



Global  
Entrepreneurship  
Monitor

EMPREENDEDORISMO NO

**BRASIL** \*

**2023**

Recorte Temático:

**Sexo**



**ANEGEPE**

Associação Nacional de Estudos em  
Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas



Serviço Brasileiro de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas

## FICHA TÉCNICA

## GEM: Empreendedorismo no Brasil 2023 RECORTE TEMÁTICO - SEXO

### 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 Brasil

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

##### CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL

Presidente – José Zeferino Pedrozo

##### DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor Presidente – Décio Lima

Diretor Técnico – Bruno Quick

Diretora de Administração e Finanças – Margarete Coelho

##### UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E INTELIGÊNCIA (UGE)

Gerente – André Silva Spínola

Gerente Adjunto – 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 Larangeiras de Souza

#### ARTE E DIAGRAMAÇÃO

Marcela Rolim Ribas

#### REVISÃO DE TEXTO

Eugênio Vinci de Moraes

# INTRODUÇÃO

Este relatório analisa os dados obtidos no Brasil, em 2023, por meio da amostra estratificada e representativa geograficamente de 2000 entrevistados pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) sobre o perfil dos empreendedores brasileiros segundo a variável demográfica sexo.

O GEM atualmente é o maior estudo mundial sobre o empreendedorismo, graças ao pioneirismo da parceria entre o *Babson College* e a *London Business School* em 1999. Para o GEM, a concepção de empreendedorismo adotada é ampla e compreende qualquer iniciativa ou comportamento de criação de um novo empreendimento, informal ou formal, atividade individual ou autônoma, nova empresa ou expansão de negócio já existente.

A pesquisa GEM foi iniciada no Brasil, em 2000, sendo apoiado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), desde o ano 2001. Daquele ano até 2021 o Sebrae estabeleceu a 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, examinam-se as relações entre a variável demográfica sexo com as diversas variáveis que são levantadas na pesquisa. Então, analisam-se as relações com: 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); a busca de órgãos de apoio para a criação e desenvolvimento do negócio; como a população brasileira percebe o empreendedorismo e seus principais sonhos.

## 1

# ESTÁGIO DO EMPREENDIMENTO SEGUNDO O SEXO

Os dados de 2023 revelam que as taxas de empreendedorismo dos homens foram maiores do que as das mulheres em todos os estágios de negócio (**Tabela 1**).

A taxa de empreendedorismo total (TTE) masculina (38%) é 15,4 pontos percentuais (p.p.) superior à referida taxa entre as mulheres (22,6%). O mesmo ocorre quando se analisa a taxa de empreendedorismo inicial (TEA), caso em que a superioridade na taxa masculina é de 8,1 p.p. Ao se analisar com mais detalhes o

empreendedorismo inicial se nota que a relação entre empreendedorismo masculino e feminino não se altera nos estágios nascentes e novos, ou seja, as taxas de empreendedorismo entre os homens, nesses dois estágios, é uma vez e meia maior que as taxas das mulheres.

No empreendedorismo estabelecido (EBO), nota-se a maior disparidade nas taxas entre homens e mulheres, pois a taxa de empreendedores do sexo masculino (15,9%) é praticamente o dobro da taxa feminina nesse estágio do empreendimento.

**Tabela 1**Taxas específicas<sup>1</sup> de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento por sexo - Brasil - 2023

Estágio	Masculino	Feminino
Empreendedorismo total (TTE)	38,0	22,6
Empreendedorismo inicial (TEA)	22,8	14,7
Novos	13,6	8,8
Nascentes	9,4	6,1
Empreendedorismo estabelecido (EBO)	15,9	8,0

Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> 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 análise dos dados apresentados na **Tabela 1** revela que a razão entre empreendedorismo masculino e feminino é de 1,6 no estágio inicial (TEA) (para cada 10 mulheres que empreendem existem 16 homens), e; 2,0 no empreendedorismo estabelecido (EBO). Sendo a relação melhor entre homens e mulheres no empreendedorismo inicial (menor razão), pode-se esperar ao longo do tempo um avanço ainda maior da participação feminina no empreendedorismo brasileiro.

Com o intuito de apresentar um breve panorama brasileiro sobre a evolução do empreendedorismo total (TTE), masculino e feminino, no **Gráfico A.1** disponibilizado no Apêndice é possível verificar a série histórica desses indicadores.

## 2 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER NO BRASIL SEGUNDO O SEXO

Os resultados de 2023 (**Tabela 2**) revelam uma diferença entre a motivação mais intensa entre homens e mulheres; para eles, “fazer a diferença no mundo” fica na primeira posição, com quase 77%, ao passo que para “ganhar a vida porque os empregos são escassos”, com 70,5% fica como a segunda motivação mais intensa. Justamente o oposto das empreendedoras iniciais, para as quais é mais intensa a motivação “ganhar a vida porque os empregos são escassos”.

“Construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta” fica, para os homens, quase 5 p.p. acima do exibido pelas mulheres, qual seja, 68,5% entre os empreendedores e 63,7% entre as empreendedoras.

A motivação “tradição familiar” é a menos intensa para ambos os sexos, com aproximadamente 40% para os empreendedores iniciais e ainda menos - 30% - para as mulheres.

**Tabela 2**Percentual dos empreendedores iniciais<sup>1</sup> segundo as motivações para começar um novo negócio por sexo - Brasil - 2023

Motivação	Masculino	Feminino
Para fazer diferença no mundo	76,8	76,1
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	70,5	79,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	68,5	63,7
Para continuar uma tradição familiar	40,4	30,1

Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> 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 62,7%, ao passo que as mulheres chegam a 53,2%.

Entre as mulheres o empreender por oportunidade supera a motivação de empreender por necessidade, com 45,3%. Porém, entre os homens esta proporção sobre a TEA é muito maior, pois a proporção é de 62,7% por oportunidade para 34% por necessidade.

Deste modo, quando se examina a razão entre oportunidade e necessidade, para os homens é mais gritante ainda a diferença em favor de empreender por oportunidade, pois para cada 100 homens que empreendem por necessidade, há 180 que o fazem por oportunidade, ao passo que entre as mulheres para cada 100 mulheres empreendedoras por necessidade, há 120 mulheres que iniciam suas trajetórias empreendedoras por oportunidade.

Motivação	Masculino		Feminino	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	14,1	62,7	7,8	53,2
Necessidade	8,1	34,0	6,6	45,3
Razão	1,8		1,2	

Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> Percentual da população de 18 a 64 anos.

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

<sup>3</sup> Exemplo de interpretação: para cada 100 mulheres que empreendem por necessidade, existem 120 que empreendem por oportunidade.

Considerando que a proporção do empreendedorismo por oportunidade sobre a TEA é um dos principais indicadores da motivação para se empreender, o **Gráfico A.2**, disponível no Apêndice, apresenta a sua série histórica a fim de evidenciar as diferenças nesse quesito entre mulheres e homens que empreendem.

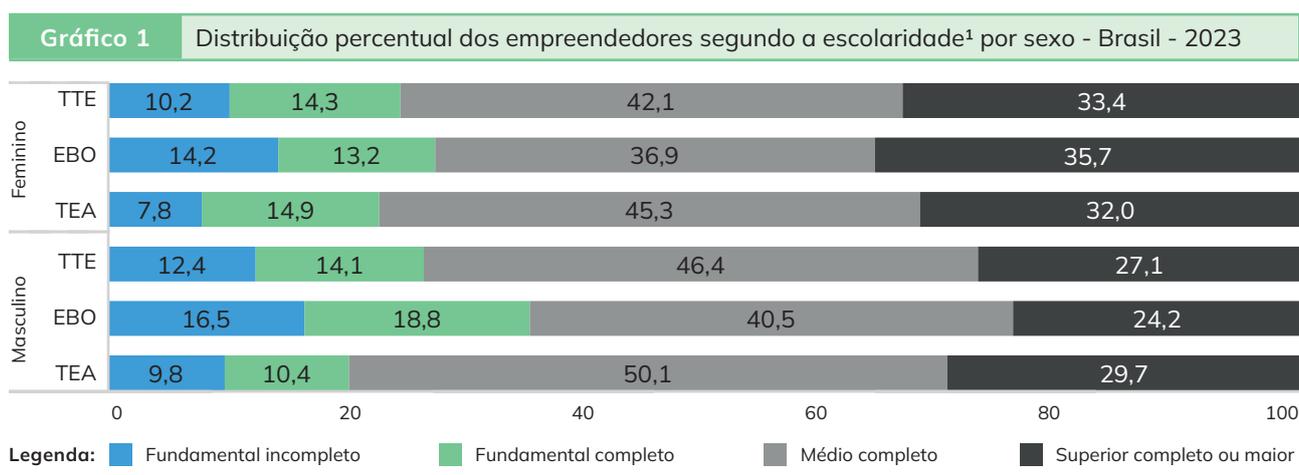
# 3 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÔMICAS DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS SEGUNDO O SEXO

No **Gráfico 1**, compara-se o grau de escolaridade por sexo, mostrando-se os percentuais dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos, bem como o empreendedorismo total. Claramente, a maioria dos empreendedores possui educação formal relativamente baixa (até ensino médio completo), embora perto de 1/3 já possua nível superior.

As mulheres superam os homens no nível superior, sobretudo no empreendedorismo estabelecido (EBO), em que 35,7% das mulheres nesse estágio possuem esse nível de escolaridade, ficando 11,5 p.p. acima dos empreendedores do sexo masculino, que alcançam 24,2%. Possuem nível superior cerca de um terço das empreendedoras iniciais (TEA de 32%) e cerca de 30% dos empreendedores iniciais (TEA). Assim, no empreendedorismo total (TTE), as mulheres superam os homens por uma diferença de 6,3 p.p., pois seu percentual é de 33,4% e o dos homens é de 27,1%

No ensino médio, as diferenças em torno de 4 p.p. são a favor dos empreendedores. Assim, no empreendedorismo inicial, os homens são 50,1% e as mulheres são 45,3%. No empreendedorismo estabelecido (EBO), há 40,5% de homens comparativamente aos 36,9% das mulheres, estabelecendo uma diferença de 3,6 p.p. No empreendedorismo inicial (TEA), a diferença é de 4,3 p.p., sendo 46,4% para os homens e 42,1% para as mulheres.

As mulheres com apenas o ensino fundamental (completo ou incompleto) representam 22,7% das empreendedoras em estágio inicial. Entre os homens, essa proporção é de pouco mais de 20%. No empreendedorismo estabelecido é maior entre os homens, 35,3% possuem esse nível de escolaridade. Para as mulheres empreendedoras estabelecidas, esse nível de escolaridade representa 27,4% delas.



Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> 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.

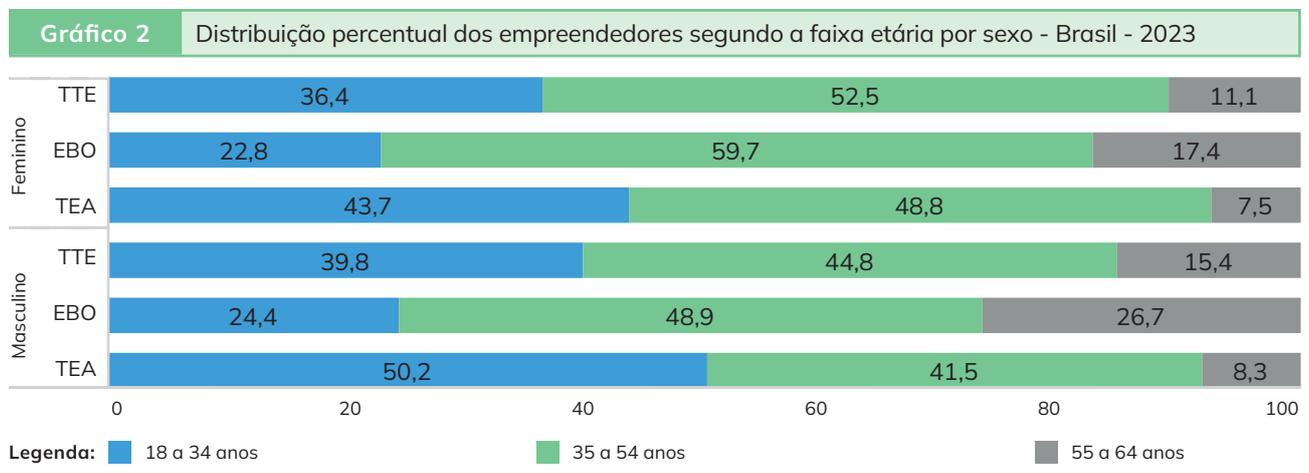
No **Gráfico 2**, examinam-se distribuições dos empreendedores de acordo com os estágios dos empreendimentos e as faixas etárias por sexo. Observa-se um padrão segundo o qual os homens superam as mulheres nas faixas etárias mais jovens e na de seniores, ao passo que as mulheres superam os homens na faixa etária intermediária.

