Empreendedorismo no BRASIL 2025

Recorte Temático: Sexo

GEM 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)

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

ANÁLISE E REDAÇÃO

Rose Mary Almeida Lopes

ARTE E DIAGRAMAÇÃO

Marcela Rolim Ribas
Nicole Rolim Ribas

REVISÃO DE TEXTO

Eugênio Vinci de Moraes

INTRODUÇÃO

Apresentam-se neste relatório os resultados e as relações entre a variável demográfica **Sexo** com as diversas variáveis que são levantadas na pesquisa com amostra estratificada e representativa geograficamente de adultos entrevistados pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) sobre o perfil dos empreendedores brasileiros.

As relações analisadas enfocam 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 econômicas dos negócios; as características dos empreendimentos (impacto nacional e internacional em função da procedência do cliente e da 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.

Com respeito à faixa etária, globalmente o GEM adota a faixa de 18 a 64 anos e a amostra estratificada representativa da população é de no mínimo 2.000 adultos. Assim, a série histórica das diferentes economias que têm participado da pesquisa abrange essa faixa etária, incluindo a base de dados do Brasil. Porém, devido à importante mudança na estrutura sociodemográfica dos países, com o avanço na participação percentual de pessoas com idade superior a 64 anos, em que muitas se mostram ativas, trabalhando e impactando nas economias, decidiu-se, a partir de 2025, ampliar a amostra para abranger a faixa etária de 65 a 74 anos, o que exigiu ampliação da amostra para 2.350 adultos. As características principais desse novo grupo etário recém-inserido no plano amostral da pesquisa GEM são apresentadas em detalhes no documento intitulado "Empreendedorismo no Brasil 2025 – Recorte Temático: Faixa Etária".

No desenvolvimento deste relatório, mantêm-se as análises dos resultados focadas na população brasileira adulta de 18 a 64 anos.

A pesquisa GEM vem sendo realizada no Brasil anualmente, de forma ininterrupta, desde o ano 2000, como parte de um projeto internacional que já envolveu mais de 100 países ao longo dos anos.

Este relatório se insere no conjunto de documentos que apresentam os resultados da pesquisa no Brasil em 2025, 26º ciclo de participação do país no projeto internacional.

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) iniciado em 1999 por instituições acadêmicas de prestígio, como a *London Business School* e o *Babson College*, é um projeto de pesquisa dedicado a compreender mais profundamente o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social global. 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.

No Brasil, desde 2001, essa pesquisa passou a contar com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). A partir do ciclo de 2022, está sob a condução da Associação Nacional de Estudos de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe), mantendo a colaboração com o Sebrae.

1. ESTÁGIO DO EMPREENDIMENTO SEGUNDO SEXO

Indicadores da dinâmica empreendedora

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 masculina e feminina dessa amostra.

A **taxa de empreendedorismo total (TTE)** expressa a proporção da população, masculina ou feminina, 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.

Na **Tabela 1**, apresentam-se as taxas de empreendedorismo total e as taxas abertas pelos estágios dos empreendimentos, segundo o sexo. Constata-se que os homens exibem taxas superiores às das mulheres tanto no empreendedorismo total quanto em todos os estágios de negócio.

A taxa de empreendedorismo total (TTE) masculina, de quase 39%, é cerca de 15 pontos percentuais (p.p.) superior à observada entre as mulheres (24,2%), que é, por sua vez, inferior em 4 p.p. em relação ao ano anterior.

Ao examinar a taxa de empreendedorismo inicial (TEA), verifica-se que os homens superam as mulheres por aproximadamente 9 p.p. E, ao desdobrar as taxas do empreendedorismo inicial, notam-se diferenças similares nas taxas de empreendedorismo nascente e novo dos homens — 4,6 e 4,5 p.p., respectivamente — em comparação às das mulheres. No empreendedorismo nascente, a taxa masculina é de 11,2%, enquanto a feminina é de 6,6%. No empreendedorismo novo, os homens exibem 13,1% e as mulheres, 8,6%. No empreendedorismo estabelecido, as mulheres atingem quase 9%, abaixo quase 7 p.p. dos homens, cuja taxa se aproxima de 16%.

Tabela 1 Taxas específicas de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento por sexo – Brasil – 2025

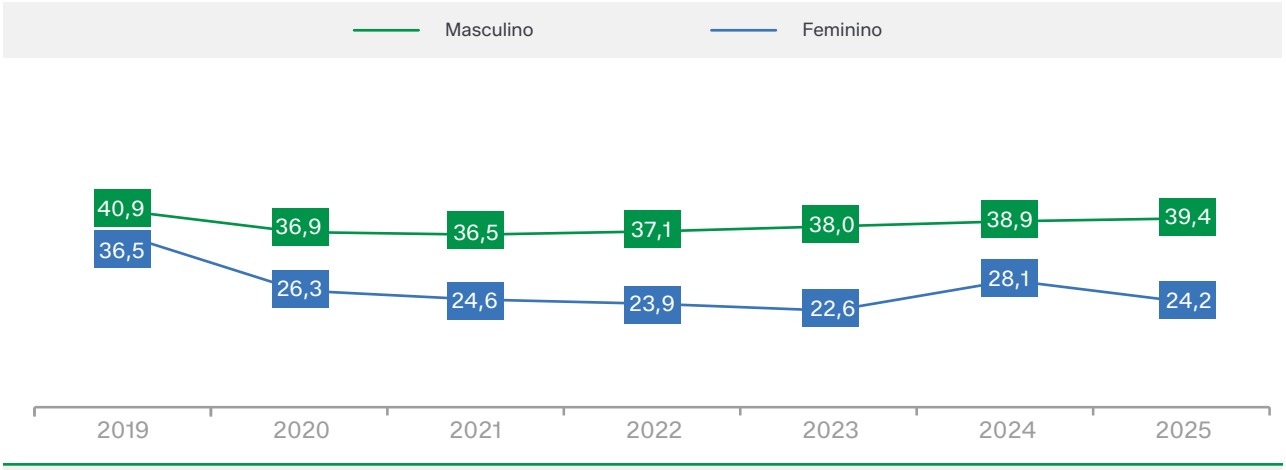
Estágio	Taxas específicas[1] (%)	
	Masculino	Feminino
Empreendedorismo total (TTE)	39,4	24,2
Empreendedorismo inicial (TEA)	24,1	15,0
Nascentes	11,2	6,6
Novos	13,1	8,6
Empreendedorismo estabelecido (EBO)	15,7	9,1

Fonte: GEM Brasil 2025
[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.

A evolução das taxas do empreendedorismo total (TTE), por sexo, no período de 2019 a 2025, é apresentada no **Gráfico 1**. Mantêm-se as diferenças a favor dos homens, sendo a menor delas de 4,4 p.p., observada em 2019, e as maiores, em torno de 15 p.p., registradas em 2023 e em 2025.

De maneira geral, os dados evidenciam que o empreendedorismo está menos presente entre as mulheres do que entre os homens e que a situação piorou um pouco, no agregado das mulheres, em relação ao ano anterior.

Gráfico 1 Evolução das taxas[1] (%) de empreendedorismo total por sexo – Brasil – 2019:2025



Fonte: GEM Brasil 2019 a 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

2. MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER NO BRASIL SEGUNDO O SEXO

Nessa seção, desenvolvem-se as análises e as comparações entre os sexos relativamente às motivações que impulsionam os empreendedores a iniciarem seus empreendimentos.

Na **Tabela 2**, são mostrados os percentuais das motivações dos empreendedores iniciais por sexo, observando-se diferenças importantes entre os empreendedores iniciais homens e mulheres. A motivação mais intensa entre os empreendedores é "fazer a diferença no mundo", indicada por 82% das empreendedoras iniciais, e um pouco menos pelos empreendedores, 72,4%, diferença ao redor de 9 p.p. A segunda motivação mais frequente entre as mulheres é "para ganhar a vida porque os empregos são escassos" — quase 77% das mulheres comparativamente a 67% dos homens —, uma diferença de praticamente 10 p.p. Entre os homens, a segunda motivação mais intensa é "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" — eles atingem quase 72% e as empreendedoras totalizam praticamente 65%, marcando uma diferença de 7 p.p. A motivação menos atrativa para ambos os sexos é a de "continuar uma tradição familiar". Em 2025, comparativamente, mais mulheres indicam essa motivação, quase 50%, e os homens, cerca de 43%, ou seja, com uma diferença de praticamente 6 p.p.

Esses dados revelam que as mulheres são mais motivadas tanto por razões mais simbólicas como "fazer a diferença no mundo", quanto por razões de ordem material como a "escassez de empregos". "Construir uma grande riqueza" foi a única motivação em que o percentual das mulheres que concordam com a afirmação apresentada é menor do que o dos homens.

Indicadores da motivação para empreender

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 pode não refletir 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, foi mantida a coleta dos dados que permite o cálculo dos indicadores de necessidade e oportunidade (dicotômica).

Tabela 2 Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio por sexo – Brasil – 2025

Motivação	Percentual dos empreendedores iniciais[1] (%)	
	Masculino	Feminino
Fazer diferença no mundo	72,4	81,8
Construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	71,6	64,9
Ganhar a vida porque os empregos são escassos	67,1	76,7
Continuar uma tradição familiar	43,3	49,6

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Empreendedores iniciais de 18 a 64 anos 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.

Na **Tabela 3**, examina-se a motivação para iniciar a jornada empreendedora, sob a ótica dicotômica de empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade, e ali observam-se diferenças importantes entre empreendedores e empreendedoras iniciais.

Tabela 3 Motivação para empreender, por sexo (empreendedores iniciais): taxas[1] (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA[2] (em %), e razão[3] entre oportunidade e necessidade – Brasil – 2025

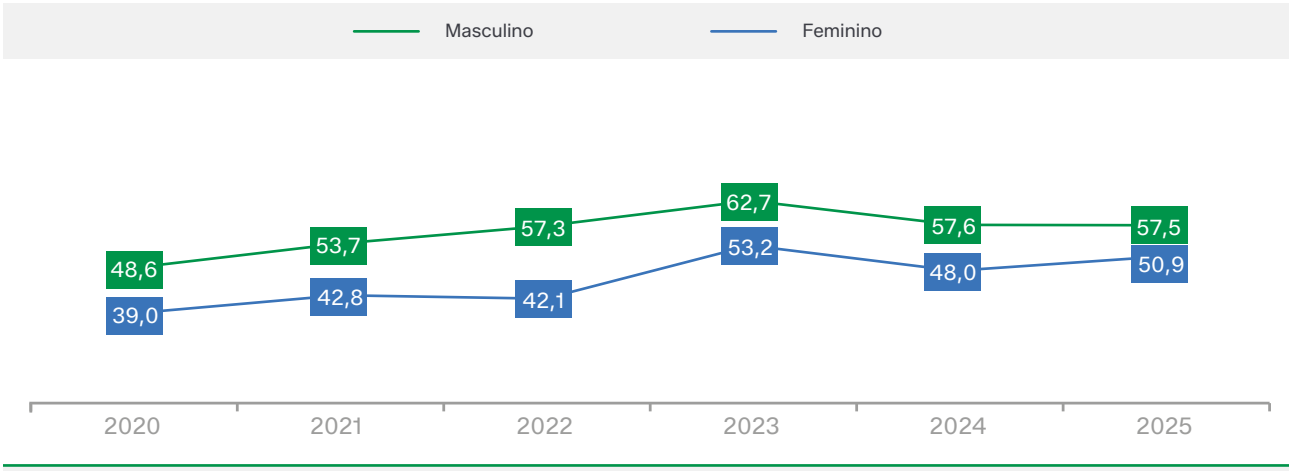
Motivação	Masculino		Feminino	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	13,7	57,5	7,6	50,9
Necessidade	9,7	40,5	6,6	44,5
Razão taxas (op./nec.)	1,4		1,1	

Fonte: GEM Brasil 2025
[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 110 que empreendem por oportunidade.

Os resultados mostram que mais frequentemente os empreendedores iniciais empreendem por oportunidade — 13,7% dos homens e cerca de 8% de mulheres —, significando praticamente 58% dos empreendedores iniciais e 51% das empreendedoras. Analisando-se as taxas por necessidade, têm-se cerca de 10% entre os empreendedores e cerca de 7% de empreendedoras iniciais, significando quase 41% do total dos empreendedores iniciais e 45% das empreendedoras (TEA). Entre os homens, a razão entre oportunidade e necessidade é de 1,4, representando que a cada 140 empreendedores que iniciam seus negócios por oportunidade, 100 o fazem por necessidade; ao passo que a razão entre as empreendedoras é menor (1,1), significando que a cada 110 mulheres que iniciam suas jornadas empreendedoras por oportunidade, outras 100 o fazem por necessidade.

No **Gráfico 2**, exibe-se a evolução das proporções da taxa de oportunidade sobre a TEA. Observa-se a tendência geral de aumento das proporções das taxas de oportunidade para ambos os sexos. Embora os maiores valores continuem a ser os de 2023, quase 63% entre os empreendedores e 53% entre as empreendedoras, há uma queda em 2024, ano em que os homens atingem 57,6%, valor que é praticamente o mesmo exibido em 2025, 57,5%. Relativamente, as proporções entre as empreendedoras iniciais têm evoluído mais, visto que partem em 2020 do patamar de 39%, atingindo o pico de cerca de 53% em 2023, recuando um pouco em 2024 — para 48%, e sobem quase 3 p.p. em 2025, atingindo aproximadamente 51%. Assim, a diferença entre os sexos caiu de quase 10 p.p. em 2024 para aproximadamente 7 p.p. em 2025, resultado que mostra que, comparativamente, as mulheres perceberam mais oportunidades do que os homens. Dessa forma, pode-se dizer que a tendência no período pós pandemia é de aumento da proporção de empreendedores por oportunidade, porém manteve-se a condição das mulheres apresentarem índices menores que os dos homens.

Gráfico 2 Evolução da proporção da taxa[1] de oportunidade sobre a TEA (em %) por sexo – Brasil – 2020:2025



Fonte: GEM Brasil 2020 a 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

3. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÔMICAS DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS SEGUNDO O SEXO

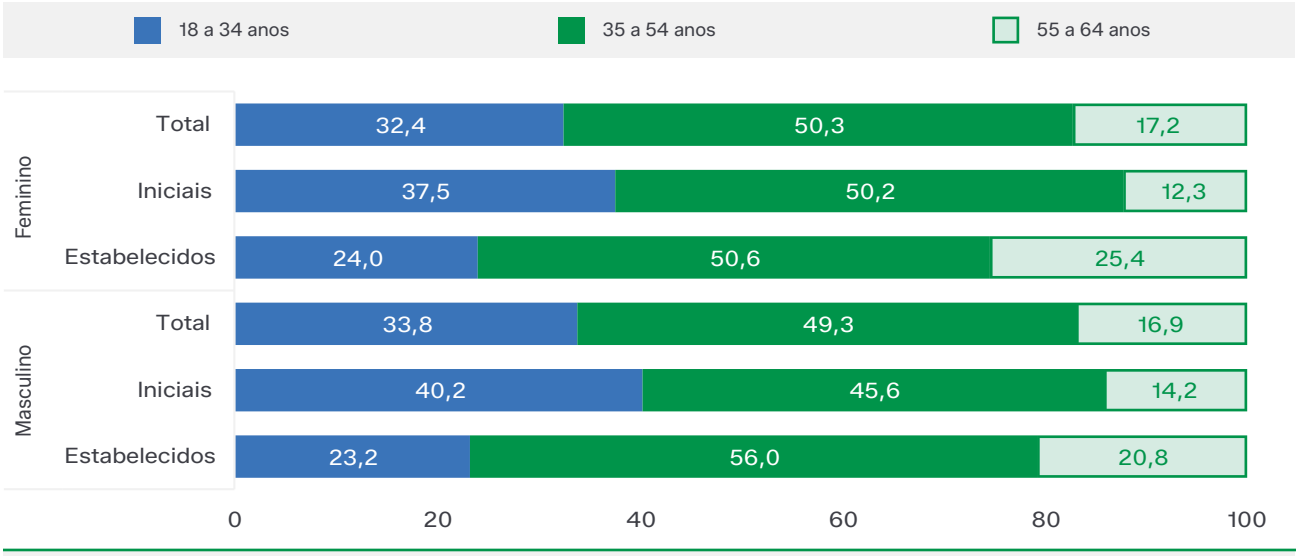
Filtrando-se os dados por sexo, a distribuição percentual dos empreendedores por faixas etárias e pelos estágios dos empreendimentos é mostrada no **Gráfico 3**.

Nota-se o predomínio dos empreendedores da faixa etária de 35 a 54 anos, em ambos os sexos, tanto no empreendedorismo total quanto nos estágios inicial e estabelecido. Entre as empreendedoras, os percentuais se mantêm em torno de 50%, ao passo que entre os empreendedores nota-se maior percentual no estágio estabelecido, em que representam 56%, e um percentual menor no empreendedorismo inicial (45,6%).

Na faixa etária mais jovem, de 18 a 34 anos, as diferenças entre os percentuais dos homens e das mulheres tendem a ser pequenas. No empreendedorismo total, a diferença entre os homens e as mulheres é de apenas 1,4 p.p. — 33,8% *versus* 32,4%, respectivamente. A diferença cresce para 2,7 p.p. no estágio de empreendedorismo inicial, em que os homens totalizam 40,2% e as mulheres 37,5%. No estágio de empreendedorismo estabelecido, a diferença é a menor, apenas 0,8 p.p., dado que as mulheres atingem 24% e os homens, 23,2%.

Na faixa de idade de 55 a 64 anos, no empreendedorismo total, a diferença é muito pequena entre os dois sexos — 17,2% entre as mulheres — e de 16,9% entre os homens. Aumenta para 1,9 p.p. no estágio de empreendedorismo inicial, em que há mais homens, 14,2%, e um pouco menos de mulheres, 12,3%. As mulheres atingem maior percentual no estágio estabelecido, 25,4%, comparativamente aos homens, 20,8%, estabelecendo uma diferença de 4.6 p.p. Ou seja, depreende-se que mais idade e mais experiência favorecem as mulheres no estágio de negócios estabelecidos.

Gráfico 3 Distribuição percentual dos empreendedores[1] segundo a faixa etária por sexo – Brasil – 2025



Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

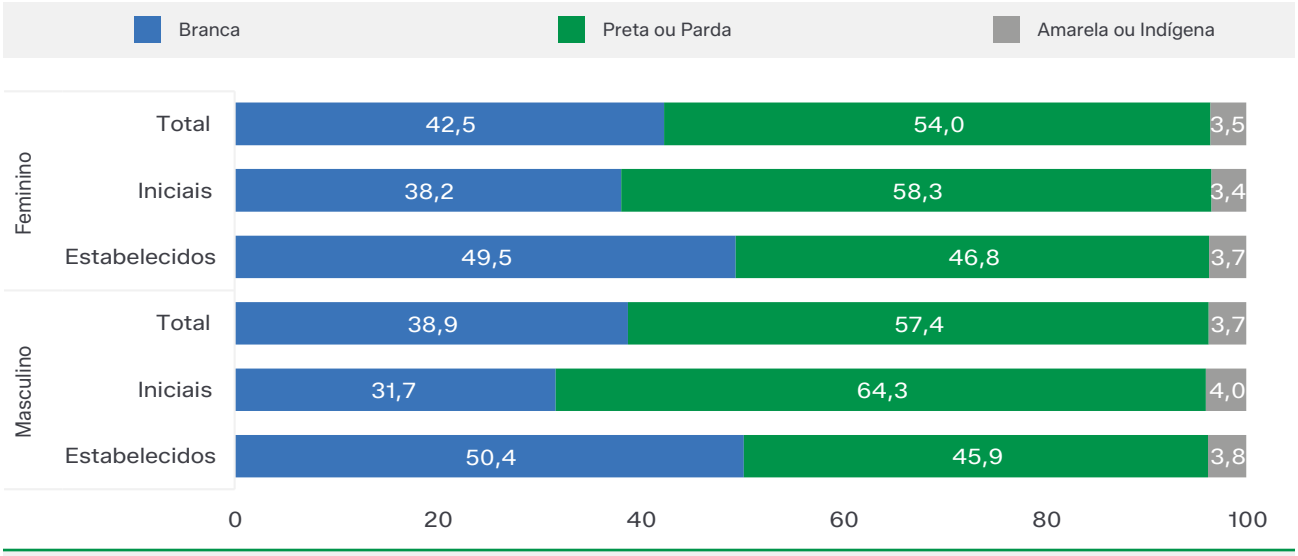
No geral, há predominância da cor/raça preta ou parda tanto no empreendedorismo total quanto nos estágios iniciais para ambos os sexos, conforme apontam os resultados apresentados no **Gráfico 4**.

No empreendedorismo total, observa-se que empreendedores pretos ou pardos são 57,4%, e as empreendedoras somam 54%, uma diferença de cerca de 3 p.p. Entre os empreendedores iniciais, a diferença entre mulheres e homens se mostra maior, de 6 p.p., pois o percentual entre as empreendedoras é de 58,3% e entre os empreendedores, 64,3%.

Os brancos predominam no empreendedorismo estabelecido, sendo praticamente 50% nos dois sexos — 49,5% entre as mulheres e 50,4% entre os homens, ou seja, uma distância muito pequena, de 0,9 p.p.

É interessante notar que a presença de empreendedores de cor/raça amarela ou indígenas quer no empreendedorismo total, inicial ou estabelecido gira entre 3,4% e 4%, sendo a diferença entre os sexos bem pequena.

Gráfico 4 Distribuição percentual dos empreendedores[1] segundo a cor/raça por sexo – Brasil – 2025



Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

No **Gráfico 5**, mostram-se as distribuições percentuais dos empreendedores por faixas de escolaridade e sexo.

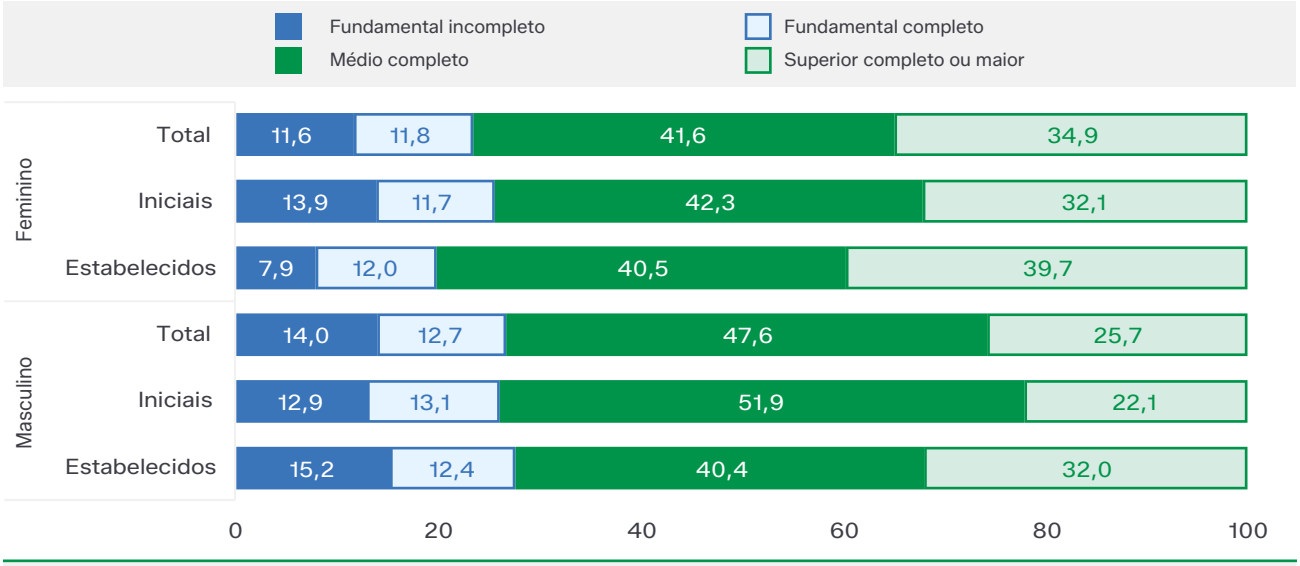
Percebe-se a maior escolarização relativa das empreendedoras brasileiras comparativamente aos homens. Tomando-se os percentuais de empreendedorismo total (empreendedorismo inicial mais o estabelecido), percebe-se que cerca de 27% dos homens possuem fundamental incompleto ou completo comparativamente aos cerca de 23% das mulheres. Ainda no empreendedorismo total, aglutinando-se as faixas de escolaridade ensino médio completo e superior completo ou maior, as empreendedoras totalizam quase 77% *versus* cerca de 73% dos homens, com uma diferença de 3,2 p.p. Todavia, focalizando-se os percentuais na categoria de escolaridade superior completo ou maior, a diferença atinge 9,2 p.p. a favor das mulheres — quase 35% delas em contraste com cerca de 26% deles.

A distribuição da escolaridade dos empreendedores iniciais mostra um relativo equilíbrio entre homens e mulheres no que se refere às categorias de escolaridade fundamental incompleto ou completo: em torno de 26% para ambos os sexos, com pouca diferença nos estratos.

Aglutinando-se as categorias de escolaridade ensino médio completo e superior completo ou maior, o percentual de ambos os sexos fica em torno de 74%, mas há mais empreendedores com o médio completo — quase 52% em contraste com cerca de 42% das empreendedoras, as quais predominam no superior completo ou maior, com 32%, a 10 p.p. de diferença dos empreendedores.

Entre os empreendedores estabelecidos, reitera-se maior escolaridade das empreendedoras comparativamente aos empreendedores, pois elas totalizam 80% nas categorias de escolaridade ensino médio completo e superior completo ou maior, com uma diferença de praticamente 8 p.p. relativamente aos homens, sendo que essa diferença é proveniente do maior percentual delas com superior completo ou maior — quase 40% *versus* 32% dos homens. Somando-se as categorias fundamental incompleto ou completo, são os homens que predominam, com aproximadamente 27%, comparativamente às mulheres, com 20%, diferença que se origina no maior percentual de homens com fundamental incompleto — quase 15% comparativamente aos 8% das mulheres. Os dados acima evidenciam que a presença de empreendedores com escolaridade de nível superior ou maior é sempre mais destacada no empreendedorismo feminino, em especial, entre as mulheres que são empreendedoras estabelecidas.

Gráfico 5 Distribuição percentual dos empreendedores[1] segundo a escolaridade[2] por sexo – Brasil – 2025



Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos
[2] 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.

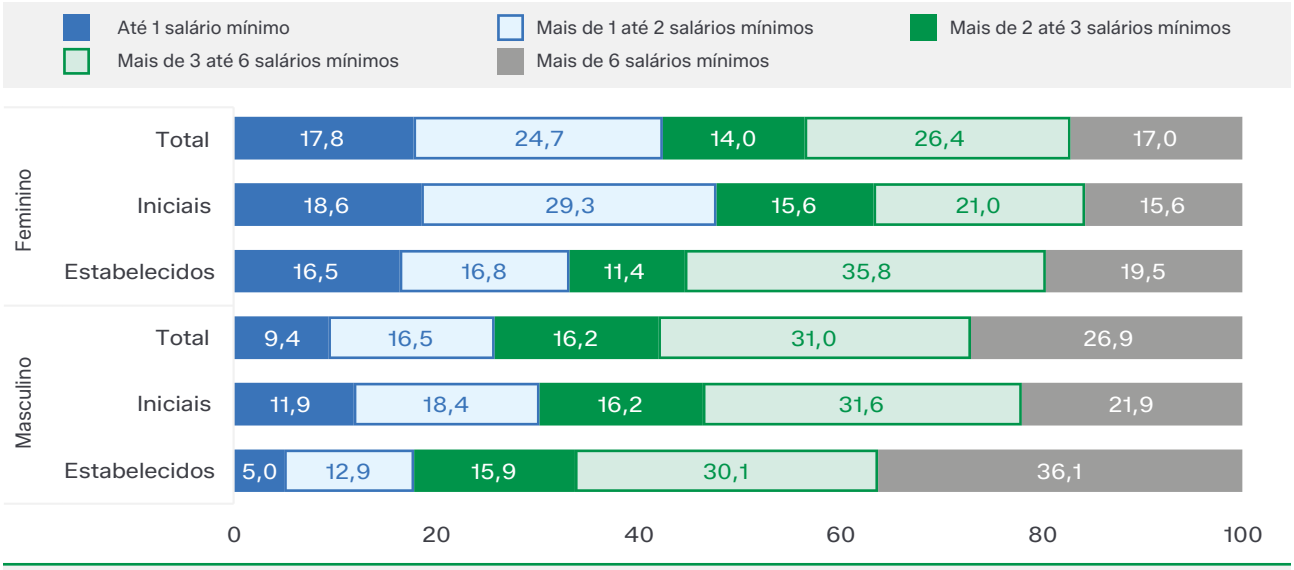
A distribuição dos empreendedores segundo a renda familiar (indicadas em faixas de salários mínimos - SM) por sexo é mostrada no **Gráfico 6**.

No empreendedorismo total, as faixas de renda familiar foram aglutinadas, considerando as faixas de até 3 salários mínimos (SM). Observa-se que as mulheres predominam, com 56,5%, na categoria de menor renda, enquanto os homens apresentam 42,1%, resultando em uma diferença de 14,5 p.p. E essa diferença provém, sobretudo, do estágio de empreendedorismo inicial, 17 p.p., pois as mulheres totalizam quase 64% *versus* 47% dos homens. No estágio estabelecido, as mulheres somam cerca de 45% comparativamente aos quase 34% dos homens, com uma distância de quase 11 p.p.

Na categoria superior, mais de 3 SM, no empreendedorismo total, predominam os homens, cerca de 58%, relativamente às mulheres, que totalizam 43,4%, marcando uma diferença de quase 15 p.p. a favor dos empreendedores. Percebe-se que essa diferença se origina mais intensamente no estágio de empreendedorismo inicial, visto que eles totalizam quase 54% e elas 37%, marcando 17 p.p. de distância. No estágio de empreendedorismo estabelecido, mantém-se a diferença em prol dos empreendedores, mas com uma diferença um pouco

menor, quase 11 p.p., originada do total de 66% dos homens *versus* 55% das mulheres. Esses dados deixam claro que os homens predominantemente auferem mais renda, em especial entre os homens que são empreendedores estabelecidos.

Gráfico 6 Distribuição percentual dos empreendedores[1] segundo a renda familiar por sexo – Brasil – 2025



Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

4. ATIVIDADE DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS SEGUNDO O SEXO

Nesta seção, examinam-se as principais atividades econômicas dos negócios dos empreendedores iniciais por sexo. Os percentuais por seções de atividades segundo a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) são mostrados na **Tabela 4**.

Observam-se concentrações distintas nas atividades econômicas quando examinadas segundo o sexo. Assim, cerca de 75% dos negócios das empreendedoras iniciais se concentram em cinco seções de atividades, ao passo que cerca 74% dos negócios dos empreendedores iniciais se concentram em seis seções de atividades.

Apoiando-se em tabela que desdobra estas seções, observa-se que cerca de um quarto das empreendedoras (26%) dedicam-se a negócios na "Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas", com destaque para o varejo de artigos de vestuário e acessórios e de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal. Por outro lado, não se dedicam ao comércio varejista ou atacadista relacionados com veículos automotores e motocicletas ou comércio varejista especializados como equipamentos de telefonia e telecomunicação, material elétrico ou atacadista de equipamentos e artigos de uso pessoal e doméstico.

A seguir, quase 15% das mulheres têm negócios na "Seção C – Indústria de transformação", em que as atividades mais representadas envolvem fabricação de produtos de panificação, diversos, móveis, confecção de peças de vestuário, de produtos têxteis, conservas de frutas e produtos alimentícios.

As atividades da "Seção S - Outras atividades de serviços" representam 14% dos negócios das empreendedoras iniciais, concentrados nos serviços de cabeleireiros e tratamento de beleza e outros serviços pessoais.

Outra categoria em que se concentram praticamente 12% das empreendedoras iniciais é a "Seção I – Alojamento e alimentação", sendo mais frequentes as atividades de restaurantes, *catering*, bufês e similares, não se observando as atividades de alojamento.

As atividades da "Seção N – Atividades administrativas e serviços complementares" são o foco dos negócios de quase 9% das empreendedoras iniciais, que se dedicam, por exemplo, a atividades de organização de eventos limpeza de prédios e em domicílios e agência de viagens.

As atividades da "Seção Q – Saúde humana" representam 7,5% dos negócios das empreendedoras iniciais e, no geral, são atividades prestadas por outros profissionais de saúde que não médicos e dentistas, bem como serviços ambulatoriais.

Comparativamente, no empreendedorismo masculino, cerca de 30% dos empreendedores iniciais têm negócios na "Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas" (4 p.p. a mais do que as mulheres), abrangendo uma gama muito variada de tipos de comércio varejista, sobressaindo as atividades de manutenção e reparação de veículos automotores, comércio varejista de itens de vestuário e acessórios, produtos alimentícios em geral e produtos novos.

Classificação das atividades empreendedoras

Cabe observar que até a edição do GEM BR 2023, as atividades econômicas eram apresentadas e analisadas seguindo-se as classes **CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas)** que apresentavam maiores frequências, até corresponderem cerca de 50% dos 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.

As atividades da "Seção F – Construção" representam 15,5% dos negócios dos empreendedores iniciais, sendo mais frequentes os negócios em obras de acabamento, construção de edifícios serviços especializados para construção e instalações elétricas.

À "Seção C – Indústrias de transformação", dedicam-se quase 8% dos empreendedores iniciais, destacando-se em atividades de manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica, produtos de panificação, produção de peças de vestuário e de roupas íntimas e artigos de serralheria.

Os negócios com atividades da "Seção H – Transporte, armazenagem e correio" representam praticamente 7% dos empreendedores iniciais, concentrando-se sobretudo nos empreendimentos em transporte rodoviário de carga e táxi.

As atividades da "Seção I – Alojamento e alimentação" somam quase 7% dos negócios dos empreendedores iniciais, destacando-se as atividades de restaurantes, *catering*, bufês e similares e não se registram empreendimentos nas atividades de alojamento entre eles.

Na "Seção M – Atividades profissionais, científicas e técnicas", encontram-se quase 7% dos empreendedores iniciais, cujos negócios envolvem atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente e serviços de engenharia.

Tabela 4 Percentual das principais atividades dos empreendedores iniciais segundo o sexo – Seções CNAE – Brasil – 2025

Denominação	SEÇÃO CNAE	Percentual de empreendedores iniciais[1] (%)		
		Total (inicial)	Masculino	Feminino
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	G	28,7	30,4	26,1
Indústrias de transformação	C	10,5	7,7	14,9
Construção	F	10,5	15,5	2,9
Outras atividades de serviços	S	8,8	5,4	14,0
Alojamento e alimentação	I	8,7	6,7	11,7
Atividades administrativas e serviços complementares	N	7,3	6,4	8,7
Atividades profissionais, científicas e técnicas	M	5,9	6,7	4,2
Transporte, armazenagem e correio	H	4,5	6,8	1,1
Saúde humana e serviços sociais	Q	3,4	0,7	7,5
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	A	3,2	4,8	0,7
Informação e comunicação	J	2,8	2,9	2,8
Educação	P	2,0	1,9	2,1
Serviços domésticos	T	1,3	0,0	3,2
Outras		2,5	4,1	0,0
Total		100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Empreendedores iniciais de 18 a 64 anos.

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

Para ambos os sexos, destacam-se os negócios estabelecidos dedicados às atividades "Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas" — 23% entre os homens e aproximadamente 22% entre as mulheres.

Examinando-se os dados abertos em todas as atividades dessa seção, percebe-se que as preferências de atividades econômicas são marcadamente diferenciadas entre os sexos. Entre os homens, preponderam os negócios de manutenção e reparação de veículos automotores, que são bem menos frequentes entre as mulheres. Entre elas, predominam de forma concentrada atividades ligadas ao comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal; de artigos do vestuário e acessórios; e produtos de padaria, laticínios, doce etc. Entre eles, a atuação empreendedora é mais diversa, estão presentes em uma gama maior de tipos de comércio, de varejista a atacadista.

Na "Seção M – Atividades profissionais, científicas e técnicas", concentram-se cerca de 16% dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino e de 15% das empreendedoras desse estágio do empreendimento. Entre as mulheres, são mais frequentes as atividades jurídicas; e, entre eles, são mais comuns atividades relacionadas à fotografia e a serviços de engenharia, atividades essas em que a participação feminina é rara.

Nas atividades da "Seção F – Construção", observam-se cerca de 13% dos empreendedores estabelecidos, com a maior concentração em serviços especializados para construção, seguidos por instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração e obras de acabamento. Em contraste, não se registram mulheres com negócios estabelecidos nas atividades de construção.

Nas atividades da "Seção C – Indústrias de transformação", os percentuais dos empreendedores estabelecidos dos dois sexos são similares 11,3% (homens) e 11,2% (mulheres). Todavia, o exame da distribuição percentual revela que as escolhas das atividades econômicas mostram padrões de preferências bem distintos entre os sexos. Pois, da lista de 22 atividades que compõem as classes CNAE desta seção, os dois sexos atuam simultaneamente em apenas uma: fabricação de produtos diversos. Entre as empreendedoras estabelecidas, destacam-se a confecção de peças de vestuário, a fabricação de sabões e detergentes, biscoitos e bolachas, atividades em que não há negócios de empreendedores estabelecidos homens. Entre os homens, se encontram atividades de manutenção e reparação de máquinas e equipamentos da indústria mecânica e abatedouros — atividades em que não são registradas mulheres.

Na "Seção S - Outras atividades de serviços", concentram-se 15% dos negócios estabelecidos das mulheres e apenas 4,5% dos homens. Elas se concentram quase que totalmente nos serviços de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, atividade cuja frequência é bem menor entre os homens.

As atividades da "Seção I – Alojamento e alimentação" representam quase 11% dos negócios das empreendedoras estabelecidas e apenas 2,3% dos empreendedores.

A "Seção H – Transporte, armazenagem e correio" é mais frequente entre os empreendedores estabelecidos, 9,3 % deles se dedicam a atividades dessa seção. Entre as empreendedoras, apenas 2% atuam nesse tipo de negócio.

Tabela 5 Percentual das principais atividades dos empreendedores estabelecidos segundo o sexo – Seções CNAE – Brasil – 2025

Denominação	SEÇÃO CNAE	Percentual de empreendedores estabelecidos[1] (%)		
		Total (estabelecido)	Masculino	Feminino
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	G	22,4	23,0	21,8
Atividades profissionais, científicas e técnicas	M	15,7	16,4	14,9
Indústrias de transformação	C	11,2	11,3	11,2
Outras atividades de serviços	S	8,8	4,5	15,2
Construção	F	7,8	12,7	0,0
Transporte, armazenagem e correio	H	6,5	9,3	2,0
Atividades administrativas e serviços complementares	N	6,4	8,1	3,7
Alojamento e alimentação	I	5,8	2,3	10,6
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	A	3,7	4,4	2,5
Saúde humana e serviços sociais	Q	3,3	1,6	6,2
Serviços domésticos	T	3,0	1,3	5,9
Educação	P	1,9	1,2	3,0
Outras		3,5	3,9	3,0
Total		100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Empreendedores estabelecidos de 18 a 64 anos.

5. CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO O SEXO DO EMPREENDEDOR

A **Tabela 6** apresenta os percentuais de procedência dos clientes, por sexo, comparando os empreendedores iniciais e estabelecidos.

No geral, mais de 92% dos clientes são ou serão da cidade em que os empreendedores residem, observando-se pouca diferença entre os percentuais declarados por homens empreendedores iniciais (93%) e estabelecidos (95%) e por mulheres empreendedoras iniciais (98%) e por estabelecidas (100%). Na categoria clientes atuais ou futuros provenientes de outra cidade ou estado do Brasil, os homens superam as mulheres, dado que são 51% dos empreendedores iniciais, frente a 48% das empreendedoras, uma diferença de quase 3 p.p. Quanto aos empreendedores estabelecidos, são aproximadamente 64% entre os homens e 57% entre as mulheres, com uma diferença maior, de 6,3 p.p. Esses dados apontam que à medida que os empreendimentos amadurecem e se tornam mais longevos, o alcance ou a intenção de maior abrangência de clientes se amplia — 13 p.p. entre os homens e 9,2 p.p para as mulheres. Quando se analisa a categoria tem ou terão clientes fora do Brasil, são praticamente 5% entre os empreendedores iniciais comparativamente aos 3% das empreendedoras iniciais, uma diferença pequena, de 2 p.p. A diferença é similar, 2,6 p.p., a favor dos empreendedores estabelecidos, que atingem quase 6% *versus* 3,3% das empreendedoras estabelecidas.

Tabela 6 Percentual dos empreendedores[1] iniciais e estabelecidos segundo a procedência[2] do cliente por sexo – Brasil – 2025

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Percentual de empreendedores (%)			
	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	92,6	94,9	98,3	100,0
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	50,5	63,5	48,0	57,2
Fora do Brasil	4,9	5,9	3,0	3,3

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual dos empreendedores de 18 a 64 anos.
[2] As procedências dos clientes não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter escolhido mais de uma alternativa apresentada.

Indicadores de impacto dos empreendimentos

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.

A **Tabela 7** enfoca o impacto do empreendimento em termos de ter ou que ambicionam ter clientes nos âmbitos nacional ou internacional, em combinação com inovação em produto/serviço ou em processo/tecnologia. No geral estes impactos são pequenos: entre os empreendedores iniciais, o percentual com impacto nacional é de apenas 4,1% e entre as mulheres é ainda menor (2,8%). No caso dos empreendedores estabelecidos, percebe-se maior assertividade ou expectativa dos homens (7,3%) relativamente às mulheres, que permanecem praticamente no mesmo patamar do impacto nacional (2,7%). Assim, a diferença entre os sexos se amplia para 4,6 p.p.

No que se refere ao impacto internacional, fica patente que os empreendedores brasileiros tanto iniciais e estabelecidos praticamente não apresentam este impacto. Entre os empreendedores iniciais, os percentuais são de 0,8% para os homens e 0,5% para as mulheres, e entre os empreendedores estabelecidos observa-se 1,2% entre os homens e ausência de registro entre as mulheres.

Para que se amplie o grau de impacto nacional e internacional dos empreendedores iniciais e estabelecidos brasileiros, esses dados reiteram a recomendação feita no relatório de 2024: a necessidade de mais incentivo e apoio para que se elevem tanto as aspirações quanto as iniciativas dos empreendedores, ofereçam-se mais cursos de capacitação e possibilidades de acesso para agregação de inovação, quer nos produtos/serviços, quer nos processos e tecnologias.

Esses últimos dados apresentados deixam claro que as mulheres tendem a ter negócios menores, que atendem mais às necessidades locais e com menor impacto internacional.

Tabela 7 Percentual de empreendedores[1] iniciais e estabelecidos segundo o impacto[2] do empreendimento em termos de inovação por sexo – Brasil – 2025

Impacto	Percentual de empreendedores (%)			
	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Impacto nacional	4,1	7,3	2,8	2,7
Impacto internacional	0,8	1,2	0,5	0,0

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual dos empreendedores de 18 a 64 anos.
[2] **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. Na categoria de nenhuma pessoa empregada, o percentual de empreendimentos das mulheres é 20 p.p. acima do percentual dos homens, 59% *versus* 39%. Quanto ao número atual de pessoas ocupadas, nota-se maior participação dos empreendimentos liderados por homens. Na categoria de 1 a 5 pessoas ocupadas são 40,3% *versus* 31,4% entre as mulheres (diferença de quase 9 p.p.). Essa diferença diminui nas categorias seguintes: de 6 a 19 pessoas, têm-se 11,4% dos homens e 4,6% das mulheres (diferença de quase 7 p.p.); na categoria de 20 ou mais pessoas, registram-se 9,2% dos empreendedores e 4,4% das mulheres (diferença de 4,4 p.p.).

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 — 21,4% *versus* 17,1% dos homens. No entanto, na categoria de 1 a 5 postos de trabalho, elas superam os homens: cerca de 51% *versus* 35%, diferença de praticamente 16 p.p. Esta expectativa diminui para 19,8% das mulheres relativamente aos homens, 28,1%, na categoria de 6 a 19 postos de trabalho, e se amplia na categoria de 20 postos de trabalho ou mais: 8% das empreendedoras *versus* quase 20% dos homens (quase 12 p.p de diferença). Portanto, os resultados apontam para menor expectativa de crescimento dos negócios das mulheres relativamente à dos homens, que se mostram mais otimistas e assertivos quanto ao desenvolvimento futuro de seus empreendimentos e poder de geração de postos de trabalho.

Os dados dessa seção reforçam o argumento de que os negócios das mulheres tendem a ser menores, a considerar o número inferior de empregados atualmente, contudo elas apresentam expectativas de crescimento "imediato" (com criação de 1 a 5 postos de trabalho), sendo mais otimistas do que dos homens.

Tabela 8 Distribuição percentual do total de empreendedores segundo geração de ocupação por sexo – Brasil – 2025

Características dos empreendimentos	Percentual dos empreendedores[1] (%)	
	Masculino	Feminino
Número de pessoas ocupadas atualmente		
Nenhuma	39,2	59,1
1 a 5	40,3	31,4
6 a 19	11,4	4,6
20 ou mais	9,2	4,8
	100%	100%
Expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos)		
Nenhuma	17,1	21,4
1 a 5	35,2	50,7
6 a 19	28,1	19,8
20 ou mais	19,6	8,1
	100%	100%

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual do total de empreendedores de 18 a 64 anos.

6. BUSCA DOS EMPREENDEDORES POR ÓRGÃOS DE APOIO SEGUNDO O SEXO

Os percentuais da **Tabela 9** se referem à busca de órgãos de apoio pelos empreendedores. Os resultados indicam que praticamente 41% das empreendedoras e 43% dos empreendedores buscam apoio. Fica implícito, portanto, que a maioria dos empreendedores não buscam apoio, fator esse que pode influenciar negativamente na evolução de seus empreendimentos.

Entre os apoios buscados, cerca de 47% dos empreendedores e 39% das empreendedoras procuram os contadores (8 p.p. de diferença), ao passo que os advogados são buscados por cerca de 18% dos homens e 9% das mulheres, ou seja, o dobro dos homens procura se assessorar com esse tipo de profissional. Os órgãos do Sistema S são bastante procurados: um pouco mais de mulheres (38,6%) do que homens (cerca de 34%) buscam o Sebrae (diferença de quase 5 p.p.); mais homens buscam o Senai (17,3%) do que as mulheres — quase 15% (diferença de praticamente 2 p.p.); há maior diferença percentual na busca pelo apoio do Senac — quase 21% das mulheres e 11% dos homens (diferença de quase 10 p.p). À consultoria privada, recorrem cerca de 3% dos empreendedores e 5% das empreendedoras.

Estes dados deixam claro que as mulheres, em geral, buscam menos apoio para empreender, exceto no caso do apoio do Sebrae, entidade que as mulheres buscam bem mais do que os homens. Em parte, isto pode estar associado ao fato de o Sebrae vir realizando um amplo programa de atendimento às mulheres empreendedoras, nos últimos anos.

Tabela 9 Percentual do total de empreendedores segundo a busca de órgãos de apoio por sexo – Brasil – 2025

Órgão de apoio	Percentual dos empreendedores[1] (%)	
	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	43,4	40,5
Principais órgãos de apoio procurados[2]		
Contador	46,5	38,6
Sebrae	33,9	38,6
Advogado	18,0	8,9
Senai	17,3	14,9
Senac	11,0	20,7
Consultoria privada	2,9	4,8
Outro[3]	11,3	5,3

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual do total de empreendedores de 18 a 64 anos.
[2] A soma dessas opções pode não totalizar 100% pelo fato de ocorrerem respostas múltiplas.
[3] Nessa classificação para o Brasil se enquadram: Associação de classe, Firjan, instituições de ensino, instituições financeiras (bancos), Senar, Senat, Sesi e Sindicato.

7. A DISPOSIÇÃO EMPREENDEDORA DA POPULAÇÃO BRASILEIRA SEGUNDO O SEXO

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

Indicadores da mentalidade e disposição empreendedora

As questões e as afirmações apresentadas para todos os entrevistados que são utilizadas para avaliar as percepções que a população (adultos de 18 a 64 anos) 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 dois anos?

Os entrevistados também responderam às seguintes afirmações utilizando uma escala Likert*, com notas de 1 a 5, que expressam o grau de concordância, variando 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 da taxa de empreendedores potenciais é calculado 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.*

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 6 p.p., sendo que aproximadamente 73% dos homens e 68% das mulheres têm esta proximidade com pessoas empreendedoras. Outro fator se relaciona à percepção de boas oportunidades nos próximos seis meses para iniciar um novo negócio perto de onde reside. Em torno de 62% das mulheres e 67% dos homens afirmam perceber boas oportunidades no curto prazo, uma diferença de 4,5 p.p. a favor dos homens. Quanto à avaliação das próprias competências necessárias para iniciar um novo negócio – habilidade, experiência e conhecimento – relativamente mais homens (77%) do que mulheres (61%) se autopercebem detentores dessas competências empreendedora, marcando a maior diferença entres os fatores analisados segundo o sexo, quase 17 p.p. Certamente que estes fatores influenciam a intenção futura de empreender, captada na última afirmativa, em que, proporcionalmente, pouco mais homens (48%) do que mulheres (quase 43%) manifestam a intenção de empreender nos próximos três anos. Este contingente, que representa os potenciais empreendedores brasileiros, ante um contexto socioeconômico e jurídico favorável e sendo adequadamente incentivado e capacitado, poderá resultar em um maior número de pessoas iniciando suas trajetórias empreendedoras no médio prazo.

Para isso, é importante que outros fatores não os detenham, como o medo de fracassar e a percepção de facilidade ou não para empreender, que também são mostrados na **Tabela 10**. Um dos fatores se refere a não deixar que o medo de fracassar impeça a iniciativa de empreender. A tabela mostra que cerca de 55% dos homens e 48% das mulheres ultrapassariam esse medo e começariam seus negócios. Este fator se relaciona, entre outros, com a percepção de facilidade de empreendedor no contexto brasileiro: cerca de 44% dos homens e 46% das mulheres acreditam ser fácil começar um negócio. Entretanto, infere-se que boa parte da nossa população percebe justamente o contrário: que é difícil empreender no país. Consequentemente, esse fator e o medo de fracassar merecem ser enfocados e tratados em diversos níveis – educacional, social, cultural e político – para que as pessoas possam colocar em ação suas potencialidades.

Os dados desta seção evidenciam que os homens brasileiros têm uma percepção mais positiva de si e do ambiente para empreender no Brasil do que as mulheres.

Tabela 10 Percentual da população masculina e feminina segundo a mentalidade – Brasil – 2025

Mentalidade	Percentual da população (%)	
	Masculina	Feminina
Afirma conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos.[1]	73,3	67,6
Afirma perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.[2]	66,9	62,4
Afirma ter as habilidades, as experiências e os conhecimentos necessários para iniciar um novo negócio.[2]	77,1	60,6
Afirma que o medo de fracassar não impediria que começasse um novo negócio.[2]	54,8	47,8
Afirma que considera fácil começar um negócio no seu país.[2]	44,4	46,2
Afirma a intenção de iniciar um novo negócio nos próximos 3 anos (empreendedores potenciais)[3].	48,1	42,6

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que respondeu um ou mais para a afirmação.
[2] Percentual da população de 18 a 64 anos que concorda totalmente ou parcialmente com a afirmação.
[3] 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.

A **Tabela 11** compila os percentuais dos sonhos da população brasileira, segundo o sexo.

"Ter o negócio próprio" desponta como o sonho mais intenso entre os homens, atingindo o percentual de quase 43%, a uma distância de quase 6 p.p. das mulheres, que apresentam cerca de 37%, posicionando-o em terceiro lugar.

"Comprar a casa própria" desponta como sonho mais intenso entre as mulheres – quase 47% (1º lugar) – relativamente aos homens (41%), que o situam em segundo lugar, com uma diferença de 6 p.p.

"Viajar pelo exterior" é o sonho de quase 38% dos homens (3º lugar) e de 35% das mulheres (4º lugar), ao passo que "viajar pelo país" ocupa o segundo lugar entre as brasileiras (38%) e quarto lugar entre os brasileiros (36%).

"Comprar um automóvel" é a motivação de praticamente 32% dos brasileiros, ocupando o quinto lugar para ambos os sexos. "Ter um diploma de curso superior" é o sonho de praticamente 26% das brasileiras e de 25% dos brasileiros, que o posicionam em sexto lugar.

"Casar e constituir uma nova família" é almejado por cerca de 25% dos homens (6º lugar) e por 18% das mulheres (10ºlugar), marcando uma diferença de 6 p.p.

"Ter plano de saúde" é o sonho e 26% das brasileiras (7º lugar) e de quase 22% dos brasileiros (9º lugar).

Dentre as outras opções de carreira, cerca de 25% das mulheres sonham "fazer carreira no serviço público" (8º lugar), 3 p.p. a mais do que entre os homens, com 22% (7º lugar). O sonho "fazer carreira numa empresa" é indicado por aproximadamente 22% dos homens (em 8º lugar, percentualmente ficou praticamente empatado com fazer carreira no serviço público) e 20% das mulheres (9º lugar).

"Comprar um computador/tablet/smartphone" atrai 26% das mulheres, que o posicionam em 11º lugar, e 17% dos homens, posicionando-o em 10º lugar.

Tabela 11 Percentual[1] da população por sexo segundo o "sonho" – Brasil – 2025

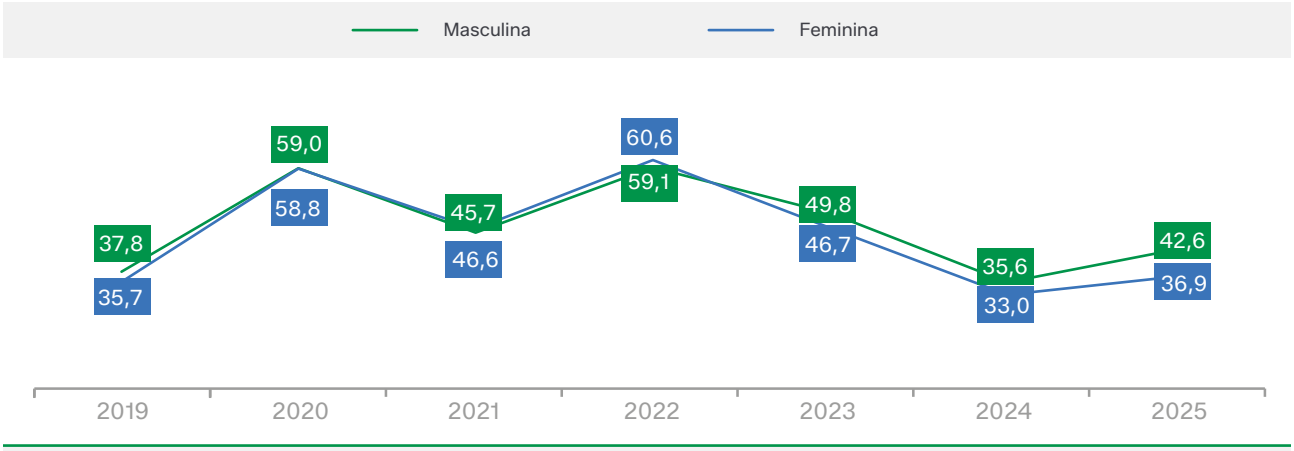
Sonho	Percentual da população (%)	
	Masculina	Feminina
Ter o próprio negócio	42,6	36,9
Comprar a casa própria	40,5	46,7
Viajar para o exterior	37,5	35,1
Viajar pelo Brasil	36,3	37,6
Comprar um automóvel	32,5	32,0
Casar ou constituir uma nova família	24,5	18,2
Ter um diploma de ensino superior	24,5	26,0
Fazer carreira no serviço público	22,2	25,3
Fazer carreira numa empresa	21,8	19,7
Ter plano de saúde	21,6	25,8
Comprar um computador/tablet/smartphone	16,8	14,9
Outro	9,5	9,3
Nenhum	9,0	5,3
Não respondeu	1,1	1,2

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 e 64 anos que tem como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

No **Gráfico 7** exibe-se a evolução, entre os anos 2019 e 2025, do percentual da população que manifesta o sonho de ter o próprio negócio. Percebe-se que este sonho é influenciado por fatores conjunturais.

Em 2019, praticamente 38% dos homens e 36% declaravam o sonho de ter o negócio próprio. Em 2020 (ano da pandemia de Covid 19), esses percentuais ficaram em torno de 59% em ambos os sexos. Em 2022 (ano em que se encerrou a pandemia), esse desejo se intensificou levemente entre as mulheres (60,6%), superando os homens (59%). Nos anos 2023 e 2024, o indicador entra em rota descendente, sendo que os menores percentuais são atingidos em 2024: quase 36% entre os homens e 33% para as mulheres. Em 2025 observa-se uma recuperação, com aumento de 4 p.p. entre as mulheres, atingindo quase 37%, e sobe mais ainda entre os homens, 7 p.p., que exibe aproximadamente 43%.

Gráfico 7 Evolução do percentual da população[1] que tem o "sonho" de ter o próprio negócio por sexo – Brasil – 2019:2025



Fonte: GEM Brasil 2019 a 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

8. PERCEPÇÕES SOBRE AS BARREIRAS AO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Na **Tabela 12** são apresentados os percentuais das opiniões/crenças dos brasileiros acerca das mulheres enfrentarem mais dificuldades do que os homens para se tornarem empreendedoras.

Inicialmente pode-se afirmar que quase dois terços da população brasileira concordam que as mulheres enfrentam mais dificuldades do que os homens para desenvolver alguma atividade empreendedora. Entretanto, há uma diferença importante na percepção acerca do tema entre a população masculina e a feminina: pouco mais da metade dos homens (53,1%) percebem que o empreendedorismo feminino enfrenta mais barreiras para se consolidar, entre as mulheres esse percentual é 20 p.p. superior.

Observa-se que o percentual de pessoas que acreditam que as mulheres têm menos vocação para o empreendedorismo fica entre 27% e 29%. A diferença entre homens e mulheres é de apenas 1,6 p.p. – um pouco mais de mulheres (29%) do que homens (27%). O fator menos apoio da família e amigos para que elas empreendam é indicado afirmativamente por 77% das mulheres, comparativamente a cerca de 72% dos homens, diferença de 5,7 p.p. O fator menos tempo, pois trabalham mais em atividades do lar, cuidando dos filhos e familiares, é o que atinge os percentuais mais elevados: 92% das mulheres concordam que elas têm menos tempo para se dedicarem ao empreendedorismo; mesmo os homens acreditam que elas têm menos tempo, pois 84% deles apontaram essa dificuldade, 8 p.p. a menos do que as mulheres. Na afirmativa seguinte sobre as mulheres terem menos oportunidades para participarem de cursos e formação em diversas áreas do empreendedorismo, novamente as mulheres sinalizam comparativamente mais do que os homens – aproximadamente 81% *versus* 76% dos homens – 5,1 p.p. de diferença. No item menos acesso a recursos financeiros para empreender é que se revela a diferença mais acentuada entre os dois sexos, 11,7 p.p., pois o resultado entre as mulheres é de quase 81% *versus* 69% entre os homens. O último fator se refere a menos confiança para empreender, em que elas atingem 51% comparativamente a quase 47% dos homens. Marcando uma diferença de 4,6 p.p.

Esses resultados mostram um quadro de muito maior dificuldade para as mulheres empreenderem, mesmo quando vocacionadas, quando têm interesse e se julgam capazes e confiantes, pois precisam ultrapassar muitas barreiras: de falta de apoio, menos tempo para se dedicarem ao negócio, menos oportunidades para explorarem e menos acesso a recursos financeiros. E essas barreiras certamente podem ser diminuídas com a criação de mais infraestrutura de apoio — culturalmente e em termos de recursos disponíveis — na questão das tarefas domésticas e cuidados dos filhos e familiares, na oferta de mais acesso a recursos financeiros e na maior oferta de oportunidades formativas para as mulheres.

Tabela 12 Percentual de quem acredita que as mulheres enfrentam mais dificuldades que os homens para se tornarem empreendedoras – Brasil – 2025

Acredita que as mulheres enfrentam mais dificuldades que os homens para se tornarem empreendedoras?	Percentual dos respondentes[1] (%)		
	Total	Masculino	Feminino
	63,6	53,1	73,4
Dificuldades[1]			
Menos vocação para o empreendedorismo.	28,2	27,3	28,9
Menos apoio da família/amigos para empreender.	75,1	71,7	77,4
Menos tempo, pois trabalham mais em atividades do lar, cuidado dos filhos e familiares.	88,8	84,0	92,1
Menos tempo/oportunidade para participar de cursos na área de empreendedorismo.	78,8	75,8	80,9
Menos acesso a recursos financeiros para empreender.	76,0	68,9	80,6
Menos confiança para empreender.	49,4	46,5	51,1

Fonte: GEM Brasil 2025
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos que correspondem aos que responderam afirmativamente a questão: Acredita que as mulheres enfrentam mais dificuldades que os homens para se tornarem empreendedoras?

Organizações Fundadoras do GEM:

BABSON COLLEGE

London Business School

Coordenação do GEM

Internacional

GEM Global Entrepreneurship Monitor

Nacional

ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

Parceiro no Brasil

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas