge 3,4 p.p. no empreendedorismo novo – 13,4% entre os homens e 10% entre as mulheres. As mulheres atingem quase 10% no empreendedorismo estabelecido, a uma distância de 7 pontos percentuais dos homens, que exibem quase 17%.

Box 1.1

Taxas de empreendedorismo

As taxas de empreendedorismo calculadas pelo GEM são obtidas a partir de dados coletados junto a uma amostra probabilística da população de 18 a 64 anos. Os resultados apresentados neste documento levam em consideração especificamente a população dividida em três faixas etárias (de 18 a 34 anos, de 35 a 54 anos e de 55 a 64 anos).

A **taxa de empreendedorismo total (TTE)** expressa a proporção da população, nas três faixas etárias, envolvida em negócios, nas fases de criação ou manutenção. Essa taxa é composta por três outras: a **taxa de empreendedores nascentes** – proporção da população envolvida, nos últimos 12 meses, com empreendimentos em fase de criação ou já em operação e remunerando seus sócios ou empregados por, no máximo, 3 meses; a **taxa de empreendedores novos** – proporção da população que é ao mesmo tempo proprietária e administradora de algum negócio com, no mínimo, três meses e, no máximo, três anos e meio de operação. A combinação da taxa de empreendedores nascentes e novos resulta na **taxa de empreendedores iniciais (TEA)**, muito importante para análises agregadas das primeiras fases do empreendedorismo; e **taxa de empreendedores estabelecidos (EBO)** – proporção da população envolvida em negócios com mais de 3 anos e meio de existência.

Tabela 1

Taxas específicas¹ de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento por sexo - Brasil - 2024

Estágio	Masculino	Feminino
Empreendedorismo total (TTE)	38,9	28,1
Empreendedorismo inicial (TEA)	22,3	18,4
Nascentes	9,1	8,5
Novos	13,4	10,0
Empreendedorismo estabelecido (EBO)	16,8	9,8

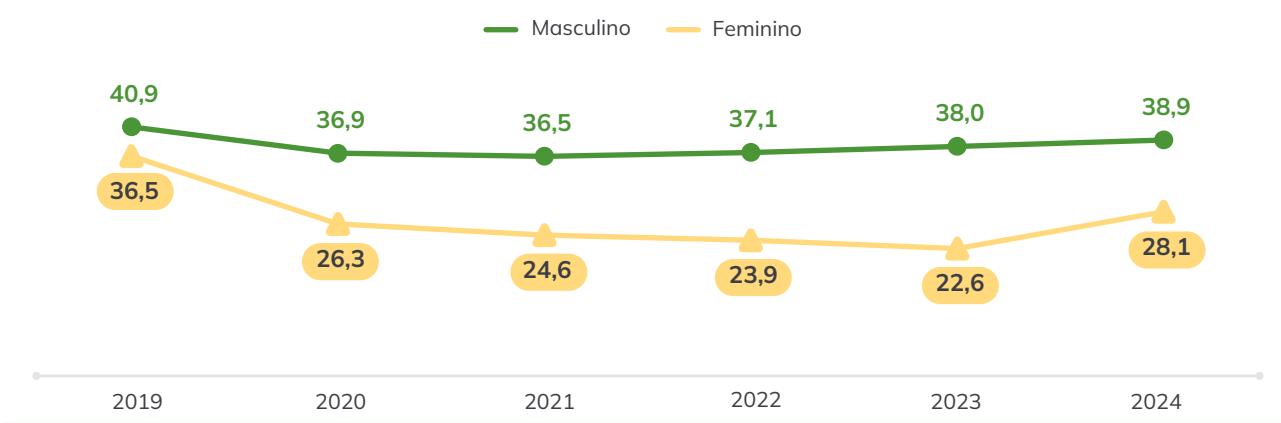
Fonte: GEM Brasil 2024

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

O **Gráfico 1** mostra a evolução das taxas do empreendedorismo total (TTE) por sexo de 2019 a 2024. Ainda que a favor dos homens, a menor diferença entre os sexos aconteceu em 2019, com apenas 4,4 p.p. A partir daí, os anos de pandemia

afetaram a diferença entre as taxas TTE de homens e mulheres, pois observa-se que se amplia sucessivamente, sendo que em 2023 alcança pouco mais de 15 p.p. Em 2024, as mulheres diminuem esta diferença para 10,8 p.p.

Gráfico 1 Evolução das taxas¹ (%) de empreendedorismo total por sexo - Brasil - 2019:2024



Fonte: GEM Brasil 2019 a 2024

02

Motivação para empreender no Brasil segundo o sexo

Nesta seção, desenvolvem-se as análises a respeito das motivações que impulsionam os empreendedores brasileiros a iniciarem suas jornadas empreendedoras, efetuando-se as comparações entre os sexos.

Os percentuais das motivações dos empreendedores iniciais por sexo são mostrados na **Tabela 2**. Observa-se que há diferenças entre as motivações mais intensas entre os empreendedores iniciais homens e mulheres. Assim, 77% das mulheres apontam a motivação “Para ganhar a vida porque os empregos são escassos” comparativamente a 71% dos homens, uma diferença de 7 p.p. A segunda motivação mais intensa entre elas é “Para fazer a diferença no mundo”, que é indicada por 76% das empreendedoras iniciais e um pouco menos pelos empreendedores, 73,4%. Entre os empreendedores a motivação mais intensa é “Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta” (74%), com uma diferença de 10 p.p. entre as empreendedoras (64%). A motivação menos intensa para ambos os sexos é a “Para continuar uma tradição familiar”; no entanto, mais

Box 2.1

Desde a sua criação, o GEM distingue a motivação para a atividade empreendedora em duas categorias: oportunidade (identificação de uma oportunidade de negócio a ser aproveitada) ou necessidade (garantia de subsistência). Entretanto, existe um reconhecimento que essa dicotomia não reflete bem as nuances das motivações para a criação dos negócios. Assim sendo, a pesquisa GEM Global, a partir de 2019, passa a incluir questões capazes de captar múltiplas motivações.

Dessa forma, os empreendedores podem se posicionar em uma escala de concordância Likert (cinco pontos) diante de quatro afirmações que representam as diferentes motivações consideradas na pesquisa: (i) para fazer a diferença no mundo; (ii) para construir uma grande riqueza ou renda muito alta; (iii) para continuar uma tradição familiar; e, por fim, (iv) para ganhar a vida porque os empregos são escassos.

No Brasil, embora seja considerado esse aprimoramento na metodologia internacional, com o objetivo de dar continuidade à série histórica obtida, ainda foi mantida a coleta dos dados que permite o cálculo dos indicadores de necessidade e oportunidade (dicotômica).

homens indicam essa motivação – quase 40% – comparativamente às mulheres – cerca de 30% – ou seja, com uma diferença de 10 p.p.

Tabela 2

Percentual dos empreendedores iniciais¹ segundo as motivações para começar um novo negócio por sexo - Brasil - 2024

Motivação	Masculino	Feminino
Para fazer diferença no mundo	73,4	76,0
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	71,0	77,2
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	74,0	64,1
Para continuar uma tradição familiar	39,9	30,1

Fonte: GEM Brasil 2024

¹ Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com cada uma das motivações. As motivações não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter concordado com mais de uma alternativa apresentada.

Quando se examinam as motivações para iniciar a jornada empreendedora de forma dicotômica, por oportunidade ou necessidade, as diferenças entre homens e mulheres ficam bastante evidentes.

Mais homens empreendem por oportunidade do que por necessidade, como se pode ver na **Tabela 3** – 12,7% versus 9%. Isso significa que, em termos de proporção da taxa de empreendedores iniciais

(TEA), quase 58% deles são impulsionados por oportunidade e 41% por necessidade. Ou seja, para cada 100 empreendedores que iniciam seus negócios por necessidade, tem-se 140 que são motivados pelas oportunidades. Entre as mulheres há praticamente um empate entre as taxas da TEA – 8,8% por oportunidade para 8,9% por necessidade –, representando as seguintes

proporções da TEA: 48% por oportunidade e quase 49% por necessidade. Assim, a razão entre as taxas é de 1, significando que para cada 100 mulheres que iniciam seus empreendimentos por oportunidade há outras 100 que empreendem por necessidade; isso demonstra que, relativamente aos homens, a motivação por necessidade é mais intensa.

Tabela 3

Motivação para empreender, por sexo (empreendedores iniciais): taxas¹ (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA² (em %), e razão³ entre oportunidade e necessidade - Brasil - 2024

Motivação	Masculino		Feminino	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	12,7	57,6	8,8	48,0
Necessidade	9,0	41,1	8,9	48,9
Razão	1,4		1,0	

Fonte: GEM Brasil 2024

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Proporção sobre a TEA: A soma pode não totalizar 100%, pois em alguns empreendimentos não é possível distinguir a motivação para empreender.

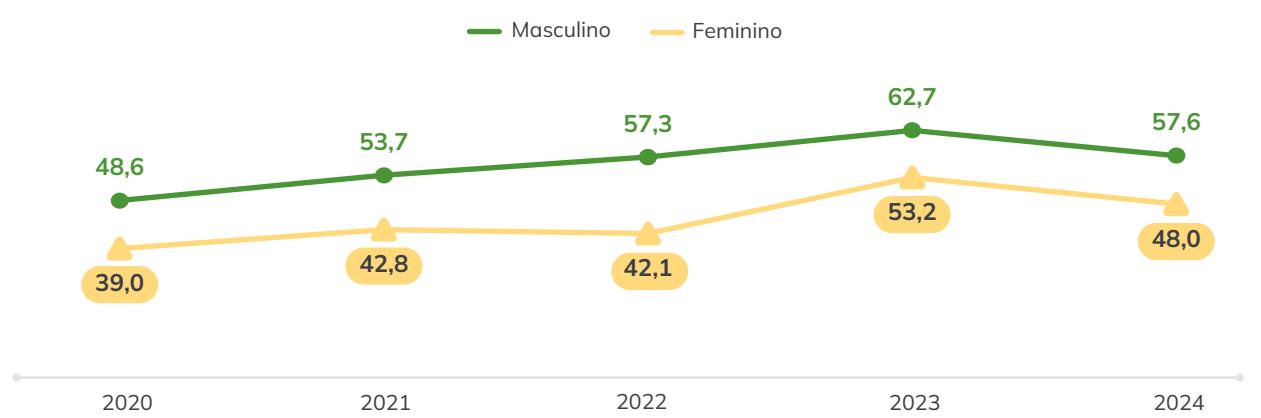
³ Exemplo de interpretação: para cada 100 mulheres que empreendem por necessidade, existem 100 que empreendem por oportunidade.

A evolução das proporções da taxa de oportunidade sobre a TEA segundo o sexo é apresentada no **Gráfico 2**. Para ambos os sexos, há uma tendência geral de aumento desta proporção, com pico no ano de 2023, e um certo recuo em 2024. Os empreendedores iniciais no primeiro ano da pandemia (2020) representavam quase 49% da TEA, subindo continuamente até quase 63% em 2023, mas recuou cerca de 5

p.p. em 2024, chegando a 57,6%, equiparando-se aos 57,3% atingidos em 2022, no fim da pandemia. As empreendedoras iniciais apesar de apresentarem proporções menores que as dos homens, elas também exibem uma tendência de aumento, partindo de 39% em 2020, subindo aproximadamente 14 p.p. até 2023, e em seguida se observa também entre elas um decréscimo de 5 p.p., chegando a 48% em 2024.

Gráfico 2

Evolução da proporção da taxa de oportunidade sobre a TEA (em %) por sexo - Brasil - 2020:2024



Fonte: GEM Brasil 2020 a 2024

03

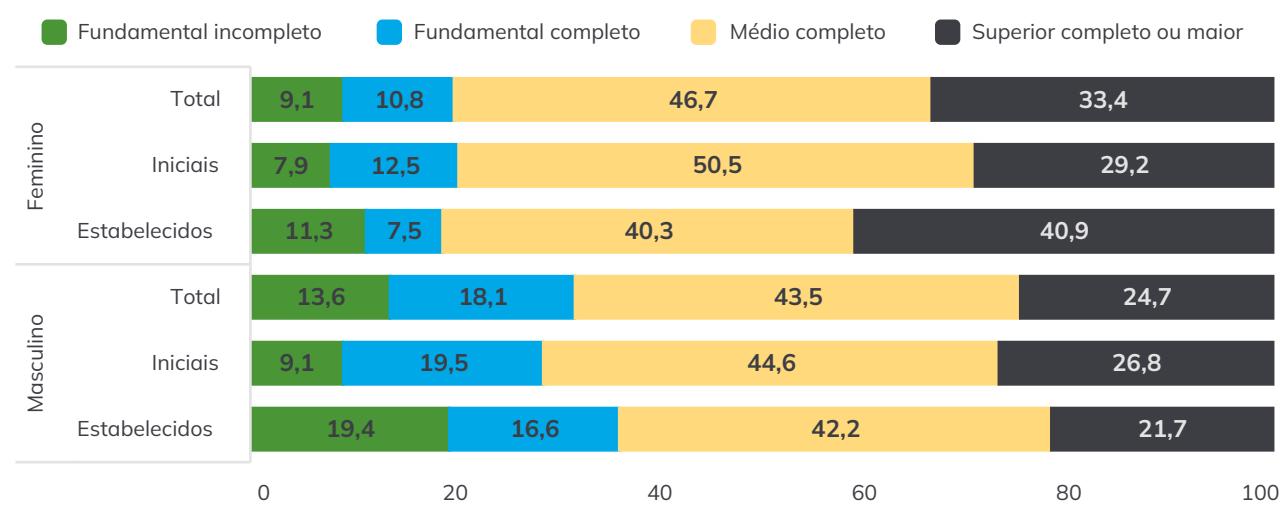
Características socioeconômicas dos empreendedores brasileiros segundo o sexo

A análise dos dados exibidos no **Gráfico 3** indicam a maior escolarização das empreendedoras brasileiras comparativamente à dos empreendedores homens. Tomando-se os percentuais no empreendedorismo total (representando o empreendedorismo inicial mais o estabelecido), percebe-se que cerca de 20% das mulheres possuem fundamental incompleto ou completo em contraste com aproximados 32% dos homens. Ainda no empreendedorismo total, aglutinando-se as empreendedoras com ensino médio completo e superior completo ou maior, elas totalizam 80% comparados aos cerca de 68% dos homens.

Examinando-se a distribuição da escolaridade dos empreendedores iniciais, as mulheres mostram maior escolaridade relativamente aos homens, visto que as empreendedoras com nível de escolaridade “ensino médio completo” e “superior completo ou maior” somam quase 80% e os homens 71,4%. Estes por sua vez, apresentam percentual maior (28,6%) do que as mulheres nos subgrupos dos empreendedores com ensino fundamental incompleto ou completo, 20,4%.

Focalizando os empreendedores estabelecidos, os homens exibem praticamente o dobro das mulheres (36%) com escolaridade fundamental incompleto ou completo. Por outro lado, as mulheres, com 81%, superam em praticamente 17 p.p. os homens – com cerca de 64% – no que se refere à escolaridade ensino médio completo e superior completo.

Gráfico 3 Distribuição percentual dos empreendedores segundo a escolaridade¹ por sexo - Brasil - 2024



Fonte: GEM Brasil 2024

¹ Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e Ensino Fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino Fundamental completo e Ensino Médio incompleto; Médio completo = Ensino Médio completo e Superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, Especialização incompleta e completa, Mestrado incompleto e completo, Doutorado incompleto e completo.

Filtrando-se os dados por sexo, a distribuição percentual dos empreendedores por faixas etárias e pelos estágios dos empreendimentos é mostrada no **Gráfico 4**.

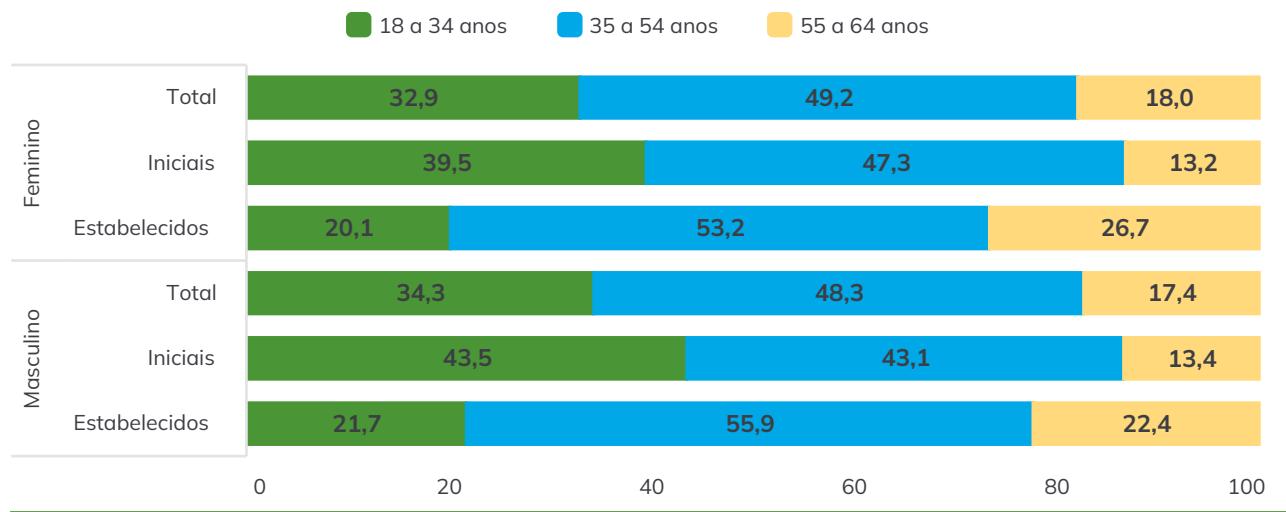
No empreendedorismo total, observa-se que os homens, na faixa etária mais jovem, de 18 a 34 anos, superam as mulheres por apenas 1,4 p.p.; na faixa intermediária, são as mulheres que ultrapassam os homens, com uma diferença pequena de praticamente 1 p.p. – 49,2% *versus* 48,3%. Na faixa dos empreendedores seniores, homens e mulheres apresentam percentuais muito próximos, com uma diferença de apenas 0,6 p.p., as mulheres representam 18% e os homens 17,4%. As diferenças, portanto, não parecem ser significativas nessa faixa.

No empreendedorismo em estágio inicial, há diferenças um pouco maiores – de até 4 p.p. como na faixa etária mais jovem – entre os empreendedores iniciais: mais homens (43,5%) do

que mulheres (39,5%). Diferença similar, de 4,2 p.p., desta vez a favor das mulheres, ocorre na faixa etária intermediária, em que as empreendedoras representam 47,3% e os empreendedores somam 43,1%. Na faixa de idade mais velha, a diferença é muito pequena – 13,4% entre os homens e de 13,2% entre as mulheres. Pode-se, então, depreender que há uma leve tendência para que as mulheres iniciem os seus negócios um pouco mais tarde que os homens.

No estágio de empreendimentos estabelecidos, observa-se pouca diferença (1,6 p.p.) entre homens e mulheres mais jovens, sendo 21,7% entre os empreendedores e 20,1% entre as empreendedoras. Na faixa etária intermediária, a diferença é ligeiramente maior, 2,7 p.p., pois há quase 56% de homens *versus* 53,2% de mulheres. Na faixa etária dos seniores, são as mulheres que apresentam maior percentual, 26,7%, comparativamente aos homens, 22,4%, representando 4,3 p.p. de diferença.

Gráfico 4 Distribuição percentual dos empreendedores segundo a faixa etária por sexo - Brasil - 2024



Fonte: GEM Brasil 2024

O **Gráfico 5** mostra a distribuição dos empreendedores segundo a renda familiar (indicadas em faixas de salários mínimos - SM) por sexo.

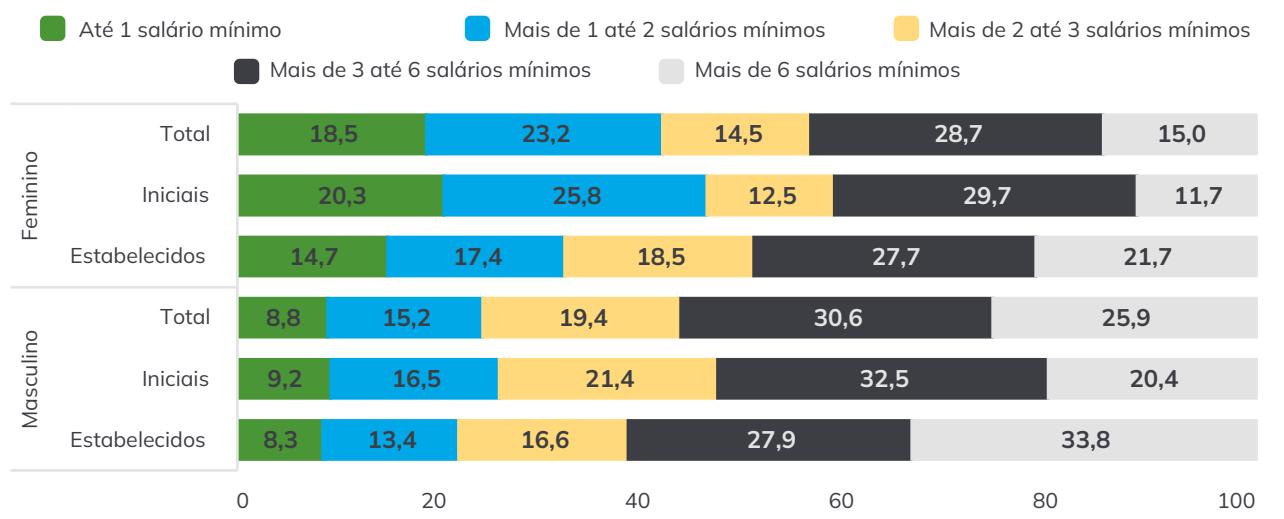
No empreendedorismo total, aglutinando-se as três menores faixas de renda familiar (até 3 SM)

e as duas maiores (mais de 3 SM), observa-se que as mulheres predominam, com 56,2%, na categoria inferior de renda, em que os homens apresentam 43,4%. Na categoria superior – de mais de 3 salários mínimos – predominam os homens, 56,5%, relativamente às mulheres, que totalizam 43,7%.

O exame do estágio inicial revela que há maior concentração de mulheres na faixa de renda de até 3 salários mínimos, 58,6%, comparativamente aos homens, 47,1%. Na faixa acima de 3 salários mínimos, os empreendedores totalizam cerca de 53%, ao passo que as mulheres ficam em torno de 41%.

No estágio de negócios estabelecidos, os homens apresentam uma concentração de quase 62% na faixa de renda familiar de mais de 3 salários mínimos, dado que na faixa de até 3 salários mínimos são praticamente 38%. Já entre as mulheres, a distribuição é mais próxima, com ligeira diferença a maior na faixa de até 3 salários mínimos (50,6%) e de 49,4% na faixa superior, acima de 3 salários mínimos, diferença de apenas 1,2 p.p.

Gráfico 5 Distribuição percentual dos empreendedores segundo a renda familiar por sexo - Brasil - 2024



Fonte: GEM Brasil 2024

A análise do **Gráfico 6** revela que, no geral, há predominância da cor/raça preta ou parda tanto no empreendedorismo total, quanto nos estágios iniciais e estabelecidos para ambos os sexos, com apenas uma exceção – as mulheres brancas predominam entre as empreendedoras estabelecidas, com 50,8%.

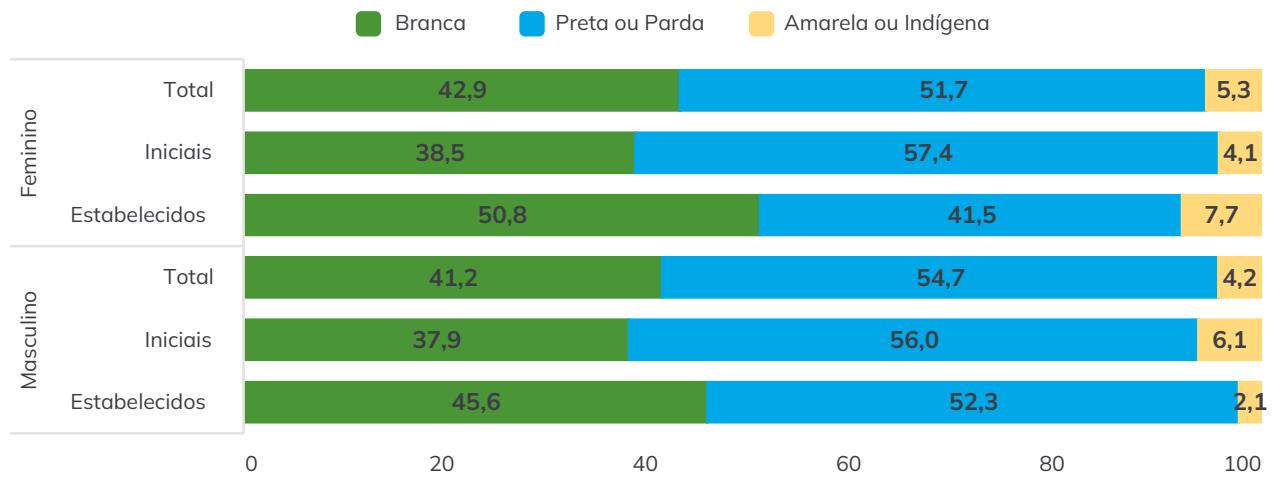
No empreendedorismo total, os empreendedores pretos ou pardos são 54,7%, e as empreendedoras pretas ou pardas somam 51,7%. Entre os empreendedores iniciais, a diferença entre mulheres e homens é menor, de 1,4 p.p., pois o percentual entre as empreendedoras é de 57,4% e entre os empreendedores é de 56%. No empreendedorismo estabelecido, como já se indicou anteriormente, os pretos e pardos predominam entre os homens,

com 52,3%, estabelecendo uma distância de 10,8 p.p. com as empreendedoras pretas/pardas, que somam 41,5%.

É interessante notar que a presença de empreendedores de cor/raça amarela ou indígenas é maior no empreendedorismo feminino – 5,3% no empreendedorismo total – comparativamente aos 4,2% entre os homens. Os empreendedores iniciais da cor/raça amarela ou indígena são mais numerosos (6,1%) do que entre as mulheres (4,1%), diferença de 2 p.p. Porém, entre as empreendedoras estabelecidas, representam 7,7%, ao passo que entre os empreendedores estabelecidos são bem menos representados (2,1%), com uma distância de 5,6 p.p.

Gráfico 6

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a cor/raça por sexo - Brasil - 2024



Fonte: GEM Brasil 2024

04

Atividade dos empreendedores brasileiros segundo o sexo

Nesta seção, examinam-se as principais atividades econômicas dos negócios dos empreendedores iniciais por sexo.

A **Tabela 4** exibe os percentuais distribuídos pelas seções de atividades conforme a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas).

Cerca de 81% das empreendedoras iniciais concentram em apenas cinco seções de atividades, destacando-se a “Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas”, com 31,3%, sendo que quase 15% das empreendedoras (aproximadamente metade das enquadradas na seção G) dedicam-se a negócios no comércio varejista de dois tipos: cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal; e artigos do vestuário e acessórios.

A segunda seção de atividades com maior concentração é a “Seção I – Alojamento e alimentação”, sendo que as mulheres se concentram nas atividades de restaurantes, catering, bufês e similares, e poucos são os negócios das empreendedoras que se voltam para hospedagem.

A seguir, quase 10% das mulheres têm negócios na “Seção C – Indústrias de transformação”, em que as atividades envolvem fabricação de produtos diversos, móveis, confecção de peças de vestuário, de produtos têxteis e fabricação de móveis.

As atividades de saúde humana (no geral, outros profissionais de saúde que não médicos e dentistas) e serviços sociais, da “Seção Q – Saúde humana e serviços sociais”, representam 9,5% dos negócios das mulheres. A representação dos homens nessa seção é cerca de quatro vezes menor que a das mulheres.

Box 4.1

Cabe observar que até a edição anterior do GEM, as atividades econômicas eram apresentadas e analisadas seguindo-se as classes CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) que apresentavam maiores percentuais, até atingir total ao redor de 50% das atividades econômicas mencionadas pelos empreendedores. Como um avanço na forma de representar melhor o total das atividades econômicas desenvolvidas pelos empreendedores brasileiros, examinam-se agora todas as atividades agregadas pelas respectivas seções identificadas na CNAE. Deste modo, quer sejam atividades mais frequentes ou pouco frequentes, todas elas são incluídas nos dados e nas tabelas que se seguem.

E as atividades da “Seção S – outras atividades de serviços” somam cerca de 9% dos negócios das empreendedoras iniciais (cerca de 5 p.p. a mais que a soma dos homens), concentrados nos serviços de cabeleireiros e tratamento de beleza.

Comparativamente, os empreendedores iniciais apresentam um espectro maior de atividades – oito seções de atividades, que totalizam praticamente 83% dos negócios. Cerca de 23% dos empreendedores iniciais têm negócios classificados na “Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas”, concentrados em muitas atividades de comércio varejista e vários em manutenção e reparação de veículos automotores. Os empreendedores do sexo masculino apresentam uma frequência 8,4 p.p. menor do que a delas.

A “Seção F – Construção” representa 11,6% dos negócios dos empreendedores, que se dedicam a construção de edifícios, a obras de acabamento, serviços especializados para construção e outros. Menos de 2% das empreendedoras possuem negócios relacionados a essa seção.

Na “Seção M – Atividades profissionais, científicas e técnicas”, encontram-se quase 10% dos empreendedores (praticamente o dobro do que se observa entre as empreendedoras), cujos negócios envolvem atividades jurídicas, de engenharia, de publicidade, consultoria de gestão e outras.

As atividades de alimentação na “Seção I – Alojamento e alimentação” representam 9,6% dos negócios dos empreendedores e não se registram entre os homens empreendimentos na atividades de hospedagem. A representação dessa seção entre as empreendedoras iniciais é mais do que o dobro, ou, precisamente 12,3 p.p.

Os negócios da “Seção H – Transporte, armazenagem e correio” são praticamente 9%, sendo que se destacam sobretudo os empreendimentos em transporte rodoviário de carga e táxi (incluso os motoristas por aplicativos). As atividades desta seção são pouco representativas entre as empreendedoras (0,6%).

A seguir, entre os homens têm-se quase 8% de seus empreendimentos nas atividades da “Seção C – Indústria de transformação”, havendo grande dispersão no tipo de produtos manufaturados e atividades de manutenção industrial a que eles se dedicam. Essa seção representa quase 2 p.p. a mais entre as empreendedoras, contudo elas estão fortemente concentradas em atividades de manufatura de produtos têxteis e de vestuário.

As atividades da “Seção N – Atividades administrativas e serviços complementares” são o foco dos negócios de 6,5% dos empreendedores iniciais, com participação relevante em negócios relacionados à organização de eventos. Entre as empreendedoras, essa seção representa menos de 1%.

Às atividades da “Seção A – Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura” se dedicam 5,7% dos empreendedores e apenas 1,5% das empreendedoras.

Tabela 4 Percentual das principais atividades dos empreendedores iniciais segundo o sexo - Seções CNAE - Brasil - 2024

Denominação	Seção	Percentual de empreendedores iniciais (%)		
		Total (inicial)	Masculino	Feminino
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	G	26,9	22,9	31,3
Alojamento e alimentação	I	15,4	9,6	21,9
Indústrias de transformação	C	8,7	7,8	9,7
Atividades profissionais, científicas e técnicas	M	7,7	9,9	5,2
Construção	F	7,0	11,6	1,7
Outras atividades de serviços	S	6,2	3,8	8,9
Saúde humana e serviços sociais	Q	5,8	2,5	9,5
Transporte, armazenagem e correio	H	5,0	8,9	0,6
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	A	3,8	5,7	1,5
Atividades administrativas e serviços complementares	N	3,7	6,5	0,6
Serviços domésticos	T	2,6	0,9	4,5
Informação e comunicação	J	2,3	3,4	1,1
Atividades imobiliárias	L	1,3	2,5	0,0
Outros		3,7	4,0	3,4
Total		100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2024

A **Tabela 5** exibe os percentuais por seções de atividades dos empreendedores estabelecidos segundo o CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas).

Destacam-se para ambos os sexos os negócios dedicados às atividades da “Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas” (sobretudo o comércio varejista), cerca de 22% entre os homens e de 21% entre as mulheres. Contudo, na distribuição desses negócios por atividades específicas é possível perceber diferenças importantes entre os empreendedores estabelecidos do sexo masculino e feminino, por exemplo: mais da metade das empreendedoras classificadas nessa seção (11,7% do total) possuem negócios comerciais varejistas de produtos

têxteis, artigos de vestuário ou acessórios e no segmento de produtos de perfumaria e de higiene pessoal. Já os homens, apesar de apresentarem uma concentração relevante em atividades ligadas ao setor automotivo (manutenção, peças e combustíveis), 8,2% do total, são mais diversificados no que se refere às atividades da Seção G nas quais os seus negócios são classificados.

Nas atividades relacionadas à “Seção F – Construção” há quase 18% dos homens, com maiores percentagens em construção de edifícios, instalações elétricas e obras de acabamento. Em contraste, pouco mais de 1% das mulheres, empreendedoras estabelecidas, se dedicam às atividades relacionadas à construção.

Nas atividades da “Seção C – Indústrias de transformação”, os percentuais dos dois sexos estão bem próximos, com 15% entre os homens e quase 14% de mulheres. Porém, as escolhas das atividades a que se dedicam mostram padrões de preferências bem distintos entre os sexos. Entre as empreendedoras, 7% delas (mais da metade da seção) atuam em atividades de manufatura de produtos de vestuário e têxteis, ou seja, apresentam uma alta concentração delas em poucas atividades do setor industrial. Já os empreendedores estabelecidos, classificados nessa seção, se distribuem em uma quantidade bem maior de atividades, em outros termos, são mais diversificados.

Nas atividades da “Seção M – Atividades profissionais, científicas e técnicas”, destacam-se as mulheres com pouco mais que o dobro do percentual exibido pelos homens – quase 17% entre elas e 8% entre os homens. Entre as mulheres, preponderam as atividades jurídicas (frequência 4 vezes maior do que a registrada entre os homens). Nas atividades de publicidade e de engenharia, se encontram mais mulheres do que homens. Há mais homens (mais do que o dobro) do que mulheres se dedicando às atividades de contabilidade, consultoria e auditoria.

A “Seção S – Outras atividades de serviços” concentra 15% dos negócios das mulheres e apenas 3,5% dos homens. Elas se concentram nos serviços de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza e também nas atividades de serviços pessoais, sendo que poucos homens têm negócios nestas atividades.

Dedicam-se às atividades da “Seção Q – Saúde humana e serviços sociais” quase 10% de mulheres, praticamente cinco vezes mais do que os homens, que exibem apenas 1,6%. Entre as principais atividades dessa seção, os homens constam naquelas exercidas por médicos e odontólogos, tendo-se o dobro de mulheres nestas atividades. As mulheres se distribuem nas demais atividades de profissionais da área de saúde, em que os homens não se mostram presentes.

Nas atividades da “Seção A – Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura”, predominam os homens com cerca de 7% em comparação aos apenas 2% de mulheres. Os negócios da “Seção N – Atividades administrativas e serviços complementares” representam quase 7% dos empreendimentos masculinos e 4% dos femininos.

Tabela 5

Percentual das principais atividades dos empreendedores estabelecidos segundo o sexo - Seções CNAE - Brasil - 2024

Denominação	Seção	Percentual de empreendedores estabelecidos (%)		
		Total (estabelecido)	Masculino	Feminino
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	G	21,7	22,1	21,1
Indústrias de transformação	C	14,6	15,3	13,6
Construção	F	11,3	17,7	1,1
Atividades profissionais, científicas e técnicas	M	11,3	8,1	16,6
Outras atividades de serviços	S	7,8	3,5	14,7
Atividades administrativas e serviços complementares	N	5,7	6,8	3,9
Transporte, armazenagem e correio	H	5,4	8,2	0,9
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	A	5,1	6,9	2,1
Saúde humana e serviços sociais	Q	4,7	1,6	9,6
Alojamento e alimentação	I	4,5	3,5	6,2
Atividades imobiliárias	L	2,1	2,8	0,9
Serviços domésticos	T	2,0	0,6	4,2
Informação e comunicação	J	1,8	2,2	1,1
Artes, cultura, esporte e recreação	R	1,1	0,5	2,0
Educação	P	0,8	0,0	2,1
Total		100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2024

05

Características dos empreendimentos segundo o sexo do empreendedor

Examinam-se na **Tabela 6** os percentuais de procedência dos clientes, por sexo, comparando-se os empreendedores iniciais e estabelecidos. Observa-se que, no geral, mais de 94% dos clientes são ou serão da cidade em que os empreendedores residem, sendo praticamente os mesmos percentuais apontados pelos empreendedores iniciais e estabelecidos homens – 94,2% e 94,6%, respectivamente – e um pouco mais entre as empreendedoras, alcançando 97,2% entre as iniciais e 97,9% entre as estabelecidas. Na categoria clientes atuais ou futuros que são de outra cidade ou estado do Brasil, os homens superam as mulheres, dado que são 55,3% dos empreendedores iniciais *versus* 35,4% das empreendedoras, uma diferença de praticamente

20 p.p. Quanto aos empreendedores estabelecidos, há 64,7% entre os homens e 58,5% entre as mulheres, com uma diferença menor, de 6,2 p.p. Isto significa que à medida que os empreendimentos das mulheres amadurecem e se tornam mais longevos, o alcance de clientes se amplia. Quando se analisa a categoria tem ou terão clientes fora do Brasil, há 6,2% entre os empreendedores iniciais comparativamente aos 5,9% das empreendedoras, uma diferença muito pequena, de apenas 0,3%. Todavia, essa diferença se amplia consideravelmente – 5,2 pontos percentuais – em favor das empreendedoras estabelecidas, que atingem quase 11%, em contraste com os 5,7% registrados pelos empreendedores estabelecidos.

Tabela 6

Percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo a procedência¹ do cliente por sexo - Brasil - 2024

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	94,2	94,6	97,2	97,9
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	55,3	64,7	35,4	58,5
Fora do Brasil	6,2	5,7	5,9	10,9

Fonte: GEM Brasil 2024

¹ As procedências dos clientes não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter escolhido mais de uma alternativa apresentada.

O impacto do empreendimento em termos de ter ou que ambicionam ter clientes nos âmbitos nacional ou internacional, conjugado com inovação em produto/serviço ou no processo/tecnologia é o foco da **Tabela 7**.

No geral estes impactos são bem pequenos, sendo que relativamente à taxa de empreendedores iniciais apenas 1,2% dos empreendedores do sexo masculino estão à frente de empreendimentos que produzem impacto em âmbito nacional, no caso das empreendedoras esse índice é ainda menor, 0,3%. No empreendedorismo estabelecido, apenas

Box 5.1

A pesquisa GEM para ponderar a respeito da intensidade da inovação dos empreendimentos investiga a abrangência (local, nacional ou mundial) da novidade do produto/serviço e assim como do nível de atualidade dos processos (tecnologias) utilizados. Ainda, de acordo com a metodologia GEM, **empreendimentos de impacto em âmbito nacional** são aqueles cujo empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de outras cidades e estados do país e que o produto/serviço ou o processo (tecnologia) que utiliza pode ser considerado uma novidade no nível nacional. Já os **empreendimentos de impacto em âmbito internacional** são aqueles que têm ou terão clientes procedentes de outros países e que o produto/serviço ou o processo (tecnologia) que utiliza pode ser considerado uma novidade em nível mundial.

0,6% dos empreendedores de ambos os sexos lideram negócios que geram impacto no mesmo âmbito.

Empreendimentos com impacto internacional não são verificados entre as empreendedoras, sejam elas iniciais ou estabelecidas. Entre os homens os índices são baixos: 0,3% entre os empreendedores iniciais e de 0,1% entre os estabelecidos.

O conjunto destes dados sinaliza a necessidade de maior incentivo e apoio para que se elevem tanto as iniciativas quanto as aspirações, maior acesso e capacitação tanto para ampliação do escopo geográfico dos negócios quanto para agregação de inovação em produtos e processos para que se amplie a incidência de impacto nacional e internacional dos empreendimentos liderados pelos empreendedores brasileiros.

Tabela 7

Taxa dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo o impacto¹ do empreendimento em termos de inovação por sexo - Brasil - 2024

Impacto	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Impacto nacional	1,2	0,6	0,3	0,6
Impacto internacional	0,3	0,1	0,0	0,0

Fonte: GEM Brasil 2024

¹ **Impacto de âmbito nacional:** o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de pelo menos outras cidades e estados do país e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia que utiliza podem ser considerados uma novidade em nível nacional pelo menos. **Impacto de âmbito internacional:** o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de outros países e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia que utiliza podem ser considerados uma novidade em nível internacional.

A **Tabela 8** exibe os dados relativos à geração de ocupação por sexo. Quanto ao número atual de pessoas ocupadas, nota-se que os empreendimentos dos homens apresentam melhores resultados. Na categoria de “nenhuma pessoa empregada”, o percentual de empreendimentos das mulheres representa quase o dobro relativamente ao dos homens – 50,8% versus 26,9%. Já na categoria de 1 a 5 pessoas ocupadas, 53,4% correspondem aos empreendimentos dos homens e 47,4% ao das mulheres (diferença de 5,7 p.p.). A diferença cresce nas categorias seguintes: de 6 a 19 pessoas têm-se 13,6% dos homens e apenas 1,3% das mulheres (distância de 12,3 p.p.); na categoria de 20 ou mais, há 6,1% dos empreendedores e apenas 0,5% das mulheres.

Quanto à expectativa de criação de postos de trabalho nos próximos cinco anos, percebe-se que as mulheres superam os homens na categoria de “nenhuma geração”, com 20,3% em comparação a 12,3% dos homens. No entanto, na categoria de 1 a 5 postos de trabalho, as mulheres superam os homens, com aproximadamente 49% contra 39%, uma diferença de quase 10 pontos percentuais. Essa expectativa cai para 24,8% entre as mulheres em comparação a 29,7% entre os homens na categoria de 6 a 19 postos de trabalho. Na categoria de 20 postos ou mais, a diferença se torna ainda mais acentuada: apenas 6% das empreendedoras, frente a 19% dos homens.

Tabela 8

Distribuição percentual do total de empreendedores segundo geração de ocupação por sexo - Brasil - 2023

	Masculino	Feminino
Número de pessoas ocupadas atualmente		
Nenhuma	26,9	50,8
1 a 5	53,4	47,4
6 a 19	13,6	1,3
20 ou mais	6,1	0,5
	100%	100%
Expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos)		
Nenhuma	12,3	20,3
1 a 5	39,0	48,9
6 a 19	29,7	24,8
20 ou mais	19,0	6,0
	100%	100%

Fonte: GEM Brasil 2024

06

Busca por órgãos de apoio segundo o sexo dos empreendedores

Focalizando-se a busca de órgãos de apoio, os dados da **Tabela 9** mostram que praticamente 40% dos empreendedores de ambos os sexos buscam apoio na implementação de seu negócio, portanto a maioria dos empreendedores brasileiros o fazem sem qualquer tipo de apoio institucional. Entre os empreendedores do sexo masculino que buscam apoio, quase metade deles (49%) recorrem a contadores, comparativamente aos quase 37% das empreendedoras (12 p.p. de diferença), ao passo que o apoio de advogados é procurado por

cerca de 12% dos homens e 10% das mulheres. Os órgãos do *Sistema S* são bastante procurados: mais mulheres (38,5%) do que homens (30,1%) buscam o Sebrae, enquanto o Senai é mais procurado pelos homens (19,4%) do que pelas mulheres (quase 13%). A busca pelo Senac apresenta uma diferença menor, com quase 11% das mulheres e 8% dos homens. Já a consultoria privada é procurada por aproximadamente 7% dos empreendedores e 6% das empreendedoras.

Tabela 9 Percentual do total de empreendedores segundo a busca de órgãos de apoio por sexo - Brasil - 2024

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	42,2	40,7
Principais órgãos de apoio procurados¹		
Contador	49,0	36,6
Sebrae	30,1	38,5
Senai	19,4	12,9
Advogado	11,9	10,3
Senac	8,1	10,9
Consultoria privada	5,6	6,4
Outro ²	7,1	6,2

Fonte: GEM Brasil 2024

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

² Nessa classificação para o Brasil se enquadram: Associação de classe, Associação comercial, EMATER, instituições financeiras (bancos), Senar, Senat, Sesi e Sindicato.

07

A disposição empreendedora da população brasileira segundo o sexo

Na pesquisa GEM, vários fatores relativos à mentalidade empreendedora na população brasileira são examinados.

A **Tabela 10** exibe afirmativas relativas a seis fatores. O primeiro deles se refere a conhecer pessoalmente alguém que tenha começado um novo negócio nos últimos 2 anos, o que significa que a pessoa tem contato com modelos de empreendedores. A diferença entre os homens e mulheres é pequena – praticamente 7 p.p. – sendo que aproximadamente 78% dos homens e 71% das mulheres tem esta proximidade com pessoas empreendedoras. Outro fator se relaciona à percepção de boas oportunidades nos próximos seis meses para iniciar um novo negócio nas proximidades de onde vivem. Em torno de 64% e 65% da população – mulheres e homens respectivamente –, afirmam perceber boas oportunidades no curto prazo. Quanto à avaliação das próprias competências necessárias para iniciar um novo negócio – conhecimento, habilidade e experiência –, relativamente mais homens (74%) do que mulheres (61%) se autopercebem com essas competências empreendedoras.

Certamente que estes fatores influenciam na intenção futura de empreender, que é captada na última questão, em que proporcionalmente, mais homens (54%) do que mulheres (46,5%) manifestam a intenção de empreender nos próximos três anos. Esses percentuais representam os empreendedores potenciais brasileiros, mulheres e homens, que, se forem adequadamente incentivados e o contexto geral seja favorável, resultarão em mais pessoas iniciando as suas trajetórias empreendedoras no médio prazo – a menos que outros fatores não favoráveis os detenham. Estes se referem a dois outros fatores: medo de fracassar e percepção de facilidade ou não para empreender, que também são enfocados na **Tabela 10**.

Box 7.1

A questão e as afirmações usadas para avaliar as percepções que a população tem sobre si mesma e sobre o ambiente em temas relacionados ao empreendedorismo são as seguintes:

– Quantas pessoas você conhece que começaram um novo negócio ou passaram a trabalhar por conta própria nos últimos 2 anos?

Todos os entrevistados (adultos de 18 a 64 anos) também respondem a essas afirmações utilizando uma escala Likert*, com notas de 1 a 5, que expressam grau de concordância, indo de discordo totalmente a concordo totalmente.

– Nos próximos seis meses, haverá boas oportunidades para iniciar um negócio na cidade ou na região onde você mora.

– Você possui a habilidade, a experiência e o conhecimento necessários para iniciar um novo negócio.

– Você não começaria um negócio por medo de fracassar.

– No Brasil é fácil começar um negócio.

A pergunta de base para avaliar a intenção de empreender da população é: "Nos próximos três anos você espera iniciar – sozinho ou com outras pessoas – um novo negócio ou algum tipo de atividade como autônomo ou por conta própria?"

Desse modo, todas as pessoas entrevistadas responderam a esta questão, contudo, o percentual taxa de empreendedores potenciais é calculada pelo consórcio GEM como o percentual da população adulta não empreendedora que respondeu sim à questão apresentada, ou seja, nesse cálculo são excluídos os indivíduos classificados como empreendedores, sejam eles nascentes, novos ou estabelecidos.

* Esta escala é assim denominada por ter sido criada por Rensis Likert, em 1932. Nesta escala, os respondentes podem indicar o grau em que concordam ou discordam de uma afirmativa. Para isto, além dos pontos máximos de concordância ou discordância, indica-se, em cada ponto da escala, um número atrelado à direção e ao grau que expressa a atitude do sujeito ante cada afirmativa. Fonte: MATTAR, F. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 1997.

Uma afirmativa refere-se a não deixar que o medo de fracassar impeça a iniciativa de empreender: em torno de 50% dos homens e 45% das mulheres afirmam que ultrapassariam esse medo e começariam seus negócios. Este fator se relaciona, entre outros, com a percepção de facilidade de empreender no contexto brasileiro. Os percentuais

de quase 46% dos homens e das mulheres indicam que a maioria da nossa população – 54% de ambos os sexos – percebe justamente o contrário: que é difícil empreender no país. Daí talvez se origine, ao menos parcialmente, o medo de fracassar, que seria impeditivo para 50% da população masculina

e de 55% da população feminina. Portanto, tais fatores merecem ser enfocados e tratados em diversos níveis – educacional, social, cultural e político – para que as pessoas possam colocar em ação seus empreendedores potenciais.

Tabela 10 Percentual¹ da população masculina e feminina segundo a mentalidade - Brasil - 2024

Mentalidade	Masculina	Feminina
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	77,9	70,6
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	65,3	63,8
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	74,0	61,1
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	50,5	45,3
Afirmam que consideram fácil começar um negócio.	45,9	46,2
Afirmam a intenção de iniciar um novo negócio nos próximos 3 anos (empreendedores potenciais) ² .	54,1	46,5

Fonte: GEM Brasil 2023 e 2024

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² São considerados empreendedores potenciais aqueles indivíduos que ainda não são empreendedores (não considerados nascentes, novos ou estabelecidos), mas que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos.

Os sonhos da população brasileira, segundo o sexo, são o foco da **Tabela 11**. Desponta como sonho mais intenso a aquisição da casa própria, um pouco mais forte entre as mulheres (40%) do que entre os homens (38%).

“Ter o próprio negócio” envolve praticamente um terço da população brasileira, atingindo 36% entre os homens (2º lugar) e 33% entre as mulheres (3º lugar). Dentre as outras opções de carreira, cerca de 25% das mulheres sonham com “fazer carreira no serviço público” (6º lugar), 5,1 p.p. a mais do que entre os homens com 20,2% (8º lugar). O sonho “fazer carreira numa empresa” é indicado por aproximadamente 20% dos homens (em 9º lugar,) e 17,5% das mulheres (9º lugar).

“Viajar pelo país” ocupa o segundo lugar entre as brasileiras (35,7%) e terceiro lugar (33%) entre

os brasileiros. “Viajar para o exterior” é o sonho de 33,5% dos homens (3º lugar) e de 32% das mulheres (4º lugar).

“Comprar um automóvel” é a motivação de quase 30% das mulheres e de 26% dos homens, ocupando o quinto lugar para ambos os sexos.

“Ter um diploma de ensino superior” é o sonho de praticamente 22% dos brasileiros, homens e mulheres, posicionando-se em sexto lugar entre eles e sétimo entre elas.

“Casar e constituir uma nova família” é almejado por 20,2% dos homens (7º lugar) e por 16,5% das mulheres (10º lugar).

“Ter plano de saúde” é o sonho de 21,5% das brasileiras e de 18,6% dos brasileiros.

Tabela 11 Percentual¹ da população por sexo segundo o "sonho" - Brasil - 2024

Sonho	População (%)	
	Masculino	Feminino
Comprar a casa própria	37,9	39,7
Ter o próprio negócio	35,6	33,0
Viajar para o exterior	33,5	32,1
Viajar pelo Brasil	33,3	35,7
Comprar um automóvel	26,1	29,8
Ter um diploma de ensino superior	21,7	22,0
Casar ou constituir uma nova família	20,2	16,5
Fazer carreira no serviço público	20,2	25,3
Fazer carreira numa empresa	20,1	17,5
Ter plano de saúde	18,6	21,5
Comprar um computador/tablet/smartphone	12,7	14,3
Nenhum	7,6	5,8
Outro	3,3	3,2
Não respondeu	0,7	0,6

Fonte: GEM Brasil 2024

¹ Percentual da população em 2024, com idade entre 18 e 64 anos, que têm como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

A evolução entre os anos 2019 e 2024 do percentual da população que manifesta o sonho de "ter o próprio negócio" é exibida no **Gráfico 7**.

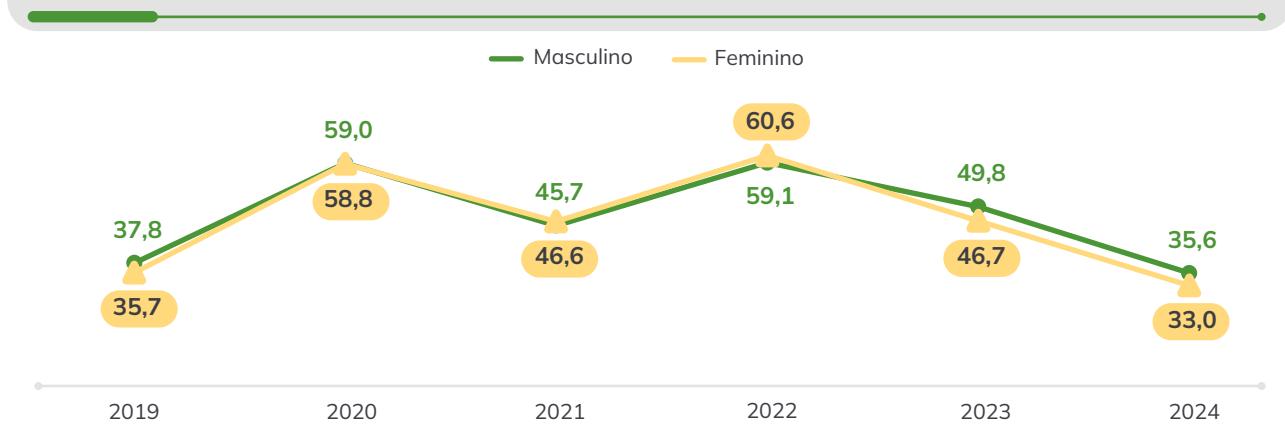
Apesar das flutuações verificadas nesse indicador, se percebe que se trata de um fator que independe do gênero da pessoa. Em todos os anos da série,

se vê pouca diferença na manifestação do sonho de se ter o próprio negócio, sejam os respondentes homens ou mulheres.

Vale registrar que 2024 apresenta o menor valor desse índice, para ambos os sexos, com percentuais semelhantes ao verificado em 2019.

Gráfico 7

Evolução do percentual da população que tem o "sonho" de ter o próprio negócio por sexo - Brasil - 2019:2024



Fonte: GEM Brasil 2019 a 2024

Coordenação do GEM

internacional



Global
Entrepreneurship
Monitor



nacional



ANEGEPE

Associação Nacional de Estudos em
Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

parceiro no Brasil



Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

