



Global
Entrepreneurship
Monitor

2022

empreendedorismo
no estado de

**SÃO
PAULO**

recorte
temático:
sexo



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



Ficha Técnica

Coordenação do GEM

Internacional

Global Entrepreneurship Research Association (GERA)
Babson College

Brasil

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

Fernando Antonio Prado Gimenez – Presidente
Rose Mary Almeida Lopes – Vice-presidente

Parceiro Master no estado de São Paulo

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo (Sebrae-SP)

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Manuel Henrique Farias Ramos
ACSP — Associação Comercial de São Paulo
ANPEI — Associação Nacional de PD&E das Empresas Inovadoras
DISAP — Banco do Brasil — Diretoria de Distribuição São Paulo
Desenvolve SP — Agência de Fomento do Estado de São Paulo S.A
FAESP — Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo
FIESP — Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
FECOMERCIO-SP — Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo
IPT — Instituto de Pesquisas Tecnológicas
Parqtec — Fundação Parque Tecnológico de São Carlos
SINDIBANCOS — Sindicato dos Bancos do Estado de São Paulo
Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Inovação
Sebrae — Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
CEF — Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal

DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Superintendente: Nelson Hervey Costa
Diretor Técnico: Marco Vinholi
Diretor de Administração e Finanças: Reinaldo Pedro Corrêa

UNIDADE GESTÃO ESTRATÉGICA (UGE)

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider
Coordenadora de pesquisas e monitoramento: Carolina Fabris Ferreira
Coordenador interino de pesquisas e monitoramento: Eduardo Borba
Gestor do projeto pelo Sebrae-SP: Pedro João Gonçalves

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 estado de São Paulo 2022

Recorte Temático **SEXO**

Introdução

Este relatório da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) São Paulo analisa os dados obtidos sobre o perfil dos empreendedores paulistas segundo a variável demográfica sexo. Esses dados foram extraídos de amostra de 2.000 entrevistas, realizadas em 2022. A pesquisa foi estratificada de forma a representar a população adulta do estado de São Paulo.

O GEM foi iniciado em 1999 numa parceria entre o *Babson College* e a *London Business School*, sendo atualmente o maior estudo mundial sobre o empreendedorismo. Ele parte de uma definição ampla de empreendedorismo, que abrange 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. No estado de São Paulo, esta é a 6ª edição da pesquisa GEM, com o

apoio do Sebrae-SP. De 2000 até 2021, o Sebrae estabeleceu parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e, a partir de 2022, com a Associação Nacional de Estudos de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe).

Neste relatório, analisam-se diversas relações entre as variáveis levantadas na pesquisa com a variável demográfica sexo. Enfocam-se as seguintes relações: o estágio do empreendimento; a motivação para empreender; as características socioeconômicas dos empreendedores – faixa etária, escolaridade, 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. Examina-se também como a população paulista percebe o empreendedorismo e seus principais sonhos.

1. Estágio do empreendimento segundo o sexo

Em 2022, os homens superaram as mulheres em todas as taxas de empreendedorismo em todos os estágios de negócio (**Tabela 1**). A diferença na taxa de empreendedorismo total (TTE) é de 13 pontos percentuais (p.p.), pois os homens obtiveram a taxa de 36% e as mulheres chegaram a praticamente 23%. A diferença na TTE se deve aos 6,5 p.p. no empreendedorismo estabelecido (EBO), em que os homens atingiram a taxa de

14,2% e as mulheres 7,7%; e também aos 6,6 pontos percentuais na taxa de empreendedorismo inicial (TEA), com 21,9% de homens e 15,3% de mulheres. O empreendedorismo inicial se divide em nascente e novo. As diferenças entre homens e mulheres nas taxas de empreendedorismo novo e de empreendedorismo nascente são menores, sendo respectivamente, 4,6 e 2,3 p.p.

Tabela 1

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

Estágio		Masculino	Feminino
Empreendedorismo total	TTE	36,0	22,9
Empreendedorismo inicial	TEA	21,9	15,3
Novos		14,4	9,8
Nascentes		7,9	5,6
Empreendedorismo estabelecido	EBO	14,2	7,7

Fonte: GEM São Paulo 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 estado de São Paulo segundo sexo

Os dados da **Tabela 2** demonstram que a principal motivação para as pessoas partirem para ter seus próprios negócios está na necessidade de “ganhar a vida porque os empregos são escassos”. E, praticamente, a diferença percentual entre mulheres e homens é pouco significativa – 0,4 p.p. –, pois 74,5% das empreendedoras iniciais e 74,1% dos empreendedores iniciais indicaram esta motivação. Com pequena diferença, de 3,9 p.p., os empreendedores iniciais querem “fazer a diferença no mundo”, 69,8%, relativamente às empreendedoras iniciais, 65,9%.

“Construir grande riqueza ou auferir renda muito alta” motiva os homens bem mais do que as mulheres, pois a diferença entre os dois sexos é de quase 17 p.p.: 63,4% deles em comparação com 46,5% das empreendedoras. A “tradição familiar” é a motivação menos intensa para ambos os sexos: 42% dos empreendedores do sexo masculino e pouco mais de 23% das empreendedoras iniciais no estado. Uma diferença de mais de 18 p.p.

Tabela 2

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

Motivação	Masculino	Feminino
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	74,1	74,5
Para fazer diferença no mundo	69,8	65,9
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	63,4	46,5
Para continuar uma tradição familiar	42,0	23,6

Fonte: GEM São Paulo 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.

Na **Tabela 3** mostram-se os resultados das taxas dos empreendedores iniciais, bem como as proporções sobre a TEA, da motivação para empreendedor por oportunidade e por necessidade. Os resultados por oportunidade mostram que os homens superam as mulheres, dado que a proporção sobre a TEA é de 63,8%, relativamente à proporção atingida pelas mulheres, que é de 55,7%.

Relativamente, a motivação para empreender por necessidade é mais intensa entre as mulheres, pois a proporção sobre a taxa de empreendedoras iniciais (TEA) é de 41%, comparativamente à proporção dos homens de 35,3% sobre sua respectiva TEA.

Analisando-se as razões, obtém-se que: para cada 100 homens que empreendem por necessidade, há 180 que o fazem por oportunidade; ao passo que, para cada 100 mulheres

empreendedoras por necessidade, há 140 mulheres que iniciam suas trajetórias empreendedoras por oportunidade.

Tabela 3

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

Motivação	Masculino		Feminino	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	13,7	63,8	8,3	55,7
Necessidade	7,6	35,3	6,1	41,0
Razão	1,8		1,4	

Fonte: GEM São Paulo 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 140 que empreendem por oportunidade.

3. Características socioeconômicas dos empreendedores paulistas segundo o sexo

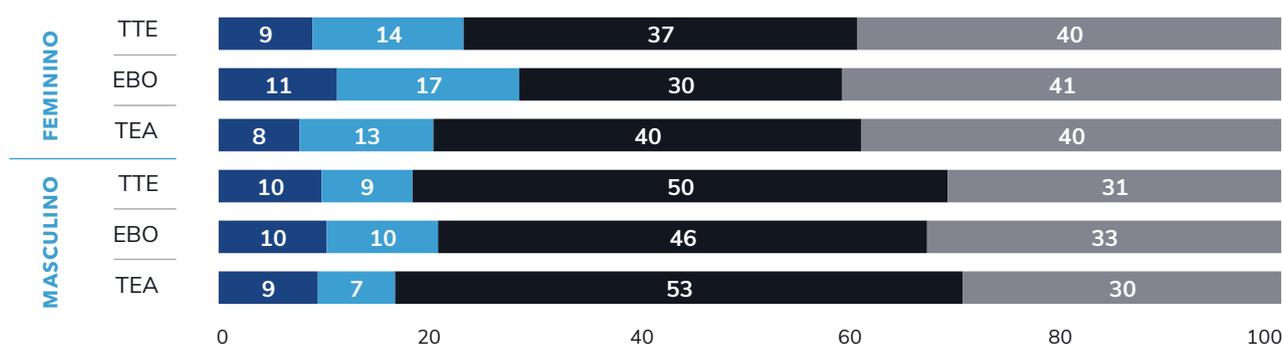
Os percentuais dos empreendedores iniciais e estabelecidos, bem como o empreendedorismo total, são exibidos no **Gráfico 1**, comparando-se o grau de escolaridade por sexo. Claramente, a maioria dos empreendedores possui educação formal acima do ensino médio completo.

No ensino médio, ocorre a maior diferença, de 16 p.p. no empreendedorismo estabelecido (EBO), com 46% dos homens comparativamente aos 30% das mulheres, seguida pela diferença de 13 p.p. no empreendedorismo total (TTE) e no empreendedorismo inicial (TEA).

Percebe-se que as mulheres superam os homens no que se refere ao nível superior, sobretudo no empreendedorismo inicial (TEA), 40% das mulheres nesse estágio possuem esse nível de escolaridade, ao passo que os empreendedores do sexo masculino são 30%, estabelecendo uma diferença de 10 p.p. relativamente aos homens. A diferença vai para 9 p.p. no empreendedorismo total (TTE) e para 8 p.p. no empreendedorismo estabelecido (EBO).

Gráfico 1

Distribuição percentual dos empreendedores segundo a escolaridade¹ por sexo - São Paulo - 2022



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

Fonte: GEM São Paulo 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.

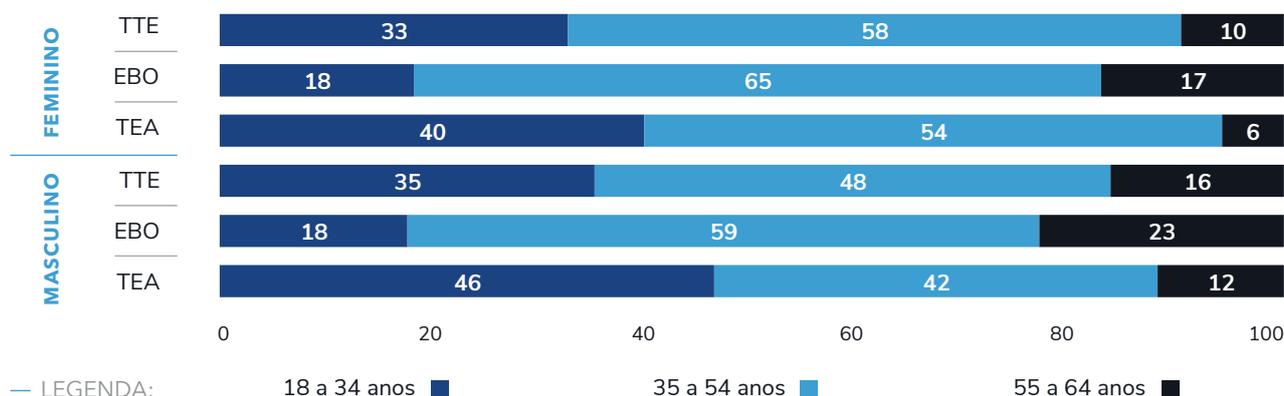
No **Gráfico 2**, mostra-se a distribuição dos empreendedores segundo as faixas etárias por sexo. Com uma exceção apenas, pode-se perceber que é a faixa de idade intermediária que predomina nos diferentes estágios dos negócios e entre os sexos. Têm-se, no empreendedorismo total (TTE), 58% de mulheres para 48% de homens; no empreendedorismo estabelecido (EBO), o percentual das mulheres é de 65% e dos homens é de 59%. Entretanto, no empreendedorismo inicial (TEA), em que a taxa de mulheres da faixa intermediária é de 54%, os homens mostram 42% nessa faixa, pois para eles predominam os mais jovens na TEA.

Analisando-se o grupo mais jovem, observa-se que a diferença entre os homens e mulheres no empreendedorismo inicial (TEA) é de 6 p.p., pois os homens apresentam 46%, contra 40% das mulheres. Ambos os sexos apresentam 18% de empreendedores estabelecidos jovens, conquanto no empreendedorismo total (TTE) os homens superam por pequena margem de 2 p.p. – 35% *versus* 33% das mulheres.

No grupo de 55 a 64 anos, os homens predominam em todos os estágios do empreendimento, com a mesma diferença de 6 p.p.: nos empreendedores estabelecidos (EBO), há 23% de empreendedores para 17% de empreendedoras; no empreendedorismo inicial (TEA), há 12% de empreendedores e 6% de empreendedoras.

Gráfico 2

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



Fonte: GEM São Paulo 2022

A distribuição percentual dos empreendedores segundo a renda familiar por sexo é mostrada no **Gráfico 3**.

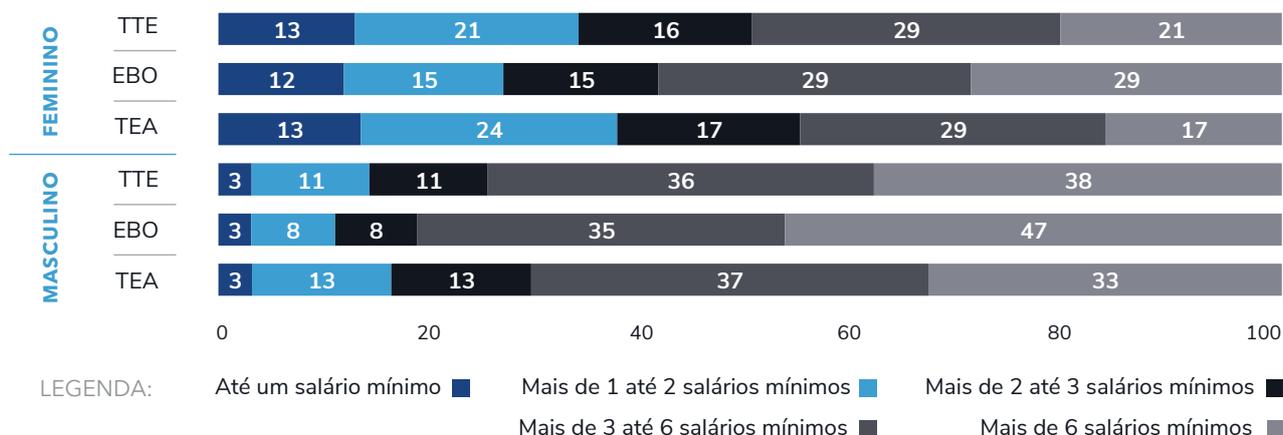
Fica bem claro que a renda dos homens supera a das mulheres. Os empreendedores predominam nas duas faixas superiores de renda. Totalizando-se os percentuais dos empreendedores nas faixas de mais de 3 até 6 salários mínimos e mais de 6 salários mínimos, encontram-se 82% de empreendedores estabelecidos (EBO) contra 58% de empreendedoras (diferença de 24 p.p.), e 70% dos homens

no empreendedorismo inicial (TEA) enquanto há 46% das mulheres (diferença de 24 p.p.).

Englobando-se as três faixas de renda menores – de até 1 salário mínimo até 3 salários mínimos – nos empreendedores iniciais (TEA), tem-se 54% das mulheres com famílias nessas faixas, sendo 25 p.p. a mais do que os homens, que totalizam 29%. Examinando-se as empreendedoras estabelecidas (EBO), 42% delas são de famílias que ganham até três salários, em contraste com 19% dos homens, mostrando uma diferença de 23 p.p.

Gráfico 3

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



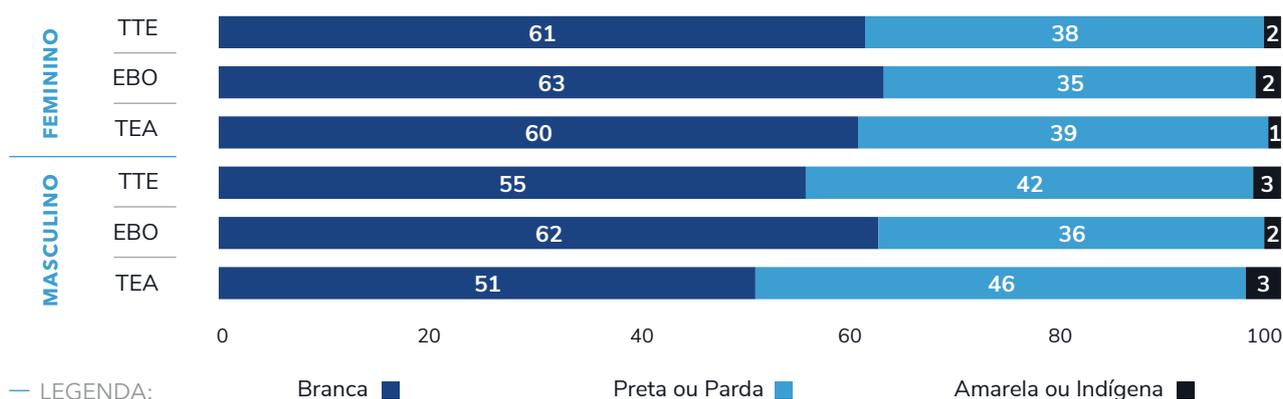
Fonte: GEM São Paulo 2022

No **Gráfico 4**, que exhibe a distribuição percentual dos estágios dos empreendedores segundo a cor/raça por sexo, evidencia-se a prevalência da cor branca, sendo os percentuais mais próximos entre os sexos, entre os empreendedores estabelecidos (EBO), com 62% de homens e de 63% de mulheres. Essa diferença atinge 10 p.p. no empreendedorismo inicial (TEA), com 61% de mulheres para 51% de homens.

Enfocando-se a cor/raça preta ou parda, a maior diferença – de 7 p.p. – se encontra entre os empreendedores iniciais (TEA), em que os homens superam as mulheres: 46% versus 39%. A diferença cai para 1 p.p. entre os empreendedores estabelecidos (EBO), com 36% de empreendedores pretos ou pardos e 35% de empreendedoras.

Gráfico 4

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



Fonte: GEM São Paulo 2022

4. Atividade dos empreendedores paulistas segundo o sexo

Na **Tabela 4** mostram-se as atividades econômicas a que se dedicam os empreendedores iniciais (TEA). Nota-se que os empreendedores se dedicam a um espectro bem maior de atividades,

18, perfazendo 50,4%, ao passo que as mulheres apresentam mais concentração em apenas 9 atividades, totalizando quase 53%.

Tabela 4

Distribuição percentual das atividades¹ dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o sexo - São Paulo - 2022

Atividades dos empreendedores iniciais			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	4,8	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,3
Transporte rodoviário de carga	3,9	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	9,6
Obras de acabamento	3,8	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	8,1
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,8	Serviços domésticos	6,1
Construção de edifícios	3,8	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	4,5
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	3,8	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	3,9
Atividades de consultoria em gestão empresarial	3,3	Atividades de serviços pessoais	3,7
Instalações elétricas	2,9	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	3,6
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	2,9	Atividades jurídicas, exceto cartórios	3,0
Consultoria em tecnologia da informação	2,4		
Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia	2,3		
Fabricação de móveis com predominância de madeira	2,3		
Serviços especializados para construção	1,9		
Serviços de engenharia	1,9		
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	1,9		
Comércio varejista de bebidas	1,5		
Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	1,5		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	1,5		
Outras atividades	49,6	Outras atividades	47,2

Fonte: GEM São Paulo 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.

As empreendedoras se dedicam mais às atividades de serviços de tratamento de cabelos e beleza (10,3%) e serviços pessoais (3,6%), que juntos somam quase 14%. Tendem também a se dedicar ao comércio varejista, tanto de itens de

vestuário e acessórios (9,6%) quanto de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (3,9%), somando 13,5%. No ramo de alimentação, têm-se quase 12%, sendo 8,1% em *catering* e bufê e 3,6% em restaurantes e similares.

Cerca de 6% se dedicam a serviços domésticos, e 4,5% à confecção de peças de vestuário. Apenas 3% das mulheres se dedicam a atividades jurídicas, tipicamente ligadas a profissões liberais. Caracterizando, então, que as empreendedoras se voltam majoritariamente para atividades que não exigem formações técnicas, especializadas e de nível superior.

Os empreendedores se voltam para setores e atividades diferentes das mulheres, e boa parte dessas atividades exigem formação técnica especializada ou formação de nível superior. Assim, parte dos homens se concentra (12,4%), em atividades ligadas à construção civil: obras de acabamento (3,8%), construção de edifícios (3,8%), instalações elétricas (2,9%) e serviços especializados de construção (1,9%). Quase 10% se dedicam a atividades que exigem formação especializada, com educação em nível superior: consultoria e gestão empresarial (3,3%), consultoria em tecnologia de informação (2,4%), atividades técnicas de arquitetura e engenharia (2,3%) e serviços de engenharia (1,9%). No

comércio varejista há 9,3% de empreendedores com negócios em: itens de vestuário e acessórios (4,8%), bebidas (1,5%), hortifrutigranjeiros (1,5%) e produtos cosméticos (1,5%). Apenas 3,8% têm restaurantes e similares. E outros se dedicam a transporte de carga (3,9%), manutenção e reparo de veículos automotores (3,8%), desenvolvimento e licenciamento de programas de computador (2,9%), fabricação de móveis (2,3%), e artes cênicas, espetáculos e atividades complementares (1,9%).

Examinam-se as atividades dos empreendedores estabelecidos, por sexo, na **Tabela 5**. Os empreendedores se distribuem em 12 atividades, que somam 50,2%, com distribuição que vai de 2%, a 9,7% mais pulverizados do que entre as mulheres. As empreendedoras se distribuem entre 6 atividades (totalizando 51%), metade do que se encontra entre os homens; e mostram mais concentração, pois variam entre 13,4% e 3,8%. Além disto, as atividades são bem distintas nos dois sexos, com exceção dos serviços de cabeleireiros e tratamento de beleza.

Tabela 5

Distribuição percentual das atividades¹ dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo o sexo - São Paulo - 2022

Atividades dos empreendedores estabelecidos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Construção de edifícios	9,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	13,4
Serviços especializados para construção	6,9	Serviços domésticos	13,3
Manutenção e reparação de veículos automotores	5,2	Fabricação de outros produtos têxteis	7,4
Atividades jurídicas, exceto cartórios	4,5	Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	7,1
Transporte rodoviário de táxi	4,2	Atividades de serviços pessoais	6,1
Obras de acabamento	3,6	Atividades de contabilidade, consultoria e auditoria contábil e tributária	3,8
Serviços de engenharia	3,6		
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	3,0		
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	2,9		
Transporte rodoviário de carga	2,4		
Outras atividades de telecomunicações	2,2		
Atividades paisagísticas	2,0		
Outras atividades	49,8	Outras atividades	49,0

Fonte: GEM São Paulo 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.

Entre as empreendedoras, observam-se atividades voltadas para serviços como cabeleireiros e tratamento de beleza (13,4%) e serviços pessoais (6,1%), perfazendo 19,5%. As que se dedicam aos serviços domésticos são 13,3%. Tem-se cerca de 11% cujos negócios exigem formação superior, sendo 7,1% na área de saúde e 3,8% em contabilidade, consultoria e auditoria contábil e tributária. E são 7,4% que se dedicam à fabricação de outros produtos têxteis.

Cerca de 20% dos empreendedores estabelecidos possuem negócios na área de construção

civil: construção de edifícios (9,7%), serviços especializados para construção, (6,9%) e obras de acabamento (3,6%). Atividades ligadas a profissões de nível superior somam 8,1%, sendo que 4,5% dos empreendedores estão nas atividades jurídicas e 3,6% em serviços de engenharia. Os transportes de táxi (4,2%) e de carga (2,4%) envolvem 6,6% dos empreendedores. Outras atividades representadas entre os homens são restaurantes (3%), cabeleireiros e tratamento de beleza (2,9%), outras atividades de telecomunicação (2,2%) e atividades paisagísticas (2%).

5. Características dos empreendimentos segundo o sexo do empreendedor

Na **Tabela 6** mostram-se os dados relativos à procedência geográfica dos clientes dos empreendedores iniciais e os estabelecidos. É bastante clara a predominância da base local de clientes, tendência essa que é ainda mais intensa entre as mulheres. Assim, entre os empreendedores iniciais (TEA) quase 95% das mulheres têm clientes na localidade dos negócios *versus* 87,5% dos homens, uma diferença de 7,4 p.p. Entre os empreendedores estabelecidos, 96,5% das mulheres *versus* 91,1% dos homens têm clientes locais, numa diferença de 5,4 p.p.

Os empreendedores iniciais (TEA) que informam que possuem ou possuirão clientes em outras cidades ou estados do país são 64%, ao passo

que as mulheres são 49,4%, estabelecendo uma diferença de 14,6 p.p. a favor dos empreendedores. Essa diferença é muito similar entre os empreendedores estabelecidos (EBO): 67,1% dos empreendedores e 52,3% das empreendedoras.

Os empreendedores iniciais (TEA) e os estabelecidos (EBO) que informam que tem ou terão clientes no exterior superam as empreendedoras. Assim, são 7,8% dos empreendedores iniciais contra 5,6% das empreendedoras iniciais (diferença de 2,2 p.p.) e 8,9% dos empreendedores estabelecidos contra 3,5% das empreendedoras (diferença de 5,4 p.p.) que declaram ter ou pretendem ter clientes fora do Brasil.

Tabela 6

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

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	87,5	91,1	94,9	96,5
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	64,0	67,1	49,4	52,3
Fora do Brasil	7,8	8,9	5,6	3,5

Fonte: GEM São Paulo 2022

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

A **Tabela 7** exibe a distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos por sexo. Cerca de 81% dos empreendedores e das empreendedoras negam inovação em produtos em qualquer abrangência geográfica. Quanto à tecnologia, a diferença entre os dois sexos é pequena, de apenas 0,8 p.p. dos empreendedores que afirmam não serem novas as tecnologias que utilizam em suas atividades econômicas. Esses dados revelam que é grande o percentual de empreendedores que não oferecem diferencial de inovação nos seus negócios.

No âmbito local, as empreendedoras iniciais superam os homens em termos de agregação de inovação, pois 16,6% das mulheres *versus* 12,4% dos homens indicam que o produto ou serviço é novo, e 21,5% das empreendedoras *versus* 15,9% dos empreendedores indicam que a tecnologia é nova.

A inovação é mais restrita nos âmbitos nacional e mundial. Em termos de inovação em produto ou serviço, os empreendedores iniciais superam as mulheres por 4,2 p.p. no mercado nacional; porém são apenas 4,8% dos homens e 0,6% das mulheres que declaram oferecer produtos ou serviços novos. Quando o foco é a tecnologia nova no mercado nacional, também os homens ficam na dianteira das mulheres, sendo 6,2% de empreendedores *versus* 1,9% de empreendedoras.

Mundialmente, os empreendedores iniciais, tanto homens quanto mulheres apresentam percentual semelhante, 1,9% e 1,8% de produtos ou serviços inovadores. Quando se trata de tecnologia nova, são 2,4% de homens para 1,9% de mulheres que afirmam agregar novidade.

Tabela 7

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

Abrangência	Masculino		Feminino	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	12,4	15,9	16,6	21,5
Brasil	4,8	6,2	0,6	1,9
Mundo	1,9	2,4	1,8	1,9
Não são novos	80,9	75,5	81,0	74,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM São Paulo 2022

Os resultados mostrados na **Tabela 8** referem-se aos empreendedores estabelecidos (EBO). Eles indicam que de 91% a quase 93% dos empreendedores (homens ou mulheres) negam qualquer novidade nos produtos ou serviços na tecnologia empregada nos seus empreendimentos. Ou seja, a grande maioria dos negócios desses empreendedores não oferece diferencial de inovação para seus clientes, o que certamente dificulta tanto a manutenção de sua base atual de clientes quanto diminui as chances de atração de novos clientes.

No âmbito local, 7,5% dos empreendedores e 6,1% das empreendedoras estabelecidos (EBO) afirmam oferecer inovação em produtos e serviços, e muitos mais indicam que as tecnologias utilizadas são novas – 23,3% das mulheres e 20,7% dos homens, com uma diferença a favor das empreendedoras de 2,6 p.p.

A proporção de empreendedores estabelecidos que oferece inovação no âmbito nacional é pequena: apenas 1,5% dos homens têm produtos ou serviços novos e 6,6% utilizam tecnologias novas, sendo que as mulheres zeraram em ambas as categorias.

Quanto ao âmbito internacional, os homens zeraram em inovação em produtos e serviços novos, e as mulheres apresenta tímidos 1,2%. Quanto

à tecnologia nova tem-se 1,6% dos homens e 1,2% de mulheres.

Tabela 8

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

Abrangência	Masculino		Feminino	
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local	7,5	20,7	6,1	23,3
Brasil	1,5	6,6	0,0	0,0
Mundo	0,0	1,6	1,2	1,2
Não são novos	91,0	71,0	92,7	75,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM São Paulo 2022

As distribuições percentuais do total de empreendedores (TTE) por sexo segundo a geração atual de ocupação, a expectativa de ocupação e o faturamento anual são exibidos na **Tabela 9**.

Próximo de 60% das empreendedoras informam que não ocupam nenhuma outra pessoa além de si mesmas, quase 26 p.p. a mais do que os 34% dos empreendedores. Os empreendedores superam as mulheres em todas as outras faixas de ocupação informal ou formal de pessoas: 42,3% dos empreendedores *versus* 32,9% das empreendedoras ocupam de 1 a 5 pessoas; na faixa de 6 ou mais pessoas ocupadas, há 17,1% dos empreendedores, cerca de 13 p.p. a mais do que as empreendedoras; na última faixa de mais de 20 pessoas ocupadas, os homens com 6,6% são praticamente o dobro do que os 3,1% das mulheres. Ou seja, os negócios empreendidos pelas mulheres são menores do que os dos homens.

A expectativa, nos próximos 5 anos, de geração de ocupação de pessoas demonstra menor otimismo das empreendedoras, dado que 30% não esperam agregar pessoas aos seus negócios, comparativamente aos 13,1% dos empreendedores,

uma diferença de quase 17 p.p. Entretanto, na faixa seguinte, da expectativa de criar de 1 a 5 postos de trabalho no futuro próximo, há mais empreendedoras (48,5%) do que empreendedores (35,5%). Entretanto, a partir de 6 postos de trabalho gerados – são os empreendedores que se mostram mais otimistas –, 51,4% deles têm essa expectativa *versus* 21,5% delas. Conclui-se que as expectativas das empreendedoras são bem menores do que as dos empreendedores.

Em 2022, os dados do faturamento anual revelam que quase 10% dos empreendimentos de mulheres nada faturaram frente aos 6,6% dos homens. Os negócios das empreendedoras tendem a se concentrar nas faixas de rendas mais baixas – pouco mais de dois terços (68,6%) das empreendedoras se situam até R\$ 48.000,00. Nas faixas superiores de renda, de R\$ 48 mil até acima de R\$ 360 mil, encontram-se 21,1% dos negócios das empreendedoras e 35% dos empreendedores, uma diferença de quase 14 p.p. Fica clara a tendência de que, além de ocuparem menos pessoas, e terem menores expectativas de crescimento, as empreendedoras tendem a faturar menos do que os empreendedores.

Tabela 9

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

Características dos empreendimentos	Masculino	Feminino
Número de pessoas ocupadas atualmente		
Nenhuma	34,0	59,9
De 1 a 5	42,3	32,9
De 6 a 19	17,1	4,2
De 20 ou mais	6,6	3,1
	100%	100%
Expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos)		
Nenhuma	13,1	30,0
De 1 a 5	35,5	48,5
De 6 a 19	28,4	13,5
De 20 ou mais	23,0	8,0
	100%	100%
Faturamento anual		
Até R\$ 6.000,00	20,1	33,0
De R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00	10,4	11,6
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	11,3	12,1
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	11,7	6,6
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	5,0	5,3
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	8,1	4,7
De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00	4,7	3,6
De R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,00	13,4	8,6
Acima de R\$ 360.000,00	8,8	4,2
Ainda não faturou	6,6	10,3
	100%	100%

Fonte: GEM São Paulo 2022

6. Busca de órgãos de apoio pelos empreendedores, segundo o sexo

Na **Tabela 10** mostram-se os dados de busca de órgãos de apoio segundo o sexo. Pode-se notar que praticamente 50% dos empreendedores paulistas buscam apoio, sendo que os homens buscam um pouco mais do que as mulheres: 49,3% *versus* 43,2%.

Os contadores representam uma fonte de apoio muito importante, tanto para a criação quanto para a manutenção dos seus negócios, sendo relativamente mais buscados pelos empreendedores, cerca de 45%, do que pelas mulheres, quase 38%.

O Sebrae é o órgão mais procurado pelas empreendedoras, 50,5% delas, relativamente aos 43% dos homens. Também buscam o apoio dos outros órgãos que compõem o sistema S, porém menos intensamente. Assim, 15,6% dos homens buscam o Senai *versus* 12,6% das mulheres; buscam o Senar 3,4% dos homens *versus* 1% das mulheres, sendo o Senat uma opção apontada apenas pelos homens (3,4%). Quanto ao Senac, um pouco mais de mulheres o buscam – 8,6% das mulheres e 6,8% dos homens. A busca de apoio nesses órgãos parece se relacionar com as atividades econômicas a que se dedicam os empreendedores e as empreendedoras, tal como foram mostradas nas análises dos dados das **Tabelas 4 e 5**.

Cerca de 10% dos empreendedores homens e 7% das mulheres recorrem aos advogados.

Isoladamente, há menção de que a própria franquia proporciona suporte e treinamento e também o Sindicato Rural.

Tabela 10

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

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	49,3	43,2
Principais órgãos de apoio procurados ¹		
Contador	44,9	37,7
Sebrae	43,0	50,5
Senai	15,6	12,6
Advogado	9,6	7,2
Senac	6,8	8,6
Senar	3,4	1,0
Senat	3,4	0,0
Outro ²	2,6	6,3

Fonte: GEM São Paulo 2022

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

² Nessa classificação para São Paulo se enquadram: consultoria privada, Sesi e sindicatos.

7. Mentalidade empreendedora da população paulista segundo o sexo

A **Tabela 11** apresenta fatores relativos à mentalidade empreendedora na população paulista. Dentro do horizonte de 6 meses, mais homens percebem boas oportunidades para iniciar novo negócio próximo onde vivem, 67,2%, do que mulheres, 62%, uma diferença aproximada de 5 p.p.

Quanto à confiança que têm o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio, os homens paulistas mostraram-se muito mais confiantes do que as mulheres, 56,7%, com uma diferença de quase 16 p.p.

Os homens se mostram ainda mais dispostos a ultrapassar o medo de fracassar nos novos negócios – 58,4% comparativamente a quase 44,4% das mulheres. Assim, os paulistas se mostram mais dispostos a superar o obstáculo do medo do fracasso do que as mulheres paulistas, com uma diferença de 14 p.p.

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 da população que possui empreendedores nas suas redes de relação, 76,6% para os homens e 69,1% para as mulheres.

Tabela 11

Percentual¹ da população masculina e feminina segundo a mentalidade empreendedora - São Paulo - 2022

Mentalidade	Masculino	Feminino
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	76,6	69,1
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	67,2	62,0
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	72,4	56,7
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	58,4	44,4

Fonte: GEM São Paulo 2022

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos

8. “Sonhos” da população paulista segundo o sexo

O **Gráfico 5** mostra os principais sonhos da população paulista feminina e masculina.

“Viajar pelo Brasil” atinge percentuais um pouco maiores para as mulheres, 62,6%, e de 58,4% para os homens, se posicionando como o sonho mais intenso para a população paulista. Ao passo que o sonho de “viajar para o exterior” se posiciona como o 4º mais intenso para as mulheres, com 52%, e 3º mais intenso para os homens, com 51%.

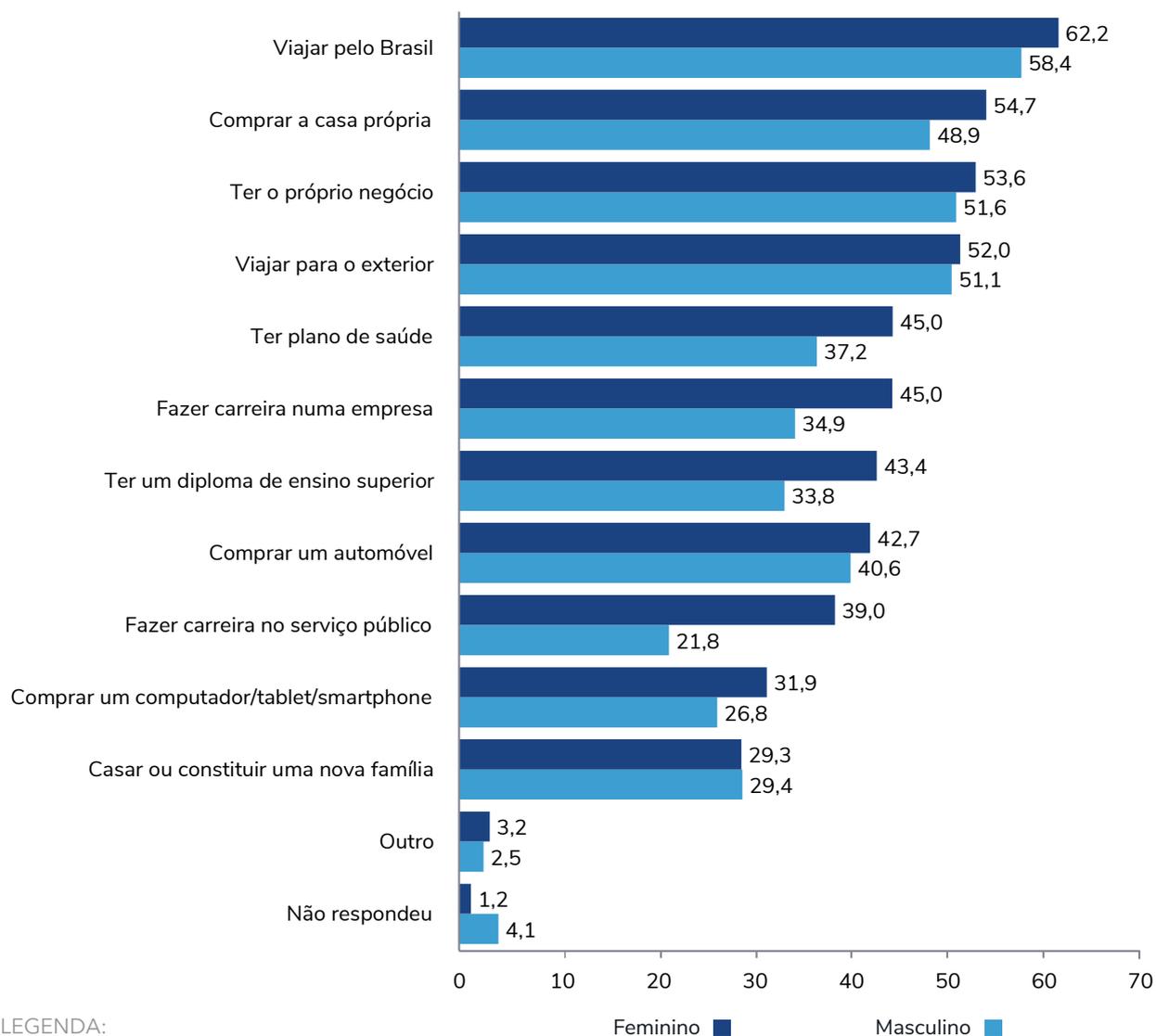
O sonho de possuir “o próprio negócio” se posiciona como o segundo mais importante para homens, com 51,6%, e como 3º para as mulheres, com 53,6%, uma diferença de 2 p.p. Porém, para as paulistas, o sonho de “comprar a casa própria” é almejado por quase 55%, posicionando esse sonho como o 2º mais intenso para elas. Em comparação aos quase 49% dos paulistas, que colocam a aquisição da casa própria como o 3º mais intenso.

Ainda que outras possibilidades de carreira fiquem bem distantes do desejo de ter o próprio negócio. Porém, “fazer carreira em uma empresa” é mais intensa para as paulistas (45%) do que para os paulistas (cerca de 35%), uma diferença de 10 p.p. A vontade de “fazer carreira no serviço público” também é mais apontada pelas mulheres, 39%, do que para os homens, quase 22%, ampliando a diferença para 17 p.p.

“Ter plano de saúde” é importante para quase 40% da população, sendo indicado por 45% das mulheres e por cerca de 37% dos homens. “Ter um diploma de curso superior” também se mostra mais intenso para as mulheres, sendo indicado por 43,4% delas *versus* quase 34% dos homens.

“Comprar um automóvel” é sonho um pouco mais forte entre as mulheres, com 42,7%, próximo dos homens, com 40,6%.

Gráfico 5

Percentual¹ da população feminina e masculina segundo o sonho - São Paulo - 2022

— LEGENDA:

Feminino ■

Masculino ■

Fonte: GEM São Paulo 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:



Global
Entrepreneurship
Monitor



nacional:



parceiro no estado de São Paulo:

