empreendedorismo no Estado de São Paulo 2024

Recorte Temático: **Sexo**

GEM Global Entrepreneurship Monitor

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

SEBRAE

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 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 Dados, Pesquisas e ESG: Carolina Fabris Ferreira
Gestor do projeto pelo Sebrae-SP: Pedro João Gonçalves

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

Este relatório temático da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) São Paulo 2024 apresenta as análises dos dados obtidos da amostra de 2.000 adultos de 18 a 64 anos. A amostra é estratificada e representativa geograficamente do Estado de São Paulo em 2024. Assim, são detalhados vários aspectos relativos ao perfil dos empreendedores paulistas segundo a variável demográfica sexo.

Em 1999, pela iniciativa conjunta do *Babson College* e da *London Business School*, a pesquisa GEM foi iniciada, continuando até hoje, constituindo o maior estudo mundial sobre o empreendedorismo. Nesta pesquisa, concebe-se o empreendedorismo de forma bem abrangente: é 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 Brasil é um dos países mais longevos nesta pesquisa, participando desde o ano 2000, graças ao contínuo suporte do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). No Estado de São Paulo, esta é a oitava edição da pesquisa GEM, com o apoio do Sebrae-SP. Desde o ciclo de 2022, o GEM é conduzido no Brasil, e em todas as derivações estaduais, pela Associação Nacional de Estudos de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe)[1].

O relatório analisou o empreendedorismo de homens e mulheres no Estado de São Paulo utilizando diversos critérios. Foram observados os **estágios** dos seus empreendimentos, as **razões que os levaram a empreender**, e seus **perfis socioeconômicos**, incluindo nível de escolaridade, idade, renda familiar e cor/raça. Além disso, o estudo considerou quais **tipos de negócios** eles desenvolviam, as **características desses empreendimentos** (como a origem dos clientes, o grau de inovação e a criação de empregos), se buscaram ajuda de **instituições de apoio** para iniciar e fazer crescer seus negócios, e também a **opinião da população brasileira sobre o empreendedorismo** e seus maiores desejos.

[1] A **Anegepe** é uma associação sem fins econômicos, de direito privado, fundada em 2011 com a finalidade de promover o estudo e as melhores práticas de empreendedorismo e de gestão de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs). É composta por professores, pesquisadores, estudantes e profissionais interessados nas áreas de empreendedorismo e da gestão das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs). Consultar: https://anegepe.org.br/estatuto/

01 Estágio do empreendimento segundo o sexo

Em 2024, os homens apresentam taxas de empreendedorismo maiores em relação às mulheres, em todos os estágios de negócio (**Tabela 1**). A diferença na taxa de empreendedorismo total (TTE) é de 8,1 pontos percentuais (p.p.), dado que para os homens a taxa foi de 33,6% e para as mulheres, 25,5%. No estágio de empreendedorismo inicial (TEA), a diferença entre os dois sexos é pequena – menos que 2 p.p. – dadas as taxas de 19,6% para os de homens e 18% para mulheres; esta diferença provém da taxa de empreendedorismo nascente, em que os homens alcançam 8,4% e as mulheres 7%. Os dois sexos se equiparam na taxa de empreendedorismo novo, em que ambos atingem 11,4%. Portanto, a diferença apontada na TTE se deve, sobretudo, aos 6,9 p.p. no empreendedorismo estabelecido (EBO), em que os homens atingiram a taxa de 14,4% e as mulheres 7,5%.

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.

Tabela 1 Taxas específicas de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento por sexo – São Paulo – 2024

Estágio	Taxas específicas[1] (%)	
	Masculino	Feminino
Empreendedorismo total (TTE)	33,6	25,5
Empreendedorismo inicial (TEA)	19,6	18,0
Nascentes	8,4	7,0
Novos	11,4	11,4
Empreendedorismo estabelecido (EBO)	14,4	7,5

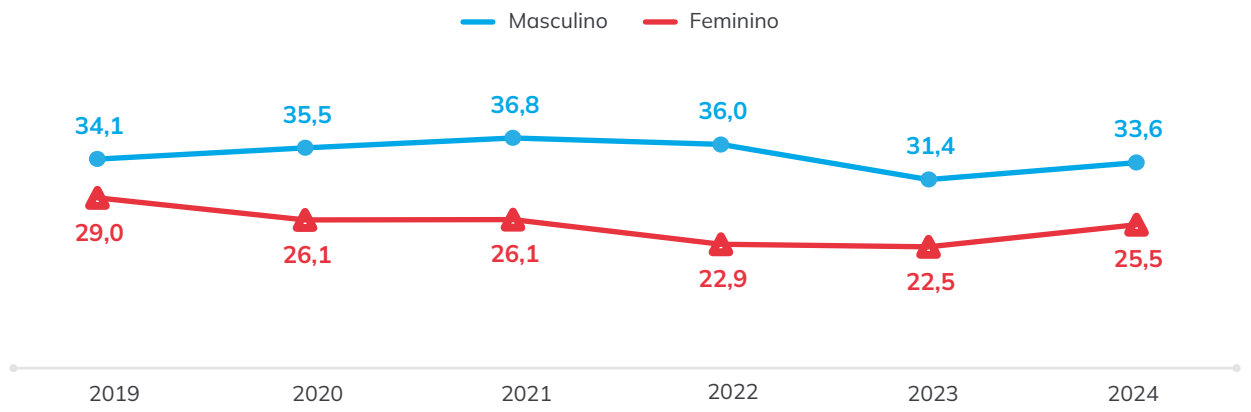
Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, pois empreendedores com mais de um empreendimento são contabilizados mais de uma vez.

A evolução das taxas de empreendedorismo total, por sexo, no período de 2019 a 2024, é mostrada no **Gráfico 1**.

Observando o gráfico, percebe-se uma trajetória diferenciada na evolução das taxas do empreendedorismo masculino e feminino em São Paulo. Assim, para as mulheres há uma tendência

descendente até 2023: desde 2020 (pandemia), em que cai de 29% em 2019 para 26,1% em 2020, seguindo com perdas até atingir 22,5% em 2023. Porém, em 2024 ocorre um aumento de 3 p.p., alcançando 25,5%. Para os homens, a taxa de empreendedorismo total vinha se mantendo acima da registrada em 2019 (34,1%) até 2022 (inclusive nos anos da pandemia, 2020 e 2021); em 2023 (31,4%) ocorre um decréscimo acentuado na taxa, com a diferença de 4,6 p.p. relativamente ao ano anterior. Volta a subir, atingindo 33,6% em 2024, exibindo um incremento de 2,2 p.p. Registre-se que a diferença na taxa do empreendedorismo masculino e feminino em 2024 é a segunda menor na série apresentada, 8,1 p.p., em 2019 a diferença foi de 5,1 p.p.

Gráfico 1 Evolução das taxas[1] (%) de empreendedorismo total por sexo – São Paulo – 2019:2024



Fonte: GEM São Paulo 2019 a 2024
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos

02 Motivação pra empreender no Estado de São Paulo segundo o sexo

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).

Os dados da **Tabela 2** demonstram que uma das principais motivações para empreender é de "ganhar a vida porque os empregos são escassos", em que mais mulheres sinalizam essa necessidade (78,2%), um pouco a mais (2,4 p.p.) do que os homens, que registram 75,8%. Por outro lado, com uma diferença significativa, de 11,4 p.p., as empreendedoras iniciais querem "fazer a diferença no mundo" (79,2%), bem mais do que os empreendedoras iniciais, 67,8%.

Os homens parecem ter mais ambição do que as mulheres no que se refere à motivação "construir grande riqueza ou uma renda muito alta", pois atingem 72,8% *versus* 67,2% das mulheres, estabelecendo uma diferença de 5,6 p.p. A "tradição familiar", mesmo sendo a motivação menos intensa para ambos os sexos, mobiliza mais os empreendedores iniciais (35,4%) do que as empreendedoras, 29,8%.

Tabela 2 Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio por sexo – São Paulo – 2024

Estágio	Percentual dos empreendedores iniciais[1] (%)	
	Masculino	Feminino
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	75,8	78,2
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	72,8	67,2
Para fazer diferença no mundo	67,8	79,2
Para continuar uma tradição familiar	35,4	29,8

Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] Empreendedores iniciais que concordam totalmente ou parcialmente com cada uma das motivações. As motivações não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter concordado com mais de uma alternativa apresentada.

Na **Tabela 3** são mostradas, por sexo, as taxas de empreendedorismo inicial (TEA), bem como as respectivas proporções, por oportunidade e necessidade, indicando ainda a razão entre oportunidade e necessidade na população pesquisada no GEM São Paulo 2024. Entre as empreendedoras iniciais, é mais alta a taxa por oportunidade (10,7%) do que por necessidade

(6,7%), ou seja, uma diferença a favor da oportunidade de 4 p.p. Proporcionalmente, são 60,6% de empreendedoras iniciais motivadas por oportunidade para 37,7% por necessidade. Desse modo, tem-se a razão de 1,6 favorável a empreender por oportunidade: para cada 160 empreendedoras que iniciam seus negócios por oportunidade, têm-se 100 que iniciam por necessidade.

Entre os empreendedores iniciais paulistas, também prepondera a motivação por oportunidade, dado que essa taxa é de 10,8%, a 3 p.p. de distância da taxa por necessidade, 7,8%. Proporcionalmente, são 57,5% de empreendedores motivados por oportunidade para 41,4% impulsionados pela necessidade, numa razão de 1,4. Significando que para cada 140 empreendedores paulistas que iniciam por perceber uma oportunidade, têm-se 100 que o fazem por necessidade.

Percebe-se, portanto, que a motivação para iniciar o negócio por oportunidade se revela levemente mais intensa entre as empreendedoras do que entre os empreendedores paulistas.

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 – São Paulo – 2024

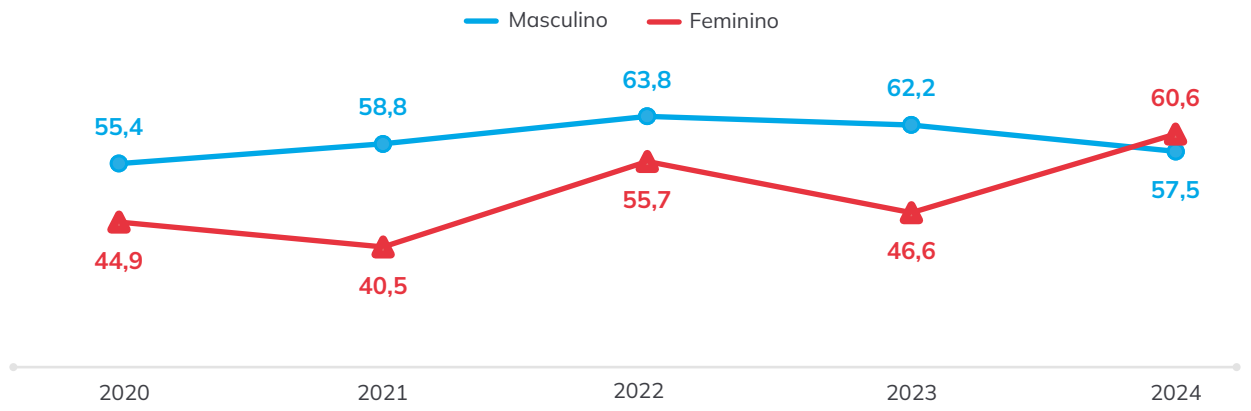
Motivação	Masculino		Feminino	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	10,8	57,5	10,7	60,6
Necessidade	7,8	41,4	6,7	37,7
Razão	1,4		1,6	

Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] Percentual da população de 18 a 64 anos.
[2] Proporção sobre a TEA: a soma pode não totalizar 100%, pois em alguns empreendimentos não é possível distinguir a motivação para empreender.
[3] Exemplo de interpretação: para cada 100 mulheres que empreendem por necessidade, existem 160 que empreendem por oportunidade.

O **Gráfico 2** mostra a evolução da proporção de empreendedorismo por oportunidade em relação à taxa de empreendedores iniciais por sexo. Nele observa-se que as mulheres, apesar de iniciarem a série histórica, em 2020, defasadas em relação aos homens em 10,5 p.p., e caírem para 40,5% em 2021 (dois anos da pandemia), mostram um crescimento de praticamente 15 p.p., atingindo 55,7% em 2022. Em 2023, voltam a perder 9 p.p., para em seguida alavancarem outro crescimento substancial em 2024 – de 14 p.p. –, chegando a 60,6%, superando os homens pela primeira vez na série histórica nesse indicador, com uma diferença de quase 3 p.p.

Os empreendedores iniciais apresentaram uma evolução mais regular: com três anos sucessivos de crescimento, com 55,4% em 2020, aumentando para 58,8% em 2021 (alta de 3,4 p.p.), atingindo quase 64% em 2022 (crescimento de 5 p.p.); seguidos de dois anos de queda, com 62,2% em 2023 (redução de 1,6 p.p) e 57,5% em 2024 (queda de 4,7 p.p.). Assim, apesar de ainda apresentarem proporção superior à registrada em 2020, apresentam agora um resultado abaixo do alcançado pelas mulheres.

Gráfico 2 Evolução da proporção da taxa de oportunidade sobre a TEA (em %) por sexo – São Paulo – 2020:2024



Fonte: GEM São Paulo 2020 a 2024

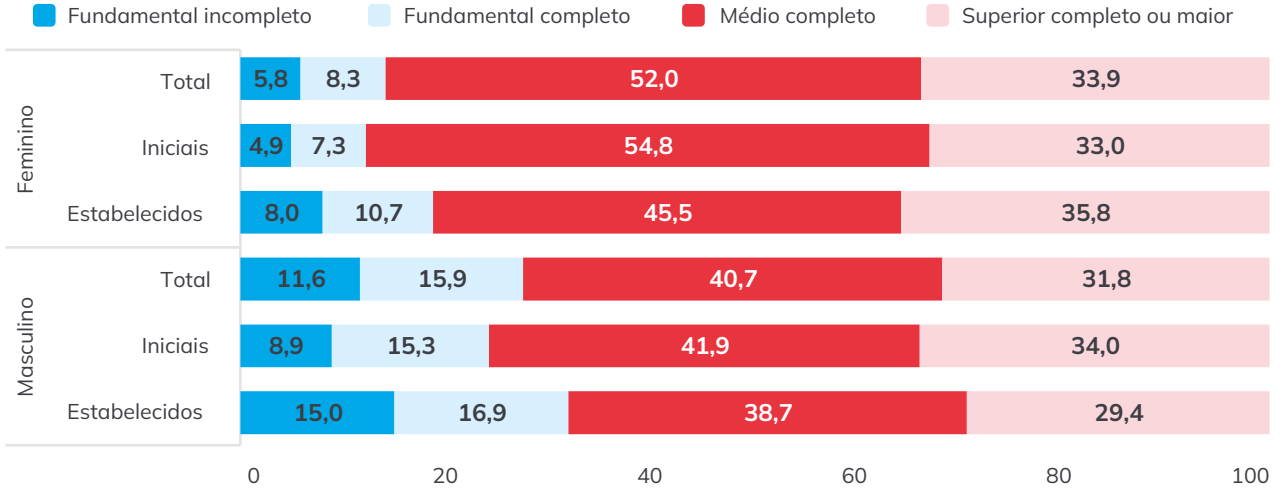
03 Características socioeconômicas dos empreendedores paulistas segundo o sexo

O **Gráfico 3** apresenta os percentuais dos empreendedores iniciais e estabelecidos, e do empreendedorismo total, considerando o grau de escolaridade por sexo. Observa-se que a maioria dos empreendedores tem educação formal acima do ensino médio completo. Além disso, nota-se que as mulheres possuem um nível de escolaridade superior ao dos homens, tanto no empreendedorismo inicial quanto no estabelecido.

No empreendedorismo inicial, quase 55% das empreendedoras possuem o ensino médio completo, e mais de um terço delas (33%) possuem o ensino superior completo ou mais. Desse modo, elas totalizam 87,8% com estes dois níveis de escolaridade, comparativamente aos 75,9% dos homens. Entre eles, são quase 42% com o ensino médio completo e 34% com o ensino superior ou mais. Assim, quando se somam esses dois níveis de escolaridade, a diferença em favor das mulheres é de 12,9 p.p. Complementarmente, os empreendedores iniciais paulistas mostram maior percentual do que as empreendedoras entre os que possuem os níveis fundamental incompleto e completo: totalizam 24,2% *versus* 12,2% das mulheres, uma diferença de 12 p.p.

No estágio de empreendedorismo estabelecido, novamente as mulheres mostram-se mais escolarizadas do que os homens. Entre elas, há 45,5% com o médio completo, e 35,8% com superior completo ou mais, somando 81,3%. Entre eles, têm-se 38,7% com ensino médio completo e 29,4% com o nível superior completo ou mais, somando 68,1%. Portanto, a diferença entre os sexos é de 13,2 p.p. a favor da maior escolaridade das empreendedoras estabelecidas paulistas. Observa-se que nos menores níveis de escolaridade, os homens apresentam percentuais mais altos. Entre eles, 15% possuem nível fundamental incompleto e 16,9% têm fundamental completo, totalizando cerca de 32%. Já entre as mulheres, esses percentuais são de 8% e 10,7%, respectivamente, somando 18,7%. A diferença é de 13,2 p.p. a favor dos homens com menores níveis de escolaridade, relativamente às mulheres.

Gráfico 3 Distribuição percentual dos empreendedores (em %) segundo a escolaridade[1] por sexo – São Paulo – 2024



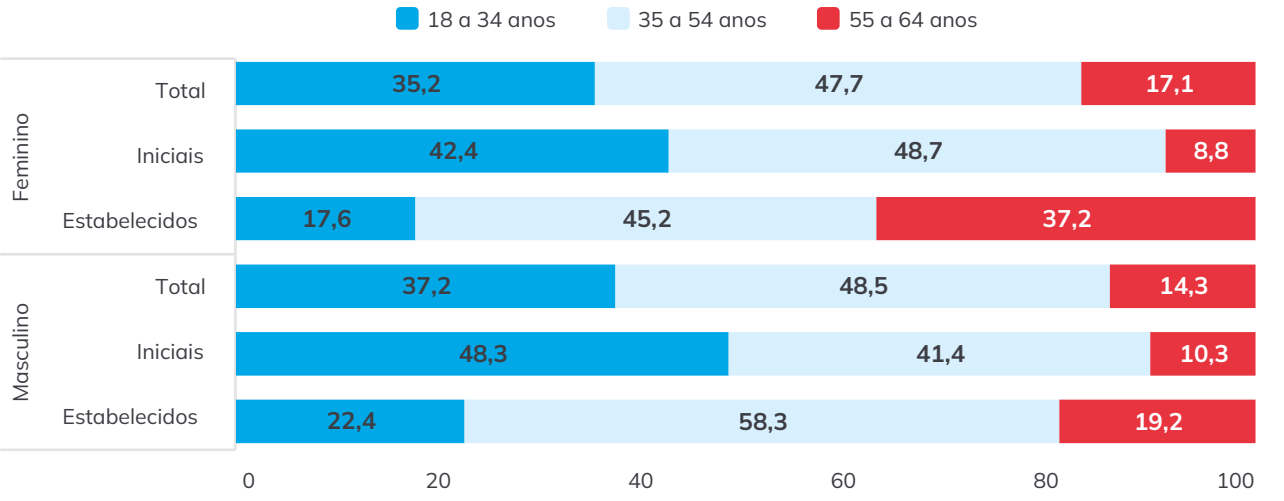
Fonte: : GEM São Paulo 2024
[1] Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e Ensino Fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino Fundamental completo e Ensino Médio incompleto; Médio completo = Ensino Médio completo e Superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, Especialização incompleta e completa, Mestrado incompleto e completo, Doutorado incompleto e completo.

A distribuição dos percentuais dos empreendedores iniciais, estabelecidos e totais segundo as faixas etárias por sexo é apresentada no **Gráfico 4**. Entre os sexos, observam-se percentuais mais elevados (apenas com uma exceção) da faixa de idade intermediária, de 35 a 45 anos, nos diferentes estágios dos negócios.

Percebem-se ainda participações mais elevadas entre os mais jovens no empreendedorismo inicial masculino (48,3%) comparativamente aos 42,4% das mulheres. Na faixa intermediária estão 48,7% das mulheres, superando os 41,4% dos homens. Na faixa dos seniores, os homens mostram maior percentual (de 10,3%), enquanto as mulheres são 8,8%. Identifica-se, por consequência, que mais homens jovens tendem a iniciar seus negócios do que as mulheres.

A tendência de que mais empreendedores paulistas iniciem os negócios mais jovens do que as mulheres empreendedoras repercute nos resultados dos empreendedores estabelecidos, pois há mais homens – 22,4% na faixa etária mais jovem e 58,3% na faixa intermediária – do que mulheres. Estas exibem o percentual de 17,6% na faixa mais jovem, 4,8 p.p. abaixo dos seus pares. Também na faixa intermediária, elas ficam aquém do percentual dos empreendedores: 45,2%, estabelecendo uma diferença de 13,1 p.p. Ao passo que na faixa etária mais sênior são as mulheres que apresentam percentual superior ao dos homens, 37,2% contra 19,2%, uma diferença de 18 p.p. Este resultado corrobora a observação de que as empreendedoras paulistas tendem a iniciar seus negócios com um pouco mais de idade do que os homens.

Gráfico 4 Distribuição percentual dos empreendedores (em %) segundo a faixa etária por sexo – São Paulo – 2024



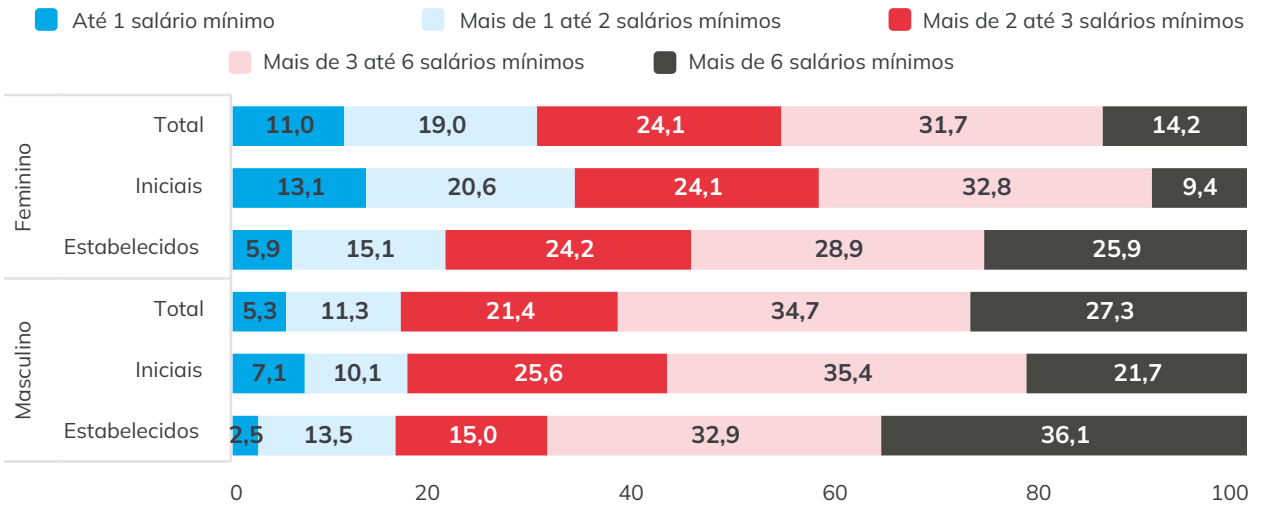
Fonte: GEM São Paulo 2024

Enfoca-se agora a distribuição percentual dos empreendedores por sexo, considerando a renda familiar, conforme apresentado no **Gráfico 5**.

Englobando-se as três faixas de renda menores – de até 1 salário mínimo (SM) até 3 SM – nos empreendedores iniciais, têm-se 57,8% das mulheres com renda familiar nessas faixas, enquanto os homens somam 42,8%, com uma distância de 15 p.p. Entre os empreendedores estabelecidos, 45,2% são mulheres de famílias que ganham até três SM *versus* 31% dos homens, estabelecendo-se uma diferença de 14,2 p.p. Fica nítido que as mulheres são mais frequentes nestas três faixas inferiores de renda familiar.

Tomando-se os percentuais dos empreendedores nas faixas de mais de 3 até 6 SM e mais de 6 SM, encontram-se 57,1% de empreendedores iniciais e 42,2%% de mulheres (diferença de quase 15 p.p.); e 69% de empreendedores estabelecidos contra 54,8% de empreendedoras (diferença de 14,2 p.p.). Assim, evidencia-se que a participação dos empreendedores homens supera a das mulheres nas duas faixas superiores de renda.

Gráfico 5 Distribuição percentual dos empreendedores (em %) segundo a renda familiar por sexo – São Paulo – 2024



Fonte: GEM São Paulo 2024

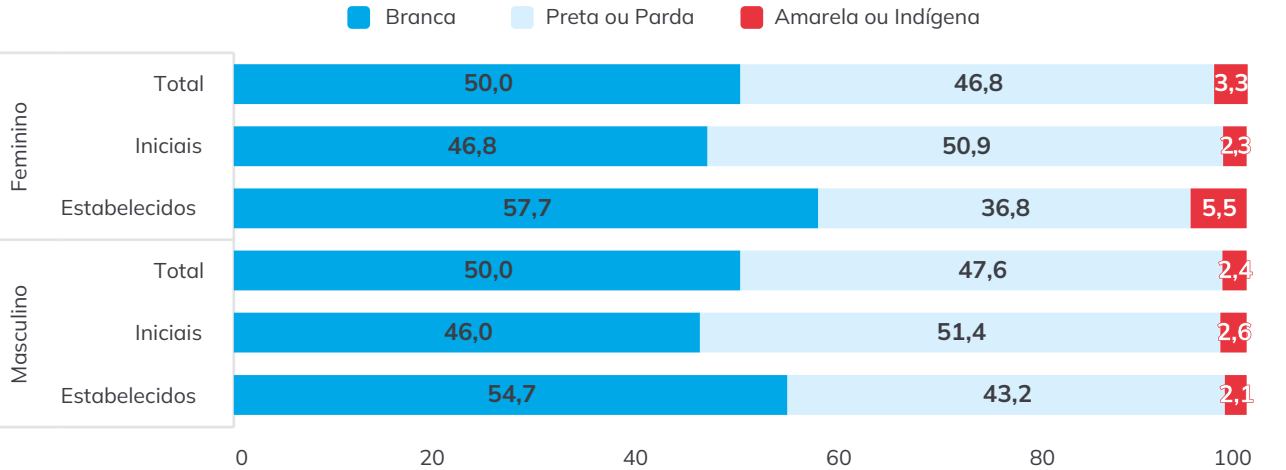
A distribuição percentual dos estágios dos empreendedores segundo a cor/raça por sexo é apresentada no **Gráfico 6**.

Entre os empreendedores estabelecidos predominam os empreendedores de cor branca, com 54,7% de homens e de 57,7% de mulheres, com uma pequena diferença de 3 p.p. Examinando-se os empreendedores iniciais, verificam-se maiores percentuais das pessoas pretas ou pardas: 51,4% de homens e 50,9% de mulheres.

No estágio de empreendedorismo estabelecido, os empreendedores pretos ou pardos apresentam menores percentuais do que os brancos: 43,2% entre os homens e 36,8% entre as mulheres, com uma distância de 6,4 p.p. entre os dois sexos. Quanto ao empreendedorismo inicial, são as pessoas brancas que apresentam menores percentuais: 46% de homens *versus* 46,8% de mulheres, com uma diferença pequena entre os dois sexos.

É interessante notar que a presença de empreendedores de cor/raça amarela ou indígenas é maior no empreendedorismo estabelecido feminino (5,5%) comparativamente aos homens (2,1%), ou seja, uma distância de 3,4 p.p. Entre os empreendedores iniciais dessa cor/raça a diferença é de apenas 0,3 p.p a favor dos empreendedores do sexo masculino.

Gráfico 6 Distribuição percentual dos empreendedores (em %) segundo a cor/raça por sexo – São Paulo – 2024



Fonte: GEM São Paulo 2024

04 Atividade dos empreendedores paulistas segundo o sexo

A **Tabela 4** apresenta a análise das principais atividades econômicas dos empreendedores iniciais, categorizadas segundo a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE).

Percebe-se que há diferenças importantes quanto às atividades econômicas dos empreendimentos segundo o sexo, sendo raras as atividades que exibem percentuais próximos para homens e mulheres. Uma dessas são as atividades da "Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas", que representam 25,7% dos negócios liderados por empreendedores iniciais do sexo masculino, e entre as empreendedoras no mesmo estágio do empreendimento 29,1% desenvolvem negócios relacionados à referida seção CNAE, portanto a frequência das mulheres nesse tipo de atividade é 3,4 p.p. superior à dos homens. As atividades dessa seção são as mais frequentes entre os empreendedores de ambos os sexos. Contudo, nessa seção, as empreendedoras se desdobram em 14 classes de atividades CNAE diferentes, com destaque para o comércio de artigos de higiene, estética e produtos de vestuário. Já os homens são mais diversificados, se distribuem em 20 classes, com destaque para manutenção e reparação de veículos automotores.

Outra exceção é o grupo de atividades da "Seção M – Atividades profissionais, científicas e técnicas" que representam 8,3% dos empreendedores (4ª posição), estabelecendo 1,2 p.p. de distância das empreendedoras, que somam 7,1% (6ª posição).

Entre os empreendedores iniciais, também se destacam as atividades da "Seção F – Construção", com 13,2% (2ª posição), atividade em que não se encontram empreendedoras iniciais. As atividades da "Seção H – Transporte, armazenagem e correio" concentram 9,3% dos empreendedores iniciais (3ª posição), contrastando com apenas 1,7% entre as empreendedoras. As atividades da "Seção I – Alojamento e alimentação" representam 7,9% dos empreendedores (5ª posição), havendo uma diferença considerável para os 9,2 p.p. de participação das empreendedoras iniciais; esta atividade é a segunda em termos de participação entre as mulheres.

As empreendedoras dedicam-se em maior proporção à "Seção C – Indústria de Transformação", com 12%, quase o dobro do percentual dos homens, que alcançam 6,6%. Assim, esta seção se posiciona em terceiro lugar entre as empreendedoras e ocupa a sexta posição entre os homens. A "Seção S – Outras atividades de serviços", que envolve atividades de tratamento de beleza e pessoais, concentra 12% dos negócios iniciais das mulheres (4ª posição), em comparação à quase metade entre os negócios dos homens, com 6,6% (6ª posição), com mais negócios voltados para reparação e manutenção de equipamentos. Nas atividades da "Seção Q – Saúde humana e serviços sociais" estão 7,6% das empreendedoras, ocupando a quinta posição, contrastando com apenas 1,6% de negócios de empreendedores.

Classificação das atividades empreendedoras

Cabe observar que até a edição anterior do GEM, as atividades econômicas eram apresentadas e analisadas seguindo-se as classes **CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas)** que apresentavam maiores 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.

Tabela 4 Percentual das principais atividades dos empreendedores iniciais segundo o sexo – Seções CNAE – São Paulo – 2024

Denominação	Seção CNAE	Percentual de empreendedores iniciais (%)		
		Total (inicial)	Masculino	Feminino
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	G	27,4	25,7	29,1
Alojamento e alimentação	I	12,4	7,9	17,1
Indústrias de transformação	C	9,3	6,6	12,0
Outras atividades de serviços	S	9,3	6,6	12,0
Atividades profissionais, científicas e técnicas	M	7,7	8,3	7,1
Construção	F	6,7	13,2	0,0
Transporte, armazenagem e correio	H	5,6	9,3	1,7
Saúde humana e serviços sociais	Q	4,6	1,6	7,6
Informação e comunicação	J	3,7	5,7	1,7
Serviços domésticos	T	2,4	1,1	3,8
Atividades imobiliárias	L	2,4	2,6	2,2
Atividades administrativas e serviços complementares	N	2,4	3,6	1,1
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aqüicultura	A	2,1	3,7	0,5
Educação	P	1,9	1,6	2,3
Outras atividades		2,1	2,5	1,7
Total		100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM São Paulo 2024

A **Tabela 5** mostra os percentuais por seções de atividades econômicas (CNAE) dos empreendedores estabelecidos homens e mulheres. Ambos os sexos apresentam maior concentração – quase 70% dos negócios – em poucas seções: os homens concentram-se em cinco seções, e as mulheres em seis. Além disso, pode-se afirmar que as preferências de atividades econômicas tendem a continuar diferentes entre os sexos.

As atividades da "Seção F – Construção" são mais frequentes entre os homens do que entre as mulheres: 22,1% dos empreendedores estabelecidos se dedicam a estas atividades, ocupando a primeira posição, ao passo que são apenas 2,6% das mulheres que têm negócios de construção.

A "Seção G – Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas" apresenta percentuais iguais nos dois sexos (19,6%), representando a primeira posição entre as mulheres e a segunda posição entre os homens. Entretanto, quando se examinam mais a fundo estes resultados, percebe-se que as atividades a que os dois sexos se dedicam apresentam distribuições bem diferentes.

Da mesma forma que entre os empreendedores iniciais, também entre os estabelecidos há uma maior diversificação nos negócios conduzidos por homens nessa seção. Eles se distribuem em 14 classes CNAE diferentes, sendo mais frequentes nas atividades de manutenção e reparação de veículos automotores. As empreendedoras estabelecidas se distribuem em menos classes, onze, especialmente no comércio de artigos do vestuário e acessórios.

A “Seção S – Outras atividades de serviços” concentra 15,8% das empreendedoras estabelecidas, ocupando a segunda posição, ao passo que são apenas 5,4% dos negócios estabelecidos dos homens.

As atividades da “Seção C – Indústrias de transformação” equalizam os dois sexos, dado que, para ambos os sexos, representam o segundo grupo de negócios dos empreendedores estabelecidos – 11,9% entre elas e 11,8% entre eles. Examinando-se a fundo as atividades a que se dedicam, percebe-se que entre os homens há maior variedade de tipos de indústrias de transformação: fabricação de móveis de madeira, manutenção e reparação de máquinas e equipamentos mecânicos, e produtos diversos, estruturas de madeira, vinho etc. As mulheres concentram-se mais na confecção de peças do vestuário e na fabricação de alguns poucos produtos. As atividades da “Seção M – Atividades Profissionais, Científicas e Técnicas” ocupam a terceira posição entre as empreendedoras, com 11,9%, superando os homens em 2,9 p.p. Entre eles, essa categoria aparece na quarta posição, com 9,1%.

As atividades da “Seção Q – Saúde humana e serviços sociais” correspondem a 10,3% dos negócios das empreendedoras estabelecidas, ficando na quarta posição, em contraste com poucos negócios dos empreendedores estabelecidos – apenas 2%. As atividades da “Seção I – Alojamento e alimentação” representam 8,1% dos negócios estabelecidos das mulheres (5ª posição), e apenas 2,8% dos empreendedores estabelecidos desenvolvem estas atividades.

As atividades da “Seção H – Transporte, armazenagem e correio” representam quase 7% dos negócios dos homens (5ª posição) e não estão presentes entre as mulheres.

Tabela 5 Percentual das principais atividades dos empreendedores estabelecidos segundo o sexo – Seções CNAE – São Paulo – 2024

Denominação	Seção CNAE	Percentual de empreendedores estabelecidos (%)		
		Total (estabelecido)	Masculino	Feminino
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	G	19,6	19,6	19,6
Construção	F	15,2	22,2	2,6
Indústrias de transformação	C	11,8	11,8	11,9
Atividades profissionais, científicas e técnicas	M	10,1	9,1	11,9
Outras atividades de serviços	S	9,1	5,4	15,8
Saúde humana e serviços sociais	Q	5,0	2,0	10,3
Atividades administrativas e serviços complementares	N	5,0	6,3	2,7
Alojamento e alimentação	I	4,7	2,8	8,1
Transporte, armazenagem e correio	H	4,4	6,9	0,0
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	A	3,6	4,2	2,7
Informação e comunicação	J	3,2	5,0	0,0
Serviços domésticos	T	2,3	0,7	5,3
Atividades imobiliárias	L	1,9	0,7	3,9
Artes, cultura, esporte e recreação	R	1,8	2,1	1,3
Educação	P	1,3	0,7	2,6
Outras atividades		0,9	0,7	1,3
Total		100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM São Paulo 2024

05 Características dos empreendimentos segundo o sexo do empreendedor

Os dados apresentados na **Tabela 6** mostram a procedência geográfica dos clientes dos empreendedores iniciais e dos estabelecidos segundo o sexo.

Para os empreendedores iniciais paulistas, os resultados evidenciam a forte dependência da base local de clientes, praticamente igual para ambos os sexos: cerca de 93%, havendo apenas uma diferença de 0,5 p.p. a favor das mulheres.

Entre os empreendedores iniciais paulistas, 60,3% afirmam ter ou que terão clientes em outras cidades ou estados do país, enquanto entre as mulheres são 51,3%, uma diferença de 9 p.p. em favor dos homens.

As empreendedoras iniciais que indicam ter ou que terão clientes fora do Brasil superam os empreendedores, pois são 7,8%, 2 p.p. a mais do que seus pares empreendedores.

Examinando-se os empreendedores paulistas estabelecidos, percebe-se que a base de clientes provenientes da própria cidade é praticamente igual para ambos os sexos, atingindo cerca de 96%. Em se tratando de clientes oriundos de outras cidades ou estados do país, os empreendedores superam as mulheres em 12,6 p.p., registrando 70,5% contra aproximadamente 58%. Quanto a clientes oriundos de outros países, a diferença entre os sexos é pequena (2 p.p.), sendo 11,2% de empreendedores e 9,2% de empreendedoras.

Tabela 6 Percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos (em %) segundo a procedência[1] do cliente por sexo – São Paulo – 2024

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	92,9	96,5	93,4	96,2
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	60,3	70,5	51,3	57,9
Fora do Brasil	5,8	11,2	7,8	9,2

Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] As procedências dos clientes não são excludentes, ou seja, o empreendedor pode ter escolhido mais de uma alternativa apresentada.

A **Tabela 7** exibe os percentuais de empreendedores iniciais e estabelecidos segundo o impacto nacional e internacional do empreendimento em termos de inovação por sexo.

Entre os empreendedores iniciais registram-se 6,6% de mulheres e 4,2% de homens, um pouco mais de empreendedoras (2 p.p.) que indicam terem negócios com impacto nacional. Entre os estabelecidos, esta predominância se reverte em favor dos empreendedores do sexo masculino, dado que são 11,2% *versus* 4,7% de empreendedoras que apontam para o impacto nacional de seus negócios.

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, 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.

O impacto internacional conjuga os mesmos aspectos, com alteração da procedência do clientes em outros países e que a novidade seria percebida nesses mercados. Entre os empreendedores iniciais, há empate entre os sexos, pois 1,6% registram esse impacto internacional. Quanto aos empreendedores estabelecidos, são apenas os empreendedores que afirmam que seus negócios têm ou terão impacto internacional: 2,8%.

Tabela 7 Percentual dos empreendedores (em %) iniciais e estabelecidos segundo o impacto[1] (nacional e internacional) do empreendimento por sexo – São Paulo – 2024

Impacto	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Impacto nacional	4,2	11,2	6,6	6,5
Impacto internacional	1,6	2,8	1,6	0,0

Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] **Impacto de âmbito nacional**: o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de pelo menos outras cidades e estados do país e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia que utiliza podem ser considerados uma novidade em nível nacional pelo menos. **Impacto de âmbito internacional**: o empreendedor afirma que tem ou terá clientes procedentes de outros países e que o seu produto/serviço ou o processo/tecnologia que utiliza podem ser considerados uma novidade em nível internacional.

Na **Tabela 8** mostra-se a distribuição percentual do total de empreendedores segundo geração atual e a expectativa futura de ocupação por sexo.

Observa-se que as empreendedoras paulistas empregam menos do que os empreendedores, quase metade delas (48,2%) não empregam nenhuma pessoa além de si mesmas, enquanto entre os homens esse percentual é de 37%, uma diferença de 11,2 p.p.

Os empreendedores paulistas superam as empreendedoras em todas as outras faixas de ocupação informal ou formal: na faixa de "1 a 5 pessoas" são 48,1% dos empreendedores *versus* 45,4% das empreendedoras, com uma diferença de 2,7 p.p.; na categoria de "6 a 19 pessoas ocupadas" são 11,4% dos homens *versus* 5,3% das mulheres, com diferença de 6,1 p.p.; na última faixa de "20 ou mais pessoas ocupadas", os empreendedores são 3,5%, mais do que os 1,1% das mulheres.

Depreende-se desses dados que, de modo geral, os negócios das mulheres tendem a ter menor porte do que o dos homens.

A expectativa de criação de postos de trabalho nos próximos cinco anos aponta para maior ambição e otimismo dos empreendedores paulistas do sexo masculino, 46,4% deles esperam gerar mais de 5 postos no período. Entre elas esse percentual é de 35,1%. A faixa de 1 a 5 postos, expectativa possivelmente mais realista, é indicada por 45,5% das empreendedoras, percentual cerca de 9 p.p superior ao dos homens (36,6%). Por fim, entre as empreendedoras o percentual das que não tem a expectativa de geração de postos de trabalho é 19,5%, entre eles é 16,9%, uma diferença pequena de 2,6 p.p.

Tabela 8 Distribuição percentual do total de empreendedores segundo geração de ocupação por sexo – São Paulo – 2024

Características dos empreendimentos	Percentual dos empreendedores (%)	
	Masculino	Feminino
Número de pessoas ocupadas atualmente		
Nenhuma	37,0	48,2
1 a 5	48,1	45,4
6 a 19	11,4	5,3
20 ou mais	3,5	1,1
	100%	100%
Expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos)		
Nenhuma	16,9	19,5
1 a 5	36,6	45,5
6 a 19	31,2	26,3
20 ou mais	15,2	8,8
	100%	100%

Fonte: GEM São Paulo 2024

06 Busca por orgãos de apoio segundo o sexo dos empreendedores

Os percentuais de busca de órgãos de apoio do total dos empreendedores segundo o sexo são exibidos na **Tabela 9**. Observa-se, inicialmente, que menos da metade dos empreendedores paulistas busca algum tipo de apoio. Em 2024, as empreendedoras buscam um pouco mais de apoio em comparação aos empreendedores: 45,2% *versus* 42,8%. Esse resultado já indica que há necessidade de incentivar ainda mais os empreendedores potenciais e os empreendedores a procurarem apoio — seja com profissionais liberais, nos diversos serviços oferecidos pelo Sistema S ou em outras instituições, como entidades de classe.

Dentre os profissionais liberais, despontam os contadores como a principal fonte de apoio buscada pelos empreendedores paulistas, tanto para a criação quanto para a manutenção dos seus negócios. Eles são mais buscados pelos homens (46%) do que pelas mulheres (quase 34%), com uma diferença de cerca 12 p.p. Quanto à consulta a advogados, elas recorrem a esse apoio um pouco mais do que os homens: quase 15% relativamente aos 13% dos homens. As consultorias privadas são procuradas por um percentual pequeno de empreendedores, com 5,7% entre os homens e 5,2% entre as mulheres, indicando uma diferença pouco relevante entre os sexos.

O Sebrae é o órgão mais procurado pelos empreendedores paulistas, independentemente do sexo, pois os percentuais são praticamente iguais: 39,9% entre elas e 40,2% entre eles (os contadores são ainda um pouco mais requisitados entre os homens, 46%). Dentre os outros órgãos que compõem o sistema S, indicam-se o Senai e o Senac, verificando-se que os empreendedores paulistas os buscam relativamente mais do que as empreendedoras. Assim, para o Senai têm-se 21,5% dos homens e 15,8% das mulheres, estabelecendo uma diferença de 5,7 p.p. Para o Senac os percentuais são 15,9% de homens e de 14,6% de mulheres, com uma distância menor, de apenas 1,3 p.p.

Poucos empreendedores referiram a busca em outros órgãos de apoio: um pouco mais entre os homens (5,7%) e menos entre as mulheres, 3,5%. Foram nominados outros órgãos do Sistema S como Senar, Senat e Sesi e outras instituições como Associação de classe, ADE SAMPA/ SPCINE e instituições de ensino.

A busca de apoio nesses órgãos específicos pode se referir aos tipos de atividades econômicas dos negócios dos empreendedores paulistas, que foram mostrados nas **Tabelas 7** e **8**.

Tabela 9 Percentual do total de empreendedores segundo a busca de órgãos de apoio por sexo – São Paulo – 2024

Órgãos de apoio	Percentual dos empreendedores (%)	
	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	42,8	45,2
Principais órgãos de apoio procurados[1]		
Contador	46,0	33,9
Sebrae	40,2	39,9
Senai	21,5	15,8
Senac	15,9	14,6
Advogado	13,0	14,8
Consultoria privada	5,7	5,2
Outro[2]	5,1	3,5

Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] A soma dessas opções pode não totalizar 100% pelo fato de ocorrerem respostas múltiplas.
[2] Nessa classificação para São Paulo se enquadram: associação de classe, ADE SAMPA/ SPCINE, instituições de ensino, Senar, Senat e Sesi.

07 A disposição e a mentalidade empreendedora da população paulista segundo o sexo

Fatores relativos à mentalidade empreendedora na população paulista são mostrados na **Tabela 10**.

Estar numa rede de relações em que a pessoa conhece pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos serve de modelo e estímulo para desenvolver e fortalecer um dos fatores da mentalidade empreendedora. Os resultados indicam que os homens têm uma presença mais expressiva de empreendedores em suas redes de relacionamento: cerca de 76% deles possuem esse tipo de conexão, em comparação a aproximadamente 67% das mulheres — uma diferença de quase 10 pontos percentuais.

Quanto à identificação de boas oportunidades para iniciar novo negócio próximo onde vivem, dentro do horizonte de 6 meses, observa-se que mais homens, cerca de 71%, do que as mulheres (64,1%) têm essa percepção, uma diferença de 6,5 p.p.

O fator que envolve a confiança de ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio mostra que os homens paulistas se sentem mais confiantes do que as mulheres – cerca de 71% comparativamente a aproximadamente 60% –, estabelecendo uma diferença próxima a 11 p.p.

Os homens paulistas se mostram ainda mais dispostos a ultrapassar o medo de fracassar nos novos negócios (54%) relativamente às mulheres (46%). Assim, os paulistas se mostram mais dispostos a superar o obstáculo do medo do fracasso do que as mulheres paulistas, com uma diferença de quase 8% p.p. Quando se comparam com os percentuais da população paulista que indicou perceber boas oportunidades para empreender nos próximos seis meses, parece que o medo de fracassar pode ser um fator desmotivador, levemente mais acentuado entre as mulheres do que entre os homens.

Indicadores da mentalidade e disposição empreendedora

A questão e as afirmações usadas para avaliar **as percepções que a população tem sobre si mesma e sobre o ambiente** em temas relacionados ao empreendedorismo são as seguintes:
– Quantas pessoas você conhece que começaram um novo negócio ou passaram a trabalhar por conta própria nos últimos 2 anos?
Todos os entrevistados (adultos de 18 a 64 anos) também respondem a essas afirmações utilizando uma escala *Likert**, com notas de 1 a 5, que expressam grau de concordância, indo de discordo totalmente a concordo totalmente.
– Nos próximos seis meses, haverá boas oportunidades para iniciar um negócio na cidade ou na região onde você mora.
– Você possui a habilidade, a experiência e o conhecimento necessários para iniciar um novo negócio.
– Você não começaria um negócio por medo de fracassar.
– No Brasil é fácil começar um negócio.

A pergunta de base para avaliar a **intenção de empreender da população** é: "Nos próximos três anos você espera iniciar – sozinho ou com outras pessoas – um novo negócio ou algum tipo de atividade como autônomo ou por conta própria?"
Desse modo, todas as pessoas entrevistadas responderam a esta questão, contudo, o percentual da taxa de empreendedores potenciais é calculada pelo consórcio GEM como o percentual da população adulta não empreendedora que respondeu sim à questão apresentada, ou seja, nesse cálculo são excluídos os indivíduos classificados como empreendedores, sejam eles nascentes, novos ou estabelecidos.

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

A população paulista masculina se mostra relativamente mais otimista quanto à percepção de facilidade de iniciar um negócio no país – cerca de 50% – do que as mulheres (quase 47%), com uma diferença de cerca de 3 p.p.

Entre os homens paulistas, quase 46% revelam a intenção de iniciar um novo negócio nos próximos três anos, um pouco mais do que entre as mulheres paulistas, que atingem cerca de 43%, sendo pequena a diferença entre os sexos, 2,3 p.p. Este contingente é expressivo, entre 43% e 46% da população paulista, que são potencialmente empreendedores, cuja intenção futura de empreender pode ser estimulada e intensificada, caso os demais fatores da mentalidade empreendedora e as condições contextuais sejam favoráveis.

Tabela 10 Percentual da população masculina e feminina segundo a mentalidade – São Paulo – 2024

Mentalidade	Percentual da população (%)	
	Masculina	Feminina
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos.[1]	76,1	66,5
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.[2]	70,6	64,1
Afirmam ter as habilidades, as experiências e os conhecimentos necessários para iniciar um novo negócio.[2]	71,4	60,2
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.[2]	53,9	46,0
Afirmam que consideram fácil começar um negócio no Brasil.[2]	50,3	46,8
Afirmam a intenção de iniciar um novo negócio nos próximos 3 anos (empreendedores potenciais)[3].	45,5	43,2

Fonte: GEM São Paulo 2024
[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** apresenta os percentuais dos principais sonhos da população paulista feminina e masculina.

"Comprar a casa própria" é indicada como o sonho mais intenso e mobilizador pela população paulista, em primeira colocação para ambos os sexos; porém, é relativamente mais desejada pelas mulheres (44,4%) do que pelos homens (37,3%), uma diferença de aproximadamente 7 p.p.

"Viajar pelo Brasil" mostra percentuais próximos para ambos os sexos, com 32% para as paulistas e 31,4% para os paulistas, se posicionando como o segundo sonho mais intenso entre elas, e como o quarto entre eles. A seguir, o sonho de "viajar para o exterior" é um pouco mais intenso entre os homens paulistas – 32,5% (2ª colocação) – do que entre as mulheres, com 29,5%, sendo o terceiro mais intenso para elas; a diferença entre os sexos é de 3 p.p.

O sonho de possuir "o próprio negócio" é indicado como o terceiro mais importante para os homens paulistas, com cerca de 32%, e se situa em quarta posição entre as mulheres, com 25%, uma diferença de 6,5 p.p. Quanto às outras possibilidades de carreira, o sonho de "fazer carreira no serviço público" é almejado por quase 18% das mulheres paulistas (6ª colocação) e por cerca de 15% dos homens (9ª colocação); a opção de "fazer carreira em uma empresa" é mais intensa entre os homens paulistas, em torno de 16%, do que para as mulheres paulistas – cerca de 15% –, marcando uma distância de quase 2 p.p., posicionando esse sonho como o oitavo entre eles e como nono entre elas. Ambas, tanto para os homens como para as mulheres, apresentam percentuais consideravelmente inferiores em relação ao sonho de uma carreira empreendedora.

"Comprar um automóvel" é sonho um pouco mais atraente para as mulheres, atingindo quase 24% (5ª posição), relativamente próximo ao dos homens, que apresentam o resultado de 22%, situando este sonho na mesma colocação que elas.

"Casar ou constituir uma nova família" se mostra relativamente mais importante entre os homens paulistas do que entre as mulheres: eles constituem cerca de 20% da população (6ª colocação), a uma distância de 5,5 p.p. das mulheres, que são quase 15% (8ª colocação).

"Ter um diploma de ensino superior" mostra resultado muito similar para ambos os sexos – variando em torno de 17% –, sétima posição para ambos.

"Ter plano de saúde" é posicionado na décima colocação para ambos os paulistas de ambos os sexos, que mostram percentuais ao redor de 14%. Finalmente, a "aquisição de computador, *tablet* ou *smartphone*" é colocado como o último (11ª colocação) sonho da lista, pontuando em torno de 11% para eles e quase 10% para elas.

Tabela 11 Percentual[1] da população por sexo segundo o "sonho" – São Paulo – 2024

Sonho	Percentual da população (%)	
	Masculina	Feminina
Comprar a casa própria	37,3	44,4
Viajar para o exterior	32,5	29,5
Ter o próprio negócio	31,6	25,1
Viajar pelo Brasil	31,4	32,0
Comprar um automóvel	22,1	23,6
Casar ou constituir uma nova família	20,2	14,7
Ter um diploma de ensino superior	17,2	17,7
Fazer carreira numa empresa	16,4	14,6
Fazer carreira no serviço público	15,3	17,8
Ter plano de saúde	14,0	14,5
Comprar um computador/tablet/smartphone	10,7	9,5
Nenhum	7,7	5,8
Outro	2,8	3,1
Não respondeu	1,2	0,9

Fonte: GEM São Paulo 2024
[1] Percentual da população em 2024, com idade entre 18 e 64 anos, que tem como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

O **Gráfico 7** mostra a evolução em percentual do sonho de "ter o próprio negócio" entre os anos de 2019 e 2024.

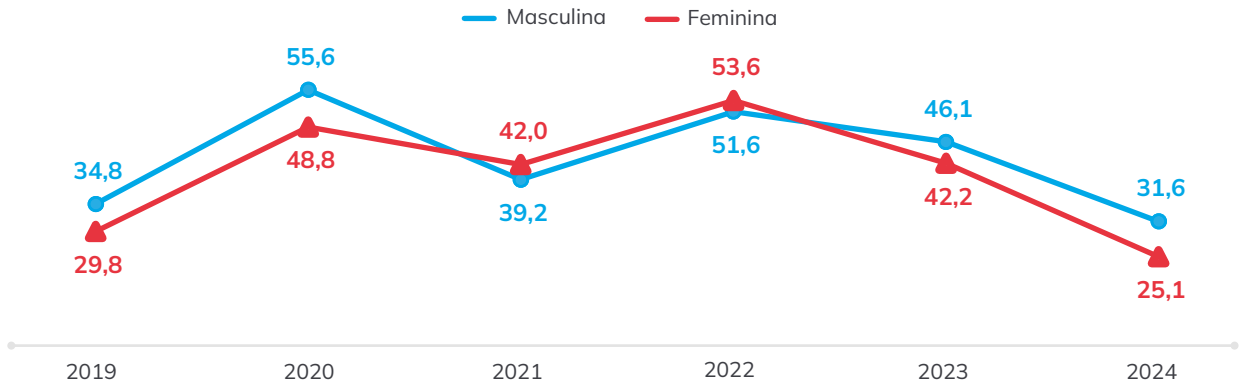
Analisando-se a evolução percebe-se que, de 2019 para o ano 2020 (pandemia), houve elevação dos percentuais para os níveis mais elevados desta série histórica, pois partindo de quase 35% no sexo masculino atinge-se quase 56% (diferença de cerca de 21 p.p.), e para o sexo feminino o aumento é de cerca de 30% em 2019 para quase 49% em 2020 (diferença de 19 p.p.). Ou seja, para ambos os sexos a crise serviu como grande impulsionadora do empreendedorismo, quase certamente por necessidade de criar a sua própria renda. No ano seguinte, 2021, observa-se declínio mais acentuado entre os homens, uma perda de aproximadamente 16 p.p., registrando-se perto de 39%, ao passo que entre as mulheres a perda foi de quase 7 p.p., com 42%.

Em 2022 registra-se a retomada do sonho de "ter o próprio negócio", alcançando o segundo nível mais elevado da série histórica: cerca de 54% entre os homens, e quase 52% entre as mulheres, representando um aumento de aproximadamente 14 p.p. para o sexo masculino e de quase 10 p.p. para o feminino. A partir desse ano, registra-se uma tendência decrescente na intensidade desse sonho, com uma redução mais acentuada

entre as mulheres – cerca de 11 p.p., retornando a aproximadamente 42%, valor próximo ao de 2021. Entre os homens a queda foi menor – de praticamente 6 p.p. –, mantendo-se em 41%, percentual ainda superior ao de 2021.

As perdas continuam em 2024. Entre os homens paulistas a queda foi de quase 15 p.p., reduzindo o percentual para 32%, praticamente 3 p.p. abaixo do registrado em 2019. Aparentemente o sonho de ter o próprio negócio retornou a um nível próximo ao registrado no período pré-pandemia. Nesse cenário, é relevante monitorar essa variável nos próximos ciclos, para identificar se houve um retorno ao quadro pré-pandemia, ou algum outro fator pode estar desestimulando o sonho de empreender entre a população paulista.

Gráfico 7 Evolução do percentual da população (em %) que tem o "sonho" de ter o próprio negócio por sexo – São Paulo – 2019:2024



Fonte: GEM São Paulo 2019 a 2024

Coordenação do GEM

internacional

GEM Global Entrepreneurship Monitor

nacional

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

parceiro no Estado de São Paulo

SEBRAE