No estágio de empreendedores iniciais (TEA), na faixa etária mais jovem, os homens mais jovens ultrapassam as mulheres por 6,5 p.p., pois representam maioria (50,2%) enquanto as mulheres mais jovens somam 43,7%. Na faixa intermediária, as mulheres representam quase 49% comparativamente aos homens (41,5%), marcando uma diferença de 7,3 p.p. A TEA na faixa dos seniores revela uma distância menor entre os sexos, de menos de 1 p.p, pois os homens atingem 8,3% e as mulheres 7,5%.

No estágio de empreendedores estabelecidos (EBO), na faixa dos mais jovens, os homens

atingem quase um quarto (24,4%), assinalando uma distância de 1,6 p.p. para as mulheres (22,8%). Na faixa intermediária de idade, as mulheres representam quase 60%, com a maior distância entre os sexos (de 10,8 p.p.), pois os homens atingem 48,9%. Na faixa de seniores, os empreendedores superam as mulheres, 26,7% contra 17,4%, estabelecendo uma diferença de 9,3 p.p.

Examinando-se os resultados de empreendedorismo total (TTE), entre os mais jovens os empreendedores atingem quase 40%, ao passo que as mulheres alcançam 36,4%, com uma diferença de 3,4 p.p. Na faixa intermediária de idade, as mulheres atingem 52,5% e os homens 44,8%, com uma diferença de 7,7 p.p. Na faixa dos seniores, os homens marcam 15,4%, superando as mulheres (11,1%), estabelecendo a diferença de 4,3 p.p.



Fonte: GEM Brasil 2023

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

Englobando-se as três faixas de renda menores – até 1 salário mínimo, mais de 1 até 2 salários mínimos, mais de 2 até 3 salários mínimos –, observa-se um padrão: os homens totalizam mais de 35% em contraste com as mulheres,

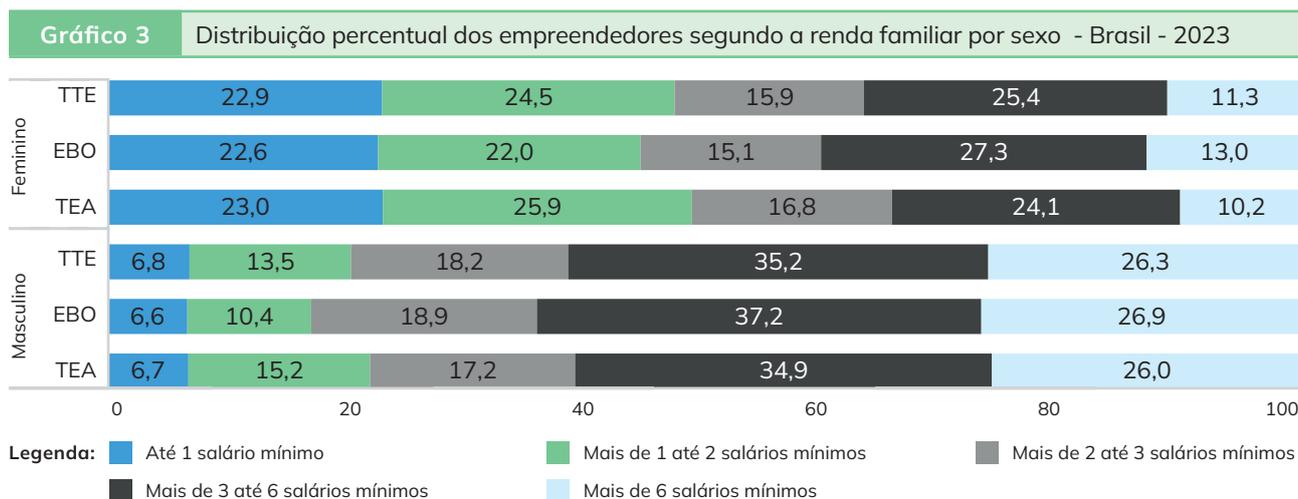
que totalizam valores consideravelmente mais altos (mais de 59%). Assim, entre os empreendedores iniciais (TEA), 65,7% das mulheres pertencem a famílias que alcançam até 3 salários mínimos de renda mensal, ao passo que os homens totalizam 39,1%, proporção 26,6 p.p. acima dos homens. Entre as empreendedoras estabelecidas (EBO), quase 60% delas ganham até três salários, e os homens atingem 35,8%, com uma diferença

de praticamente 24 p.p. No empreendedorismo total (TTE), as mulheres totalizam 63,3% e os homens 38,5%, atingindo a diferença de quase 25 p.p.

Só estes resultados já evidenciam que as mulheres das menores faixas de renda possivelmente são muito mais pressionadas a empreender do que os homens nas mesmas faixas, e que o rendimento da atividade que elas exercem é menor, o que pode estar relacionado mais ao empreendedorismo por necessidade do que por oportunidade.

Quando a análise contempla as duas faixas de renda familiar mensal superiores – de 3 até mais de 6 salários mínimos –, há claro predomínio dos homens. Assim, inverte-se o

padrão encontrado nas faixas inferiores: os homens tendem a atingir mais do que 60% e as mulheres de 34% a 40%. Portanto, no empreendedorismo inicial (TEA), quando se somam os percentuais dos empreendedores nas faixas superiores, encontra-se quase 61%, enquanto as mulheres atingem 34,3% (diferença de quase 27 p.p.). No estágio de empreendedores estabelecidos (EBO), encontra-se 64,1% de homens *versus* 40,3% de empreendedoras (diferença de praticamente 24 p.p.). No empreendedorismo total (TTE), encontram-se 61,5% de homens e 36,7% de mulheres (diferença de quase 25 p.p.). Estes resultados corroboram a grande diferença de poder econômico entre os empreendedores e as empreendedoras no Brasil.



Fonte: GEM Brasil 2023

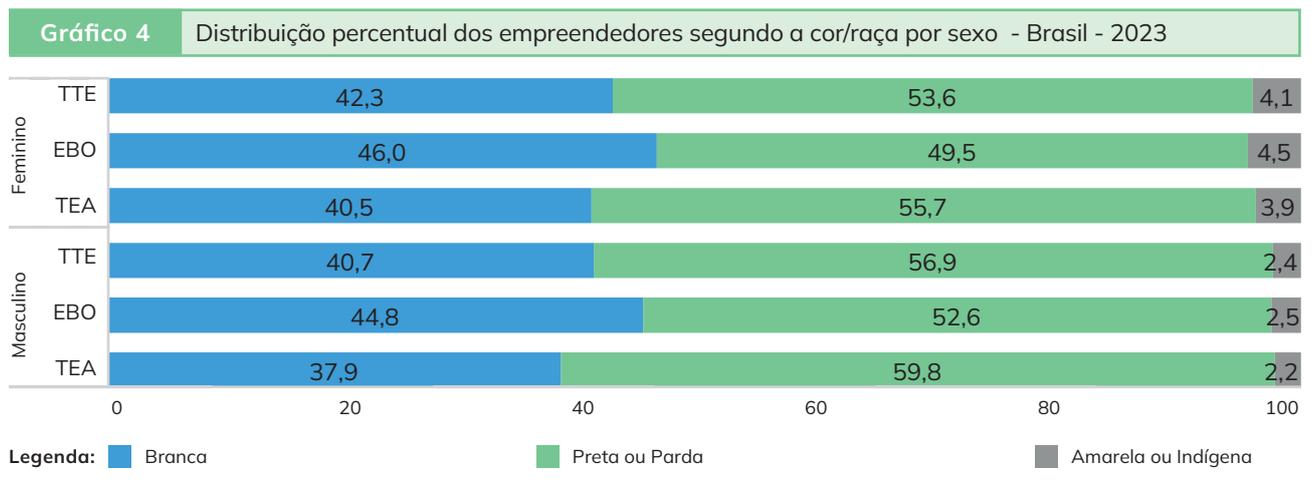
Examinam-se agora os resultados mostrados no **Gráfico 4**. Verifica-se a predominância da cor preta ou parda nos dois sexos, independentemente do estágio dos negócios. É possível perceber também, de maneira geral, que a presença de empreendedores de cor amarela ou indígenas é maior no empreendedorismo feminino. Esse grupo representa 4,1% das mulheres empreendedoras, entre os empreendedores do sexo masculino amarelos ou indígenas perfazem 2,4%.

Analisando-se o empreendedorismo inicial (TEA), tanto masculino quanto feminino, os empreendedores de cor preta ou parda predominam. Elas, as mulheres pretas ou pardas, representam quase 56% do total de empreendedoras nesse estágio do empreendimento e eles, cerca de 60%.

Enfocando-se os empreendedores estabelecidos (EBO), também os pretos ou pardos predominam, contudo com diferença menor do que a verificada entre empreendedores iniciais. Entre as mulheres empreendedoras estabelecidas, as de

cor preta ou parda representam 3.5 p.p. a mais que as brancas (essa diferença é de 15,2 p.p. no empreendedorismo inicial feminino). No empreendedorismo estabelecido masculino, a proporção dos pretos ou pardos é 7,8 p.p. maior do que a dos brancos (21,9 p.p. no empreendedorismo inicial).

No empreendedorismo total (TTE), o padrão é mantido: as empreendedoras brancas, com 42,3%, ultrapassam os homens brancos, que apresentam 40,7%. Quanto ao empreendedorismo entre pretos ou pardos, são os homens que exibem maior percentual, quase 57% versus 53,6% das mulheres (diferença de 3,3 p.p.).



Fonte: GEM Brasil 2023

## 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 – 6 atividades concentram 50,7% das empreendedoras; ao passo que 51,3% dos empreendedores se distribuem entre 18 atividades, o triplo do exibido pelas mulheres.

As atividades mais frequentes nos empreendimentos iniciais conduzidos pelas mulheres compreendem: serviços de tratamento de cabelos e beleza (13,2%); comércio varejista com 20,5% (cosméticos, perfumaria e produtos de higiene com 10,3% e itens de vestuário e acessórios com 10,2%); preparação e oferecimento de alimento e bebida (*catering*, bufês, restaurantes etc.) somando 12,3% e serviços domésticos (4,7%) Assim, correspondem em grande parte a atividades com menor barreira de entrada, em serviços relacionados a extensões do papel feminino, a não ser as de comércio varejista. Então, não aparecem como representativas entre as mulheres as atividades técnicas, especializadas ou de profissionais liberais, que requerem mais escolaridade e capacitação.

No estágio de empreendedores iniciais, entre os empreendedores destacam-se, com maior percentual, as atividades de comércio varejista, totalizando 14,4%, posicionando-se como o grupo de atividades mais frequentes. Comercializam: mercadorias em geral sem predominância de produtos alimentícios (3,9%), artigos de vestuário e acessórios (3,9%), ferragens, madeira e materiais

de construção (3%), mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios (1,9%) e cosméticos, perfumaria e higiene pessoal (1,7%).

A seguir, com segunda maior concentração, estão as atividades de restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação e bebidas, com 8,9%. Como terceiro agregado de atividades, estão as relacionadas com maior conhecimento e profissões liberais, com 8,5%, compreendendo: serviços de engenharia (2,4%), atividades jurídicas (2,3%), desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis (2,3%) e consultoria em gestão empresarial (1,5%).

A quarta maior concentração de atividades é de caráter mais técnico, com 7,2% como manutenção e reparação de veículos automotores (4,2%) e reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos (3%).

Observa-se também que os empreendedores iniciais se dedicam a várias atividades relacionadas à construção civil, somando 7%, posicionando este agregado na quinta posição, e os negócios compreendem: construção de edifícios (3%), serviços especializados (2,1%) e instalações elétricas (1,9%).

Parte dos empreendedores iniciais oferecem serviços de transporte, perfazendo 3,6% (sexta posição), oferecendo transporte de táxi (2%) e de carga (1,6%). Relacionada à agricultura, tem-se apenas 1,7%, que se dedicam ao cultivo de cereais.

Tabela 4 Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as atividades <sup>1</sup> por sexo - Brasil - 2023			
Atividades dos empreendedores iniciais			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,9	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	13,2
Manutenção e reparação de veículos automotores	4,2	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	10,3
Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios	3,9	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,2
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	3,9	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	7,5
Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção	3,0	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,8
Construção de edifícios	3,0	Serviços domésticos	4,7
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	3,0		
Serviços de engenharia	2,4		
Atividades jurídicas, exceto cartórios	2,3		
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	2,3		
Serviços especializados para construção	2,1		
Transporte rodoviário de táxi	2,0		
Instalações elétricas	1,9		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	1,9		
Cultivo de cereais	1,7		
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	1,7		
Transporte rodoviário de carga	1,6		
Atividades de consultoria em gestão empresarial	1,5		
Outras atividades	48,7	Outras atividades	49,3

Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> 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 diversificada entre os homens, 15 atividades principais compreendendo 51,5%, do que entre as mulheres, 7 atividades principais totalizando 52,6%, como se pode verificar na **Tabela 5**. O exame das principais atividades revela que as preferências em termos de atividades

econômicas são bem diferenciadas de acordo com o sexo: apenas coincidem em uma atividade, a de restaurantes e similares.

Para as empreendedoras estabelecidas, o principal agregado de atividades compreende as relacionadas à confecção ou fabricação de roupas e de produtos têxteis com 15%, distribuídos entre confecção de peças de vestuário (7,6%)

e fabricação de outros produtos têxteis (7,4%). Os serviços domésticos se posicionam em 2º lugar com 14,4%, seguidos pelo agregado de atividades relacionada à produção de alimentos, com 10,7%, distribuídos entre restaurantes e similares (5,8%) e *catering* e bufês (4,9%).

Os negócios de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza totalizam 7,9%, posicionando este agregado como o quarto mais frequente. E, finalmente, as atividades de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, com 4,6%.

Entre os homens, o agregado com maior porcentagem é o de atividades voltadas para o setor de construção, que soma 19,1%, e os empreendedores estabelecidos têm negócios que oferecem: construção de edifícios (7,9%), serviços especializados para construção (6,1%), obras de acabamento (3,3%), e instalações elétricas (1,8%).

As atividades de manutenção e reparação de veículos automotores totalizam 7,4%, e a seguir há os que se dedicam à fabricação, que somam 6%, distribuídos entre fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias (4,3%) e fabricação de estruturas de madeira e de artigos de carpintaria para construção (1,7%).

Tabela 5 Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (EBO) segundo as atividades <sup>1</sup> por sexo - Brasil - 2023			
Atividades dos empreendedores estabelecidos			
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Construção de edifícios	7,9	Serviços domésticos	14,4
Manutenção e reparação de veículos automotores	7,4	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	7,9
Serviços especializados para construção	6,1	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7,6
Fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias	4,3	Fabricação de outros produtos têxteis	7,4
Transporte rodoviário de carga	3,4	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5,8
Obras de acabamento	3,3	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	4,9
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	2,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	4,6
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,6		
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	2,5		
Serviços de engenharia	2,3		
Transporte rodoviário de táxi	1,9		
Instalações elétricas	1,8		
Fabricação de estruturas de madeira e de artigos de carpintaria para construção	1,7		
Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos	1,7		
Cultivo de cereais	1,7		
Outras atividades	48,5	Outras atividades	47,4

Fonte: GEM Brasil 2023

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

Ao transporte rodoviário se dedicam 5,3% dos empreendedores estabelecidos, sendo que 3,4% fazem o transporte de cargas e 1,9% o de passageiros de táxi.

Entre as atividades mais típicas de profissões liberais, encontram-se 4,2% dos empreendedores estabelecidos oferecendo: suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação (2,5%) e atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos (1,7%).

Dedicam-se às atividades de restaurantes e similares 2,7% dos empreendedores estabelecidos, seguidos de 2,6% cujos negócios são de comercialização no varejo de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios.

## 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 principal de clientes ocorre fortemente na localidade em que residem. As empreendedoras iniciais indicam mais intensamente que seus clientes são da cidade em que residem, 96,3% para as mulheres e 92% dos homens. No entanto, a maior diferença, de 10,2 p.p., é a favor dos empreendedores iniciais quanto a possuírem clientes de outra cidade ou estado do Brasil – 56% para 45,8% das mulheres. Os empreendedores iniciais que têm clientes fora do país são 5,5%, uns 3 p.p. acima das mulheres, que atingem apenas 2,2%.

Quando se examina o estágio de empreendedorismo estabelecido, percebe-se que permanece a origem local dos clientes para ambos os sexos, com patamares acima de 90%, sendo que a diferença entre homens e mulheres

é de cerca de 4 p.p. – eles com 94,4% e elas com 90,3%. Ou seja, mesmo com maior maturidade, os negócios continuam a depender pesadamente dos clientes da mesma cidade em que os empreendedores residem. Mas ampliam-se os percentuais dos que possuem ou indicam que possuirão clientes em outras cidades ou estados: 62,4% dos homens e 60,2% das mulheres, mostrando uma diferença menor entre os sexos do que no empreendedorismo inicial. Também relativamente ao empreendedorismo inicial, os estabelecidos indicam que tem ou terão clientes de fora do Brasil – 6,6% entre os homens e 4,8% entre as mulheres.

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 5,5% dos empreendedores iniciais (TEA) e 6,6% dos estabelecidos (EBO), comparativamente às empreendedoras, 2,2% e 4,8% respectivamente.

Tabela 6

Percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (EBO) segundo a procedência<sup>1</sup> do cliente por sexo - Brasil - 2023

Locais em que o empreendedor afirma que tem/terá clientes	Masculino		Feminino	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Na cidade em que mora	92,0	94,4	96,3	90,3
Em alguma outra cidade ou estado do Brasil	56,0	62,4	45,8	60,2
Fora do Brasil	5,5	6,6	2,2	4,8

Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> 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.

Examinando-se os percentuais dos empreendedores iniciais que indicam que seus produtos e serviços não são novos, nota-se que entre os homens esse indicador é de 84,4%, e entre as mulheres é de aproximadamente 90%. Quanto à tecnologia empregada na operação do negócio,

72,4% dos empreendedores iniciais declaram que não são novas, e para as empreendedoras iniciais esse indicador alcança quase 85% delas.

Para 12% dos empreendedores iniciais, seus produtos e serviços são novos localmente e para as empreendedoras o percentual é de 9,3%.

Analisando-se a introdução de tecnologias novas localmente, 18,3% dos homens indicam a tecnologia que utilizam como uma novidade no local em que atuam, cerca de 7 p.p. a mais que as empreendedoras, pois 11,5% delas possuem essa percepção sobre a tecnologia utilizada.

O percentual de empreendedores iniciais que afirmam ter produtos ou serviços novos no Brasil ou no mundo é de 3,6%, sendo que mais homens indicam o oferecimento de novidades globalmente (2,4%), o dobro de 1,2% no âmbito Brasil. Entre as mulheres, o resultado é pouco representativo, pois apenas 0,6% delas têm novidades no Brasil e zero globalmente. E, focalizando-se os resultados quanto à tecnologia, os resultados melhoram um pouco, pois 9,3% deles indicam a incorporação de tecnologias novas nos mercados nacional ou internacional. Entre as mulheres essa proporção é de 3,7%, sendo que apenas 0,6% delas indicam alguma novidade em termos tecnológicos em nível mundial.

Tabela 7		Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo as características relacionadas à inovação produzida pelos seus empreendimentos por sexo - Brasil - 2023			
		Masculino		Feminino	
Abrangência	Produto ou serviço é novo		Tecnologia é nova		
	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	
Local	12,0	18,3	9,3	11,5	
Brasil	1,2	4,5	0,6	3,1	
Mundo	2,4	4,8	0,0	0,6	
Não são novos	84,4	72,4	90,1	84,8	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	

Fonte: GEM Brasil 2023

Os resultados apresentados na **Tabela 8** enfocam os empreendedores estabelecidos (EBO).

Entre os empreendedores estabelecidos masculinos, em 2023, 96,4% declararam que seus produtos ou serviços não são novos. Quanto à tecnologia, eles são 79,4%.

Entre as empreendedoras estabelecidas, quase todas (95,4%) indicam que não introduzem novidade ou inovação relacionada aos produtos ou serviços que comercializam, o percentual é da mesma forma elevado no que se refere à tecnologia empregada, praticamente 87% delas não reconhecem na tecnologia que utilizam algo de novo para o mercado em que atuam.

No mercado local, entre empreendedores estabelecidos, menos de 1% afirma que seus produtos e serviços são novos. Entre as empreendedoras estabelecidas, esse indicador é de pouco mais de 3%.

No âmbito Brasil foi identificado que 0,7% dos empreendedores estabelecidos e 0% das empreendedoras reconhecem novidade em seus produtos ou serviços.

Em termos de tecnologia, na mesma abrangência de mercado (Brasil), os empreendedores estabelecidos são 4% e novamente 0% das empreendedoras afirmam apresentar alguma novidade em âmbito nacional.

Quanto ao mercado global, entre os empreendedores estabelecidos cerca de 2% dizem atuar com produtos ou serviços novos, entre as empreendedoras esse percentual é de 1,4%. Focalizando-se o emprego de tecnologia nova, 5% dos empreendedores estabelecidos e 1,5% das empreendedoras creem que as tecnologias que usam podem ser consideradas novas em abrangência global.

Abrangência		Masculino		Feminino	
		Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova	Produto ou serviço é novo	Tecnologia é nova
Local		0,6	11,5	3,1	11,7
Brasil		0,7	4,1	0,0	0,0
Mundo		2,3	5,0	1,4	1,5
Não são novos		96,4	79,4	95,4	86,9
Total		100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2023

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 futura.

Percebe-se que a maioria dos empreendedores tende a ter empreendimentos individuais ou micro empreendimentos, pois entre nenhuma pessoa ocupada e a faixa seguinte de 1 a 5 pessoas ocupadas atingem-se praticamente 93% dos negócios das mulheres e 82% dos homens. Assim, entre as mulheres, cerca de 59% das empreendedoras não empregam ninguém, percentual que fica bem acima dos 35% dos homens que também não empregam. Na categoria seguinte, de ocupação de 1 a 5 pessoas, as empreendedoras representam 34,4% e os empreendedores as ultrapassam com 46,7%.

Considerando a geração atual de pelo menos seis postos de trabalho, verifica-se que entre elas esse grupo representa 6,7% do total de empreendedoras brasileiras, ao passo que no empreendedorismo masculino essa

representação é quase três vezes maior (18,3%).

No tocante à expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos), novamente são os empreendedores que têm expectativas mais elevadas para seus empreendimentos. Na categoria dos que não esperam agregar outras pessoas além de si mesmas, estão 25,6% das empreendedoras e 15,8% dos empreendedores, sendo que na categoria seguinte – a de ocupar de 1 a 5 pessoas –, as empreendedoras superam em pouco os empreendedores, ou seja, 47,5% delas contra 40,6% deles. A partir daí, os homens tendem a superar as mulheres na expectativa de crescimento de seus negócios. Na categoria de 6 a 19 pessoas ocupadas têm-se 24,3% dos homens comparativamente a 18,1% das mulheres. Na categoria de mais de 20 pessoas, os homens superam as mulheres em mais do que o dobro: 19,3% deles *versus* 8,8% delas.

Tabela 9

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

Características dos empreendimentos	Masculino	Feminino
Número de pessoas ocupadas atualmente		
Nenhuma	35,0	58,9
1 a 5	46,7	34,4
6 a 19	13,9	4,7
20 ou mais	4,4	2,0
	100,0%	100,0%
Expectativa de criação de postos de trabalho (cinco anos)		
Nenhuma	15,8	25,6
1 a 5	40,6	47,5
6 a 19	24,3	18,1
20 ou mais	19,3	8,8
	100,0%	100,0%

Fonte: GEM Brasil 2023

## 6

## BUSCA DOS EMPREENDEDORES DE ÓRGÃOS DE APOIO SEGUNDO O SEXO

A busca de órgãos de apoio segundo o sexo é evidenciada na **Tabela 10**. Percebe-se que 40% dos empreendedores brasileiros procuraram apoio e que em 2023 as mulheres buscaram um pouco menos do que os homens, cerca de 30%.

O Sebrae é o órgão mais procurado pelos empreendedores, e em nível muito próximo entre mulheres e homens, pouco mais de 45%. Os outros órgãos que compõem o sistema S apresentam menores percentuais de busca. Assim, praticamente 17% das mulheres buscam o Senai *versus* quase 11% dos homens; 13% das mulheres

*versus* 5,4% dos homens buscam o Senac. O Senar é a opção menos procurada, ficando pouco acima de 1% – 1,6% entre as mulheres e 1,2% entre os homens.

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 – 43,4% entre os homens e quase 35% das mulheres. Cerca de 9% dos empreendedores homens e 5% das mulheres recorrem aos advogados, e muito menos – cerca de 3% – recorrem às consultorias privadas.

Tabela 10

Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio por sexo - Brasil - 2023

Órgãos de apoio	Masculino	Feminino
Procurou algum órgão de apoio	40,2	30,4
Principais órgãos de apoio procurados <sup>1</sup>		
Sebrae	45,3	46,1
Contador	43,4	34,8
Senai	10,7	17,4
Advogado	9,1	5,4
Senac	5,4	13,0
Consultoria privada	3,5	2,7
Senar	1,2	1,6
Outro <sup>2</sup>	3,4	13,3

Fonte: GEM Brasil 2023

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

<sup>2</sup> Nessa classificação para o Brasil se enquadram: ACISAT, ASCON, ASEAN, EMATER, ENDEAVOR, instituições de ensino, instituições financeiras (bancos), Senat, Sesi e Sindicato.

# 7 MENTALIDADE EMPREENDEDORA DA POPULAÇÃO BRASILEIRA SEGUNDO O SEXO

Fatores relativos à mentalidade empreendedora na população brasileira, em 2023, de acordo com o sexo são mostrados na **Tabela 11**.

Um fator que contribui para a mentalidade empreendedora é conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos. Nota-se que é bem elevada a proporção dos que possuem empreendedores nas suas redes de relação. Em 2023, 75,6% da população brasileira masculina afirmam conhecer empreendedores nascentes ou novos. Para as mulheres, o percentual é de 66,3%, 9,3 p.p. abaixo dos homens.

Para a população masculina, 71% deles dizem ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio, comparativamente a quase 61% das mulheres, uma diferença de 10 p.p.

Comparativamente, um pouco menos de homens percebem, dentro do horizonte de 6 meses, boas oportunidades para iniciar novo negócio próximo onde vivem – 64,4% da população masculina tem essa percepção, 2 p.p. a menos que as mulheres (66,4%).

O medo de fracassar não é percebido, por boa parte dos brasileiros, como suficiente para impedi-los de começar um novo negócio, sendo que os homens se mostram ainda mais assertivos – 56% comparativamente a quase 46% das mulheres, ou seja, um pouco mais da metade da população feminina considera o medo do fracasso um fator impeditivo para iniciar um novo empreendimento.

**Tabela 11** Percentual<sup>1</sup> da população masculina e feminina segundo a mentalidade - Brasil - 2023

Afirmações	Masculino	Feminino
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	75,6	66,3
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	64,4	66,4
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	71,1	60,9
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que comessem um novo negócio.	55,9	45,9

Fonte: GEM Brasil 2023

<sup>1</sup> 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**.

“Viajar pelo Brasil” se destaca como o sonho mais intenso na população brasileira, e atinge percentuais praticamente iguais: 53% para ambos os sexos. Ao passo que o sonho de “viajar para o exterior” se mostra um pouco mais intenso entre os homens, 46,5% (4º lugar), do que para as mulheres, 43,3% (5º lugar).

O sonho de “comprar a casa própria” é priorizado por um percentual próximo aos 50% dos brasileiros de ambos os sexos. As mulheres o colocam como o segundo mais intenso (51,8%) do que entre os homens (48,1%) que o posicionam como terceiro.

Chama a atenção que o sonho de possuir “o próprio negócio” é mais destacado pelos homens – quase 50% e em segundo lugar – do que pelas mulheres – 46,7% posicionado em terceiro lugar.

“Comprar um automóvel” é sonho mais forte entre as mulheres, que o posicionam em quarto lugar,

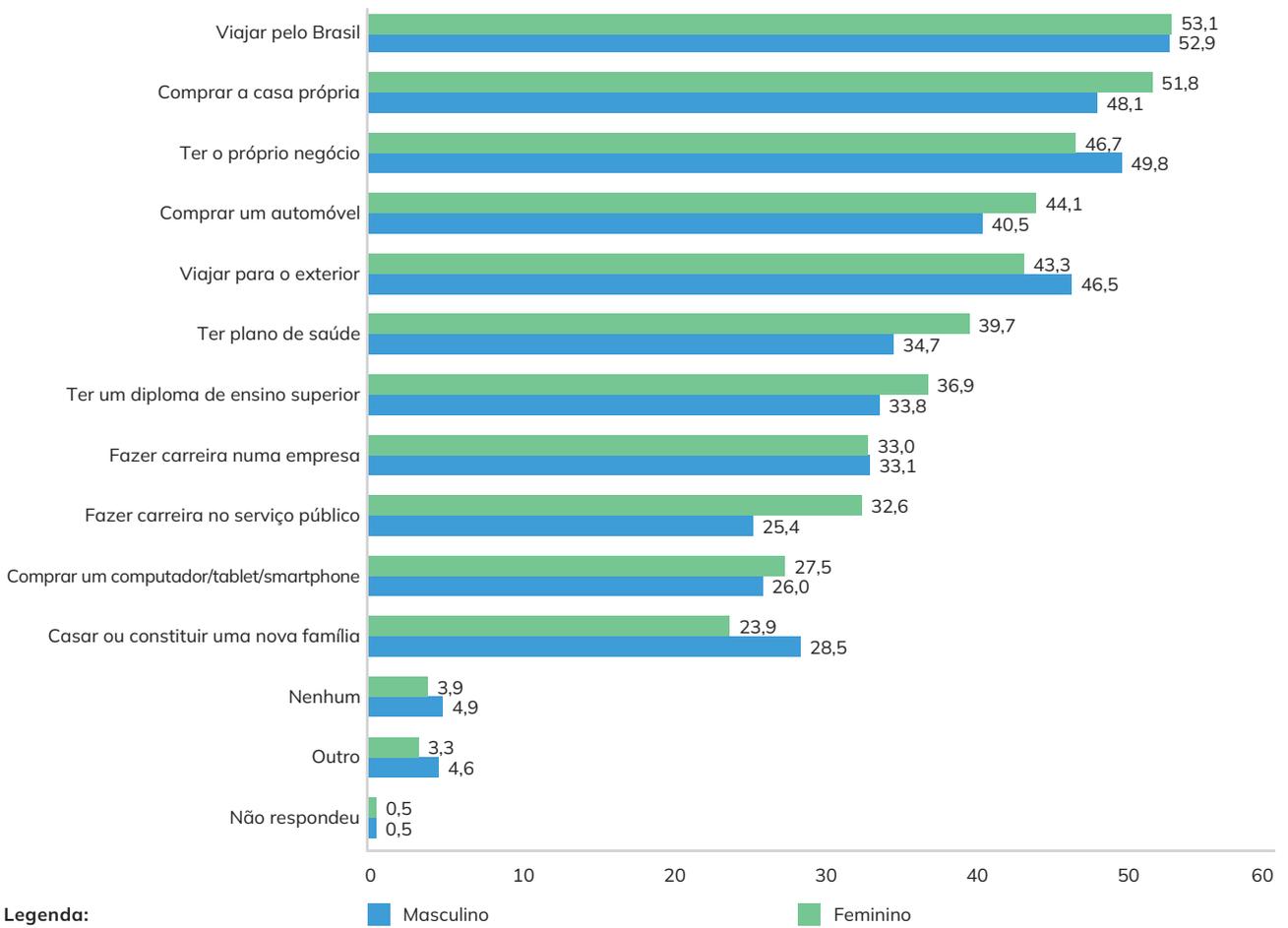
com 44,1%, distando quase 4 p.p. dos homens, que o colocam na quinta posição, com 40,5%.

“Ter um diploma de ensino superior” é almejado mais intensamente pelas mulheres – cerca de 37% – do que pelos homens – 33,8% –, mas igualmente posicionado na sétima posição para ambos os sexos.

“Ter plano de saúde” é importante para cerca de um terço da população, e é apontado relativamente mais pelas mulheres – cerca de 40% – e por 34,7% dos homens, com uma diferença de 5 p.p., mas na sexta posição para ambos os sexos.

As outras possibilidades de carreira ficam distantes do desejo de “ter o próprio negócio”. Assim, “fazer carreira em uma empresa” é o sonho que ocupa a oitava posição para ambos os sexos, 33% da população se manifesta dessa forma. O sonho de “fazer carreira no serviço público” é mais apontado pelas mulheres, 32,6% (9ª posição), do que pelos homens, com 25,4% (10ª posição), colocando uma diferença de cerca de 7 p.p. entre eles.

**Gráfico 5** Percentual<sup>1</sup> da população feminina e masculina segundo o sonho - Brasil - 2023

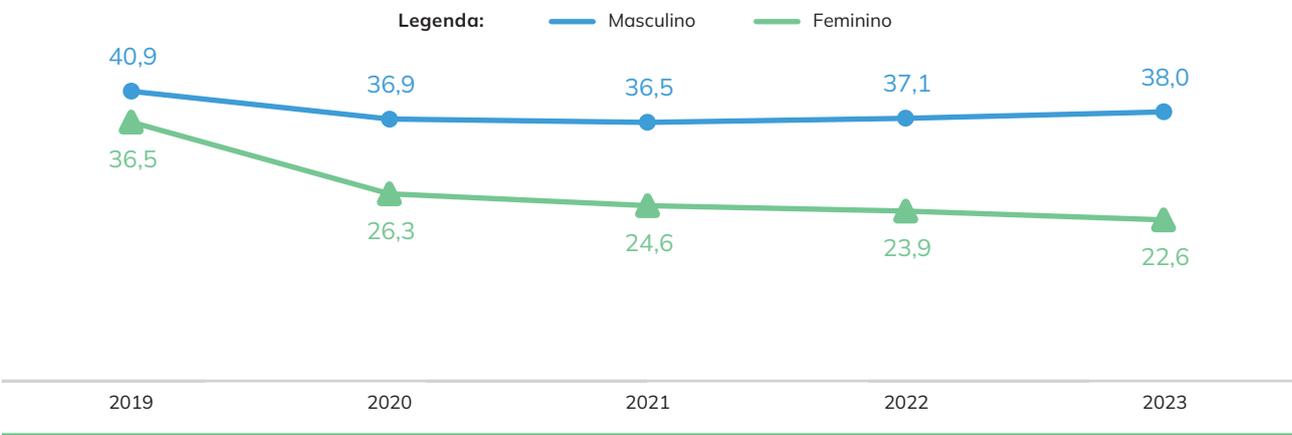


Fonte: GEM Brasil 2023

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

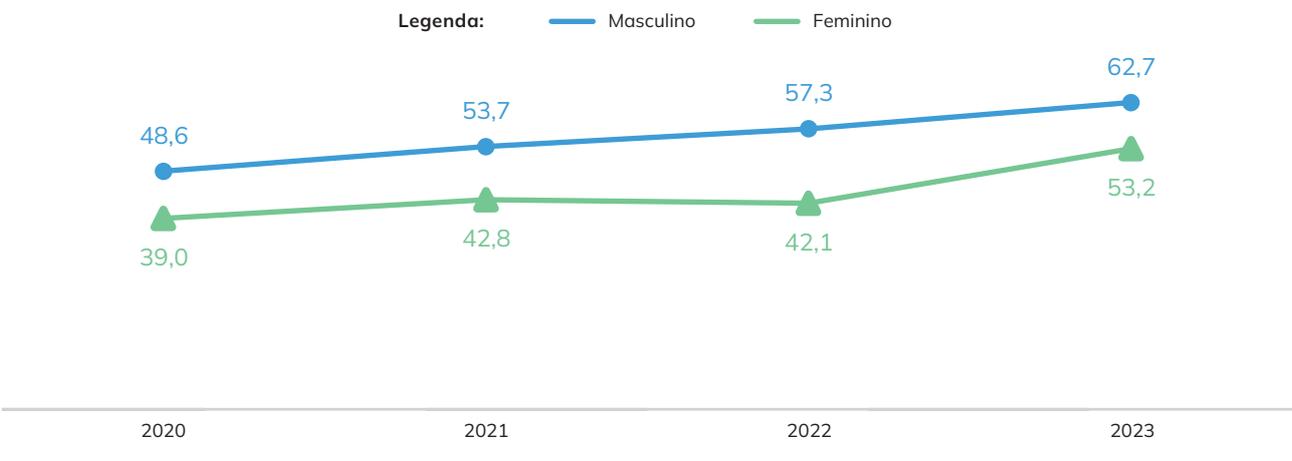
# APÊNDICE - SÉRIES HISTÓRICAS

**Gráfico A.1** Evolução das taxas (%) de empreendedorismo total (TTE) por sexo - Brasil - 2019:2023



Fonte: GEM Brasil 2019 a 2023

**Gráfico A.2** Evolução da proporção da taxa de oportunidade sobre a TEA (em %) por sexo - Brasil - 2020:2023



Fonte: GEM Brasil 2020 a 2023

# COORDENAÇÃO DO

# GEM

## internacional

---



Global  
Entrepreneurship  
Monitor



## nacional

---



**ANEPEPE**

Associação Nacional de Estudos em  
Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

## parceiro no Brasil

---



Serviço Brasileiro de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas