



Global
Entrepreneurship
Monitor

2022

empreendedorismo no **BRASIL**

recorte temático: **sexo**



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)
London Business School
Babson College

Brasil

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

Fernando Gimenez – Presidente
Rose Mary Almeida Lopes – 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 – Carlos Melles

Diretor Técnico – Bruno Quick

Diretora de Administração e Finanças – Margarete Coelho

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E INTELIGÊNCIA (UGE)

Gerente Adjunto – Adriane Ricieri Brito

Gerente Adjunto – Fausto Ricardo Keske Cassemiro

Coordenador do Núcleo de Pesquisa e Gestão do Conhecimento – Kennyston Costa Lago

Coordenador do Projeto – Marco Aurélio Bedê

Equipe Técnica

Coordenação Geral

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Análise, Redação e Revisão de Conteúdo

Joana Paula Machado

Paulo Alberto Bastos Junior

Rose Mary Almeida Lopes

Simara Maria de Souza Silveira Greco

Vinicius Lorangeiras de Souza

Arte e Diagramação

Marcela Rolim Ribas

Revisão de Texto

Eugênio Vinci de Moraes

GEM: Empreendedorismo no Brasil 2022

Recorte Temático SEXO

Introdução

Examinam-se neste relatório os dados obtidos por meio da amostra estratificada e representativa geograficamente de 2000 entrevistados no Brasil, em 2022, pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) sobre o perfil dos empreendedores brasileiros segundo a variável demográfica sexo.

O GEM, presentemente o maior estudo mundial sobre o empreendedorismo, foi iniciado em 1999 numa parceria entre o *Babson College* e a *London Business School*. A definição de empreendedorismo dessa pesquisa é ampla, pois engloba qualquer tentativa ou comportamento de criação de um novo empreendimento, informal ou formal, atividade individual ou autônoma, nova empresa ou expansão de negócio já existente.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) apoia a realização do GEM no Brasil, desde o ano 2000. Daquele ano até 2021 a parceria foi

estabelecida com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), e com a Associação Nacional de Estudos de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe) a partir de 2022.

Neste relatório, as diversas variáveis que são levantadas na pesquisa são examinadas de acordo com as relações com variável demográfica sexo. As relações analisadas são: o estágio do empreendimento; a motivação para empreender; as características socioeconômicas dos empreendedores (escolaridade, faixa etária, renda familiar e cor/raça); o tipo de atividade do negócio; as características dos empreendimentos (procedência do cliente, inovação, geração de postos de trabalho e faturamento); e a busca de órgãos de apoio para a criação e desenvolvimento do negócio. Ademais, são examinados também os dados sobre como a população brasileira percebe o empreendedorismo e seus principais sonhos.

1. Estágio do empreendimento segundo o sexo

Os dados de 2022 revelam que as taxas de empreendedorismo dos homens foram maiores do que as das mulheres em todos os estágios de negócio (**tabela 1**). E a diferença na taxa de empreendedorismo total (TTE) é de 13 pontos percentuais, visto que a TTE dos homens é de 37,1% e a das mulheres é de 23,9%. Contribuiu para este resultado a diferença de 7,4 pontos percentuais que se encontra no empreendedorismo estabelecido (EBO), em

que os homens apresentam 14,2% de empreendedores estabelecidos e as mulheres 6,8%. Quando se examina a taxa de empreendedorismo inicial (TEA), a maior diferença provém nas taxas de empreendedorismo novo¹, em que a dos homens é de 14,7% e das mulheres é de 10,6%. No empreendedorismo nascente², os dois sexos mostram menor diferença, com 8,5% dos homens e 6,6% das mulheres.

¹ No contexto do GEM, são considerados empreendedores novos todos aqueles que administram ou são proprietários de novos empreendimentos com menos de 42 meses de existência (3,5 anos), mas que já pagaram qualquer forma de remuneração ou salário, inclusive aos proprietários, por mais de três e menos de 42 meses.

² São considerados empreendedores nascentes aquelas pessoas que estão estruturando ou já são proprietários de um empreendimento com menos de 42 meses (3,5 anos) de existência e que ainda não receberam ou pagaram remuneração ou salário (a funcionários ou aos proprietários) por mais de três meses.

Tabela 1

Taxas específicas¹ de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento por sexo - Brasil - 2022

Estágio		Masculino	Feminino
Empreendedorismo total	TTE	37,1	23,9
Empreendedorismo inicial	TEA	23,0	17,2
Novos		14,7	10,6
Nascentes		8,5	6,6
Empreendedorismo estabelecido	EBO	14,2	6,8

Fonte: GEM Brasil 2022

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.

2. Motivação para empreender no Brasil segundo o sexo

Os dados da **tabela 2** demonstram que a principal motivação para as pessoas iniciarem suas trajetórias empreendedoras está na necessidade de “ganhar a vida porque os empregos são escassos”. E, a diferença percentual entre mulheres e homens é pequena – quatro pontos percentuais –, pois 84,3% das empreendedoras iniciais e 80,1% dos empreendedores iniciais indicaram esta motivação. Com pequena diferença, as empreendedoras iniciais querem “fazer a diferença no mundo”, 76,6%, relativamente aos empreendedores iniciais, 74,1%.

Os homens se motivam um pouco mais do que as mulheres pela possibilidade de “construir grande riqueza ou auferir renda muito alta”, pois 66,9% deles em comparação com 61% das empreendedoras sinalizaram esta motivação. A “tradição familiar” é a motivação menos intensa para ambos os sexos, um pouco menos de 45% dos empreendedores de ambos os sexos apontam esse motivo como uma das razões para empreender.

Tabela 2

Percentual dos empreendedores iniciais¹ segundo as motivações para começar um novo negócio por sexo - Brasil - 2022

Motivação	Masculino	Feminino
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	80,1	84,3
Para fazer diferença no mundo	74,1	76,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	66,9	61,0
Para continuar uma tradição familiar	43,5	44,9

Fonte: GEM Brasil 2022

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 analisa a motivação para empreender (**tabela 3**), nos resultados por oportunidade, os homens superam as mulheres, pois apresentam uma proporção sobre a TEA de 57,3% relativamente à proporção apresentada pelas mulheres impulsionadas por esta motivação (42,1%).

Percebe-se que entre as mulheres é mais intenso o empreender por necessidade, visto que a proporção sobre a taxa de empreendedoras iniciais (TEA) é de 54,3%, comparativamente à dos homens, cuja proporção sobre sua respectiva TEA é de 41,8%.

Assim, em termos de razão, para cada 100 homens que empreendem por necessidade, há 140 que o fazem por oportunidade. E,

para cada 100 mulheres empreendedoras por necessidade, há 80 mulheres que iniciam suas trajetórias empreendedoras por oportunidade.

Tabela 3

Motivação para empreender (empreendedores iniciais) por sexo : taxas¹ (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA² (em %), e razão³ entre oportunidade e necessidade - Brasil - 2022

Motivação	Masculino		Feminino	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	13,1	57,3	7,2	42,1
Necessidade	9,6	41,8	9,2	54,3
Razão	1,4		0,8	

Fonte: GEM Brasil 2022

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 80 que empreendem por oportunidade.

3. Características socioeconômicas dos empreendedores brasileiros segundo o sexo

No **gráfico 1**, mostram-se os percentuais dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos, bem como o empreendedorismo total, comparando-se o grau de escolaridade por sexo. Claramente, a maioria dos empreendedores possui educação formal acima do ensino médio completo.

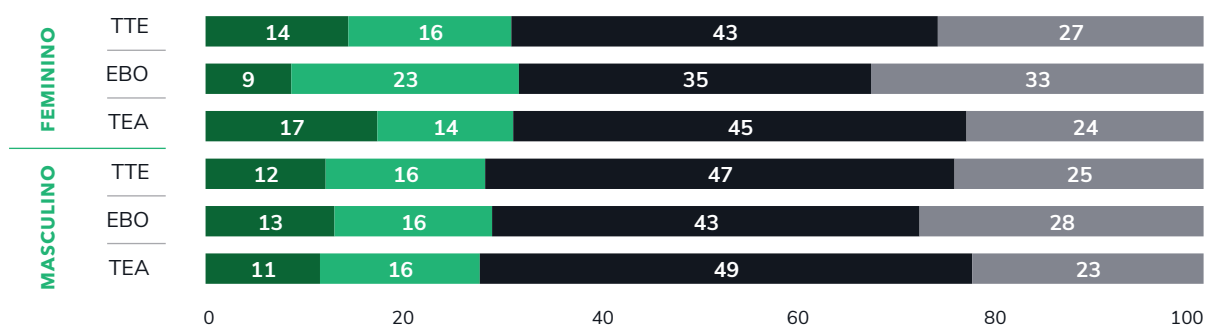
No ensino médio, ocorre a maior diferença, de oito pontos percentuais no empreendedorismo estabelecido (EBO), com 43% dos homens comparativamente aos 35% das mulheres. No

empreendedorismo inicial (TEA), a diferença é de quatro pontos percentuais.

Percebe-se que as mulheres superam os homens no que se refere ao nível superior, sobretudo no empreendedorismo estabelecido (EBO), 33% das mulheres nesse estágio possuem esse nível de escolaridade, entre os empreendedores do sexo masculino são 28%, estabelecendo uma diferença de 5 pontos percentuais relativamente aos homens.

Gráfico 1

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a escolaridade¹ por sexo - Brasil - 2022



— LEGENDA: Fundamental incompleto ■ Fundamental completo ■ Médio completo ■ Superior completo ou maior ■

Fonte: GEM Brasil 2022

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.

Ao analisar-se a distribuição dos empreendedores de acordo com as faixas etárias por sexo (**gráfico 2**), nota-se que os mais jovens predominam entre os empreendedores iniciais (TEA), sendo 48% entre os homens e 46% entre as mulheres. As mulheres mais jovens representam 29% das empreendedoras estabelecidas (EBO), enquanto os empreendedores homens da mesma faixa etária representam 13% dos empreendedores estabelecidos. Havendo, portanto, uma diferença ampla, de 16 pontos percentuais.

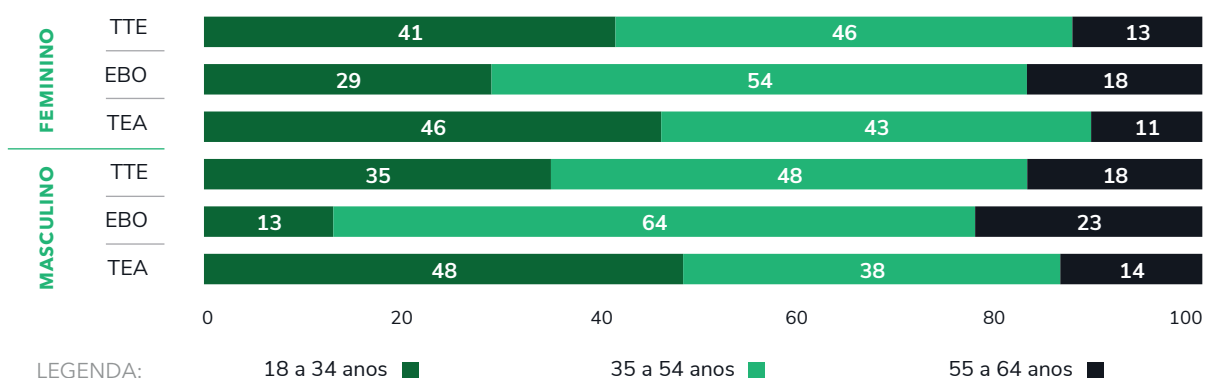
Na faixa etária intermediária, as empreendedoras iniciais (TEA), com 43%, superam os

homens (38%) em cinco pontos percentuais. Porém, entre os empreendedores estabelecidos, os homens superam as mulheres com 10 pontos percentuais: 64% *versus* 54%.

No grupo etário de seniores (de 55 a 64 anos), os homens predominam em ambos os estágios do empreendimento, com diferença de 5 pontos percentuais entre os empreendedores estabelecidos – 23% de empreendedores *versus* 18% de empreendedoras. A menor diferença, de 3 pontos percentuais, é no empreendedorismo inicial (TEA), em que os empreendedores representam 14% e as empreendedoras 11%.

Gráfico 2

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a faixa etária por sexo - Brasil - 2022



Fonte: GEM Brasil 2022

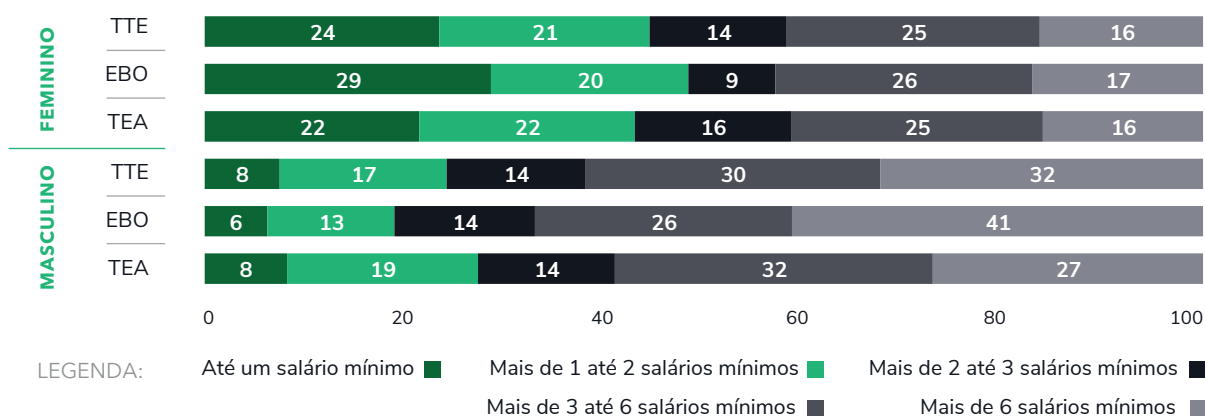
O **gráfico 3** mostra os resultados percentuais dos empreendedores segundo a renda familiar por sexo.

Englobando-se as duas faixas de renda menores – até 1 salário mínimo e mais de 1 até 2 salários mínimos – nos empreendedores iniciais (TEA), 44% das mulheres pertencem a famílias que alcançam essa renda mensal, essa proporção é 17 pontos percentuais acima do que os homens. Entre as empreendedoras estabelecidas (EBO), quase 50% delas ganham até dois salários, contudo entre os homens no mesmo estágio essa proporção não chega aos 20%.

Há claro predomínio dos homens nas faixas superiores de renda. Assim, somando-se os percentuais dos empreendedores nas faixas de mais de 3 até 6 salários e mais de 6 salários mínimos, há 59% dos homens no empreendedorismo inicial (TEA) enquanto há 41% das mulheres (diferença de 18 pontos percentuais); e de 67% de empreendedores estabelecidos (EBO) *versus* 43% de empreendedoras estabelecidas (diferença de 24 pontos percentuais).

Gráfico 3

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a renda familiar por sexo - Brasil - 2022



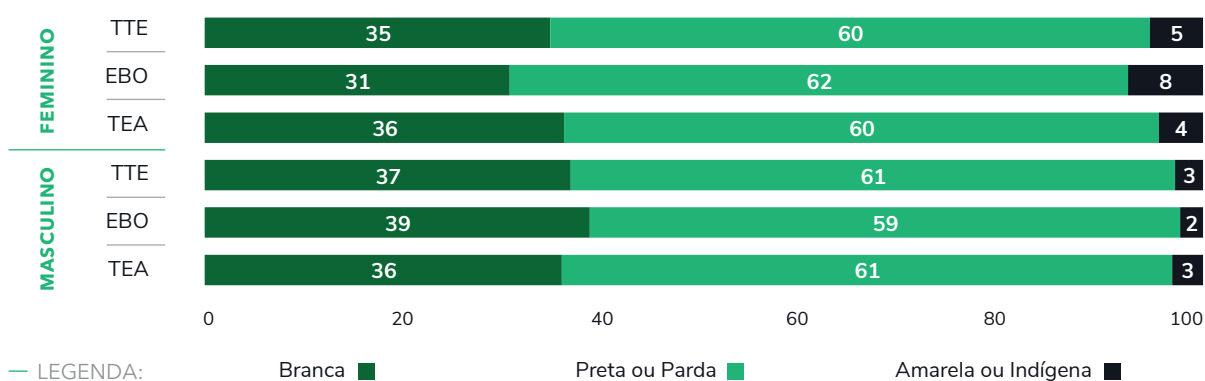
Fonte: GEM Brasil 2022

Os resultados de 2022 exibidos no **gráfico 4** mostram que o predomínio é da cor preta ou parda, e os percentuais são praticamente iguais entre os sexos, variando entre 59% e 62%, e a diferença de 3 pontos percentuais ocorre entre os empreendedores estabelecidos (EBO), em que há 62% de mulheres para 59% de homens.

Enfocando-se a cor branca, a maior diferença – de 8 pontos percentuais – se encontra entre os empreendedores estabelecidos (EBO), em que os homens superam as mulheres: 39% *versus* 31%.

Gráfico 4

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a cor/raça por sexo - Brasil - 2022



Fonte: GEM Brasil 2022

4. Atividade dos empreendedores brasileiros segundo o sexo

Os percentuais dos empreendedores iniciais (TEA), apresentados na **tabela 4**, chamam a atenção, pois se evidencia uma variedade bem menor de atividades econômicas entre as mulheres – 5 atividades concentram 52,3% das empreendedoras. Ao passo que 51,2% dos empreendedores se distribuem entre 17

atividades, mais que o triplo exibido pelas mulheres.

Analisando-se as atividades mais frequentes nos negócios conduzidos pelas mulheres, nota-se que correspondem, majoritariamente, a extensões do papel tradicionalmente

feminino de cuidados com os outros: preparação e oferecimento de alimento e bebida (*catering*, bufês, restaurantes etc. somando 26,3%), serviços domésticos (7,7%) e serviços de tratamento de cabelos e beleza (7,5%). A única exceção são as quase 11% de empreendedoras que se dedicam ao comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios. Assim, não aparecem, como representativas entre as mulheres, as atividades técnicas, especializadas ou de profissionais liberais que requerem mais escolaridade e capacitação.

Entre os homens, no estágio de empreendedores iniciais, destacam-se, com maior percentual, as atividades de restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação e bebidas, com 7,2% e também atividades mais técnicas como manutenção e reparação de veículos automotores, 6,7%.

A seguir, o comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, com 5,1%, se posiciona em 3º lugar para os homens (para as mulheres representa o 2º lugar). Os empreendedores

se dedicam também a comercializar outros produtos como: ferragens, madeira e materiais de construção (2,4%), bebidas (2,4%), comércio especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico (1,8%), cosméticos, perfumaria e higiene pessoal (1,7%). Este agregado de atividades totaliza 13,4%.

Observa-se também que os empreendedores iniciais se dedicam a várias atividades relacionadas à construção, somando 10,3%: serviços especializados (3,4%), construção de edifícios (3,0%), obras de acabamento (2%), instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração (1,9%).

Ao contrário das mulheres, entre os empreendedores iniciais, notam-se atividades ligadas às profissões liberais, que, agregadas, perfazem 7,6%: consultoria em gestão empresarial (3,6%), desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis (2,2%) e publicidade (1,8%).

Tabela 4

Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as atividades¹ por sexo - Brasil - 2022

Atividades dos empreendedores iniciais			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,2	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	17,8
Manutenção e reparação de veículos automotores	6,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,9
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,1	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,5
Atividades de consultoria em gestão empresarial	3,6	Serviços domésticos	7,7
Serviços especializados para construção	3,4	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	7,5
Construção de edifícios	3,0		
Transporte rodoviário de carga	2,4		
Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção	2,4		
Comércio varejista de bebidas	2,4		
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	2,2		
Obras de acabamento	2,0		
Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração	1,9		
Transporte rodoviário de táxi	1,9		
Agências de publicidade	1,8		
Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação	1,8		
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	1,7		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	1,7		
Outras atividades	48,8	Outras atividades	47,7

Fonte: GEM Brasil 2022

¹ A nomenclatura utilizada para descrever as atividades desenvolvidas pelos empreendedores é baseada na redação dada pela Classificação Nacional da Atividades Econômicas – CNAE, em seu 4º nível, ou seja, as classes CNAE.

Novamente, a distribuição de atividades econômicas dos empreendedores estabelecidos (EBO) repete o padrão de ser muito mais diversificado entre os homens, 15 atividades principais, do que entre as mulheres, 7 atividades principais, como se pode verificar na **tabela 5**.

O exame das principais atividades revela que as preferências em termos de atividades econômicas são distintas de acordo com o sexo: apenas coincidem em uma atividade, a de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, com 5,7% das empreendedoras e 3,2% dos empreendedores estabelecidos.

Para as mulheres, as principais atividades compreendem comércio varejista de: cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (10,9%, 1ª colocação) artigos do vestuário e acessórios (5,7%, 7ª colocação); 10,7% das empreendedoras estabelecidas têm negócios de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; 7,2% se dedicam a serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada; 7% oferecem serviços domésticos e outras 5,8% oferecem serviços pessoais. Apenas 6,4% das empreendedoras se dedicam à fabricação de produtos têxteis.

Nas atividades voltadas para o setor de construção, instalação e manutenção predial, 15,8% dos empreendedores estabelecidos têm negócios que oferecem: serviços especializados para construção (6,9%), obras de acabamento (3,5%), construção de edifícios (2,7%) e instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração (2,7%). Entre as atividades mais típicas de profissões liberais, encontram-se 9,7% dos empreendedores

estabelecidos oferecendo: atividades jurídicas (5,8%), de engenharia (2,1%) e suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação (1,8%).

Diferentemente das mulheres, entre os empreendedores há 6,9% dedicados à produção agrícola: horticultura (4,9%) e cultura de cereais (2%).

Tabela 5

Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo as atividades¹ por sexo - Brasil - 2022

Atividades dos empreendedores estabelecidos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção	6,9	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	10,9
Atividades jurídicas, exceto cartórios	5,8	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,7
Transporte rodoviário de táxi	4,9	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	7,2
Horticultura	4,9	Serviços domésticos	7,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	4,0	Fabricação de outros produtos têxteis	6,4
Obras de acabamento	3,5	Atividades de serviços pessoais	5,8
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,2	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,7
Construção de edifícios	2,7		
Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração	2,7		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	2,6		
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	2,3		
Serviços de engenharia	2,1		
Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,1		
Cultivo de cereais	2,0		
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	1,8		
Outras atividades	48,5	Outras atividades	5,7

Fonte: GEM Brasil 2022

¹ A nomenclatura utilizada para descrever as atividades desenvolvidas pelos empreendedores é baseada na redação dada pela Classificação Nacional da Atividades Econômicas – CNAE, em seu 4º nível, ou seja, as classes CNAE.

5. Características dos empreendimentos segundo o sexo do empreendedor

Os dados apresentados na **tabela 6** mostram a atuação dos negócios dos empreendedores iniciais e os estabelecidos em termos de origem dos seus clientes, e percebe-se que, independentemente do sexo e do estágio do empreendimento, a base de clientes é fortemente na localidade em que residem, com diferença pequena entre homens e mulheres: 3 pontos percentuais para os empreendedores iniciais (TEA), com 93,3% dos homens e 96% das mulheres; e de 5 pontos percentuais entre os estabelecidos (EBO), com 93% de homens e 98,2% das mulheres.

Assim, entre os empreendedores iniciais (TEA) que declaram ter ou que terão clientes em outras cidades ou estados do país, os

homens mostram maiores percentuais: 55% contra 44% das mulheres. Essa diferença é ainda mais acentuada entre os empreendedores estabelecidos (EBO), 64,4% dos homens têm clientes provenientes de outras cidades do país, uma diferença de 18 pontos percentuais em relação às empreendedoras.

Embora os percentuais dos empreendedores que afirmam ter ou terão clientes de fora do Brasil sejam pequenos, os homens mantêm o padrão de maior assertividade comercial, com 7,2% dos empreendedores iniciais (TEA) e 10,6% dos estabelecidos (EBO), comparativamente às empreendedoras, 5,9% e 2,9% respectivamente.

Tabela 6

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (EBO) segundo a procedência¹ do cliente por sexo - Brasil - 2022

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	93,3	93,0	96,0	98,2
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	55,0	64,4	44,0	46,1
Fora do Brasil	7,2	10,6	5,9	2,9

Fonte: GEM Brasil 2022

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

A **tabela 7** apresenta os resultados relacionados à abrangência da inovação ligada aos negócios conduzidos por empreendedores iniciais (TEA), relativamente ao produto ou serviço e à tecnologia empregada na produção ou operação do negócio.

Nota-se que a cerca de 75% dos homens e em torno de 85% das mulheres negam qualquer novidade, tanto em produto ou serviço, quanto em tecnologia, em qualquer abrangência geográfica. Ou seja, a maior base de empreendimentos não se diferencia dos demais competidores em termos de agregação de inovação.

Entre os que afirmam introduzir novidade nas duas categorias examinadas, os homens se mostram mais assertivos no âmbito local, com cerca de 20% indicando que a tecnologia é nova, e cerca de 17% que a novidade está no produto ou serviço. A proporção de mulheres empreendedoras em estágio inicial que identificam novidades em sua operação é menor que a dos homens, alcançando aproximadamente 13% em relação às tecnologias utilizadas e para produtos ou serviços.

A inovação é ainda mais tímida nos âmbitos nacional e mundial. Mesmo assim, os homens se mostram pouco mais assertivos, com cerca de 3% dos empreendimentos introduzindo

novidade no Brasil, em produtos ou serviços ou tecnologias, comparativamente aos cerca de 1% das mulheres. Mundialmente, as empreendedoras negam qualquer

novidade, relativamente aos homens, que, de 1 a 2%, afirmam oferecer novidade em seus empreendimentos.

Tabela 7

Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos por sexo - Brasil - 2022

Abrangência	Masculino		Feminino	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	17,2	19,8	12,6	13,4
Brasil	3,1	3,3	0,6	1,2
Mundo	1,2	2,1	0,0	0,0
Não são novos	78,6	74,9	86,8	85,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2022

Voltando-se para os empreendedores estabelecidos (EBO), os resultados apresentados na **tabela 8** apontam que a grande maioria dos empreendedores (homens ou mulheres) nega que seus produtos ou serviços, ou mesmo a tecnologia utilizada nos seus negócios, possuam alguma novidade para o mercado. Essas proporções variam de pouco menos de 80% (homens/novidade na tecnologia) até pouco mais de 90% (homens/novidade no produto ou serviço).

Por outro lado, mais empreendedoras estabelecidas (EBO) afirmam oferecer novidade

no âmbito local tanto em produtos e serviços (quase 12%) quanto nas tecnologias utilizadas (19%), ao passo que os homens atingem cerca de 4% e 17% respectivamente.

Ainda que os níveis de inovação nos âmbitos do país ou mundialmente sejam muito menores, são os empreendedores homens que mais se destacam. Para 2% dos empreendedores estabelecidos, o produto ou serviço que comercializam possuem alguma novidade em âmbito mundial. Entre as mulheres, nesse quesito, o percentual é menor (1,5%).

Tabela 8

Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos por sexo - Brasil - 2022

Abrangência	Masculino		Feminino	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	4,3	16,6	11,8	19,3
Brasil	1,9	3,9	0,0	0,0
Mundo	2,1	0,7	1,5	0,0
Não são novos	91,7	78,7	86,7	80,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2022

A **tabela 9** mostra a distribuição percentual do total de empreendedores (TTE) por sexo segundo a geração atual de ocupação, bem como a expectativa de ocupação e o

faturamento anual. Os dados revelam que 65% das empreendedoras afirmam que não ocupam nenhuma outra pessoa além de si mesmas, numa proporção de 16 pontos percentuais a

menos do que entre os empreendedores. Os homens revelam a tendência de maior ocupação informal ou formal de pessoas do que as mulheres: 32,6% dos empreendedores *versus* 28,1% das empreendedoras ocupam de 1 a 5 pessoas; na faixa de 6 ou mais pessoas ocupadas, têm-se 18,1% dos empreendedores, cerca de 11 pontos percentuais a mais do que revelam as empreendedoras.

Assim, a expectativa de geração de ocupação de pessoas nos próximos 5 anos demonstra mais pessimismo entre as mulheres, pois quase 30% não esperam agregar pessoas aos seus negócios, comparativamente a quase 20% dos homens. Todavia, na expectativa de criar de 1 a 5 postos de trabalho no futuro próximo, encontram-se mais mulheres, 40,7%, do que homens, 34,6%. Mas, nas faixas seguintes – a partir de 6 postos de trabalho gerados – são os empreendedores que se mostram mais

otimistas – 46,3% deles têm essa expectativa *versus* 29,7% delas.

Quanto ao faturamento anual, os dados de 2022 revelam que quase 15% dos empreendimentos de mulheres nada faturaram, frente aos 10% dos homens. Há uma tendência de os empreendimentos fundados por mulheres se concentrarem nas faixas de rendas mais baixas. Deste modo, na faixa de até R\$ 12 mil encontram-se 55% dos empreendimentos das mulheres, comparativamente aos 33,6% dos negócios dos homens.

Consequentemente, nas faixas de renda anual superiores, os percentuais dos negócios dos homens superam os das mulheres, sendo a diferença mais expressiva a que se percebe na faixa de R\$ 81 a 360 mil – 13,1% *versus* 5,3% – ou seja, quase 8% de diferença.

Tabela 9

Distribuição percentual do total de empreendedores (TTE) segundo características dos empreendimentos: geração de ocupação e faturamento por sexo - Brasil - 2022

Características dos empreendimentos	Masculino	Feminino
Número de pessoas ocupadas atualmente		
Nenhuma	49,2	65,0
De 1 a 5	32,6	28,1
De 6 a 19	13,7	4,5
Mais de 20	4,4	2,5
	100%	100%
Expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos)		
Nenhuma	19,2	29,5
De 1 a 5	34,6	40,7
De 6 a 19	25,9	17,6
Mais de 20	20,4	12,1
	100%	100%
Faturamento anual		
Até R\$ 6.000,00	25,1	36,2
De R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00	8,5	18,7
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	15,3	11,5
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	9,0	4,6
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	4,9	2,5
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	4,4	2,7
De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00	5,3	2,9
De R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,00	13,1	5,3
Acima de R\$ 360.000,00	4,2	1,0
Ainda não faturou	10,2	14,6
	100%	100%

6. Busca de órgãos de apoio segundo o sexo dos empreendedores

A busca de órgãos de apoio segundo o sexo é evidenciada na **tabela 10**. Percebe-se que cerca de um terço dos empreendedores brasileiros buscam apoio, sendo que as mulheres buscam um pouco menos do que os homens: 29% contra cerca de 36%.

O Sebrae é o órgão mais procurado pelos empreendedores, e de forma ainda mais intensiva pelas mulheres – 50% delas, comparativamente aos quase 37% dos homens. Os outros órgãos que compõem o sistema S apresentam menores percentuais de busca, mas o padrão se mantém – os empreendedores buscam mais do que as empreendedoras.

Assim, praticamente 18% dos homens buscam o Senai *versus* 11% das mulheres, e buscam o Senac 13% dos homens *versus* 8% das mulheres. O Senat é uma opção apontada apenas pelos homens (3,6%).

Os contadores são a segunda fonte mais procurada pelos empreendedores (homens ou mulheres) que buscam algum tipo de apoio na criação ou condução de seus empreendimentos. Cerca de 8% dos empreendedores homens ou mulheres recorrem aos advogados, e muito menos – cerca de 2% – recorrem às consultorias privadas.

Tabela 10

Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio por sexo - Brasil - 2022

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	35,6	29,1
Principais órgãos de apoio procurados ¹		
Sebrae	36,7	50,4
Contador	34,3	27,1
Senai	17,9	11,2
Senac	13,2	7,9
Advogado	8,2	8,7
Senat	3,6	0,0
Consultoria privada	2,0	2,8
Outro ²	7,1	7,2

Fonte: GEM Brasil 2022

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

² Nessa classificação para o Brasil se enquadram: associações de classe, amigos, bombeiros, consultoria privada, instituições financeiras (bancos), Senar e Sesi.

7. Mentalidade empreendedora da população brasileira segundo o sexo

A **tabela 11** apresenta fatores relativos à mentalidade empreendedora na população brasileira. Comparativamente, mais homens percebem, dentro do horizonte de 6 meses, boas oportunidades para iniciar novo negócio próximo onde vivem, 73,3%, do que mulheres, 62,7%, uma diferença aproximada de 10 pontos percentuais

E praticamente 80% dos brasileiros, independentemente do sexo, confiam que têm o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.

O medo de fracassar não é percebido, por mais da metade dos brasileiros, como suficiente para impedi-los de começar um novo

negócio, sendo que os homens se mostram ainda mais dispostos a ultrapassar este medo – 61% comparativamente a quase 53% das mulheres.

Um fator que contribui para a mentalidade empreendedora é conhecer pessoalmente

alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos. Nota-se que é bem elevada a proporção dos que possuem empreendedores nas suas redes de relação, 87% para ambos os sexos.

Tabela 11

Percentual¹ da população masculina e feminina segundo a mentalidade - Brasil - 2022

Mentalidade	Masculino	Feminino
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	87,0	87,4
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	73,3	62,7
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	82,6	79,5
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	61,1	52,6

Fonte: GEM Brasil 2022

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos

8. “Sonhos” da população brasileira segundo o sexo

Os principais sonhos da população brasileira feminina e masculina são exibidos no **gráfico 5**.

Chama a atenção que o sonho de possuir “o próprio negócio” é o mais destacado tanto para homens como para mulheres. Com uma ligeira diferença na proporção, tal sonho é indicado por 66,4% das mulheres e 61,9% dos homens.

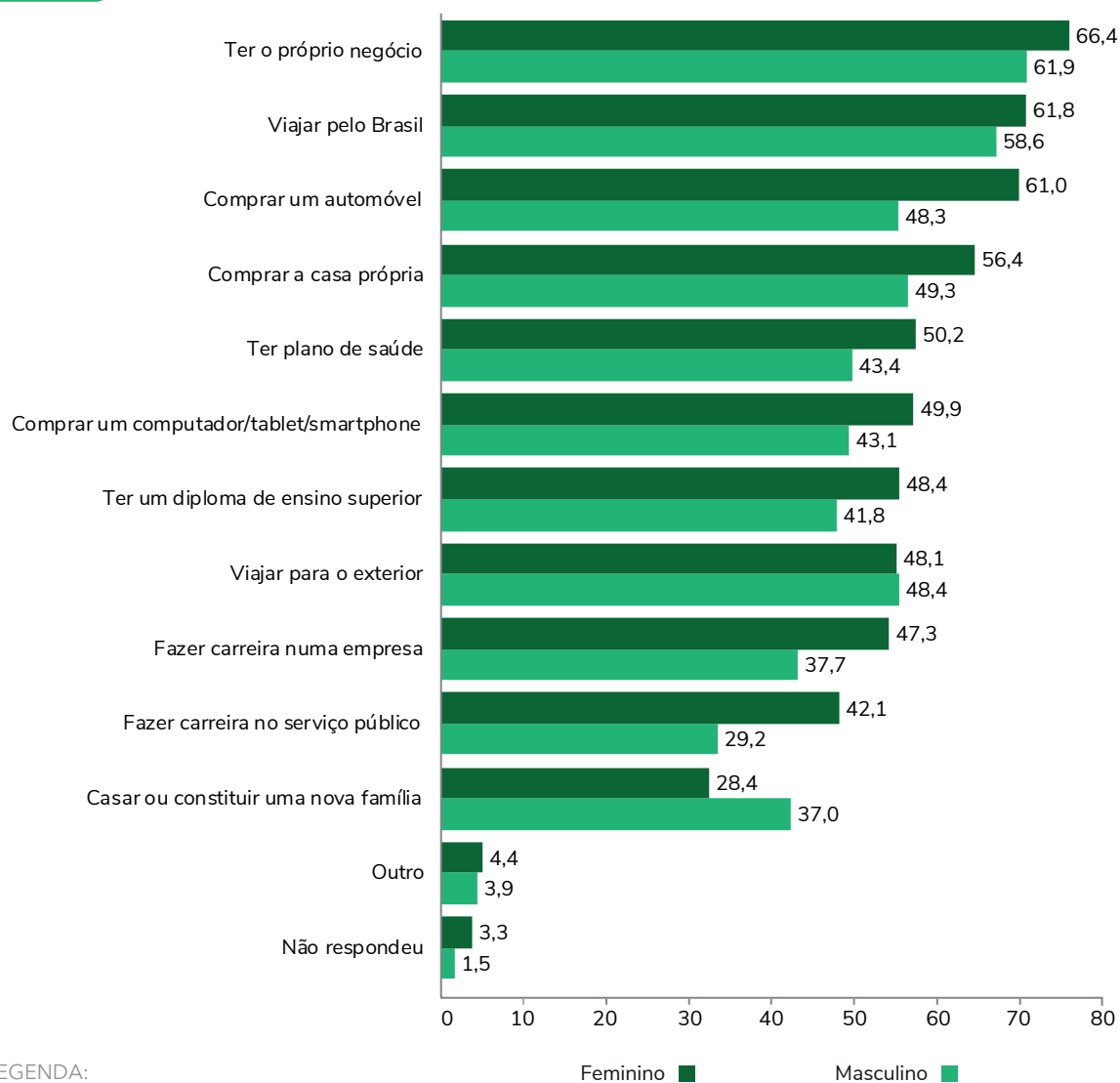
“Comprar um automóvel” é sonho bem mais forte entre as mulheres, que o posicionam em 3º lugar, com 61,0%, distando cerca de 13 pontos percentuais dos homens, que o colocam na 5ª posição, com 48,3%.

“Viajar pelo Brasil” atinge percentuais praticamente iguais: em torno de 60% para ambos os sexos. O mesmo ocorre com o sonho de “viajar para o exterior”, porém em menor proporção, 48%.

O sonho de “comprar a casa própria” é importante para mais de metade da população feminina, sendo indicado por 56,4% delas. Entre os homens esse sonho se mostra um pouco menos relevante, com 49,3%. O mesmo ocorre em relação ao sonho de “ter plano de saúde”, porém com percentuais mais baixos. Esse sonho é destacado por cerca de 50% das mulheres e 43% dos homens.

As outras possibilidades de carreira ficam bem distantes do desejo de ter o próprio negócio. Assim, “fazer carreira em uma empresa” é mais intensa para as brasileiras cerca de 47% – do que para os brasileiros 38%. A vontade de “fazer carreira no serviço público” também é mais apontada pelas mulheres, 42%, do que para os homens (29%).

Gráfico 5

Percentual¹ da população feminina e masculina segundo o sonho - Brasil - 2022

Fonte: GEM Brasil 2022

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos que tem como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

coordenação do GEM

internacional:



London
Business
School

nacional:



parceiro no Brasil:

