



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS OEIRAS
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

JOSILANE FERREIRA DOS SANTOS

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DO PERFIL DA MULHER
EMPREENDEDORA NO MUNICÍPIO DE OEIRAS-PI

OEIRAS

2025

JOSILANE FERREIRA DOS SANTOS

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DO PERFIL DA MULHER
EMPREENDEDORA NO MUNICÍPIO DE OEIRAS-PI

Trabalho de Conclusão de Curso (monografia)
apresentado como exigência total para obtenção
do diploma do Curso de Administração do
Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Piauí, Campus Oeiras.

Orientador: Prof. Me. Antônio Nilson Camelo

OEIRAS

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

Santos, Josilane Ferreira dos
S237e Empreendedorismo feminino : um estudo do perfil da mulher
empreendedora no município de Oeiras-PI / Josilane Ferreira dos Santos. -
2025.
66 f.: il. color.
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) -
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Oeiras,
2025.
Orientador : Prof Me. Antônio Nilson Camelo.
1. Empreendedorismo feminino. 2. Perfil empreendedor. 3. Desafios de
gestão. I. Título.

CDD - 658

Elaborado por Denizete Lima de Mesquita CRB 3/1079

JOSILANE FERREIRA DOS SANTOS

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DO PERFIL DA MULHER
EMPREENDEDORA NO MUNICÍPIO DE OEIRAS-PI

Trabalho de Conclusão de Curso (monografia)
apresentado como exigência total para obtenção
do diploma do Curso de Administração do
Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Piauí, Campus Oeiras.

Aprovada em: 05/08/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Antônio Nilson Camelo (Orientador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Me. Fernando Rodrigues da Silva
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof.^a Me. Juliana Oliveira de Malta
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente, a Deus, por me conceder saúde, força de vontade e sabedoria durante essa caminhada. Aos meus pais, pelo esforço, por sempre me apoiarem e acreditarem em mim. Aos meus filhos que sempre estiveram ao meu lado, me fortalecendo para a caminhada se tornar leve. A todos que, contribuíram direta e indiretamente, para a realização desse sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, sem Ele me guiando nada disso seria possível. Agradeço a meus pais inácia e José Francisco, por terem me proporcionado a base para a construção da pessoa que eu sou hoje, sem vocês nada disso seria possível e a minha irmã Josielma e meu sobrinho/afilhado Emanuel por todo apoio.

A meus filhos Maryane e Gael, minha eterna gratidão. A paciência de vocês diante das minhas ausências, as palavras de apoio e incentivo foram indispensáveis para que eu chegasse até aqui. A minha família que sempre me incentivou com compreensão, carinho e apoio em especial tia Edmara, minha maior incentivadora.

Minha profunda gratidão à Heloisis Vitória, cuja amizade e apoio foram fundamentais para a realização deste trabalho. Sua presença me deu suporte emocional e intelectual quando mais precisei. Também deixo minha gratidão aos amigos que estiveram ao meu lado desde o início desta caminhada em especial Jussara, Karlyane, Juscileia e Daniela.

Agradeço ao meu orientador, Prof. Antônio Nilson, pela orientação dedicada, paciência e estímulo constantes que fortaleceram cada etapa desta pesquisa. Sem seu comprometimento e sensibilidade, este resultado não teria sido possível. Estendo minha gratidão a todos os professores e servidores do IFPI – Campus Oeiras, cuja contribuição direta ou indireta foi essencial para a concretização deste trabalho acadêmico.

Sonhos determinam o que você quer.
A  o determina o que você conquista.
Aldo Novak.

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque por representar uma forma de empoderamento social e econômico, contribuindo significativamente para o desenvolvimento local. A pesquisa busca de forma específica investigar os fatores que levaram essas mulheres a empreender, observar os principais desafios enfrentados na gestão de seus negócios e identificar o nicho predominante de atuação. O presente trabalho tem como objetivo geral analisar o perfil das mulheres empreendedoras na cidade de Oeiras-PI. A metodologia adotada é de natureza quantitativa, com abordagem exploratória e descritiva e foi realizada por meio da aplicação de questionários a empreendedoras cadastradas na Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SEMIC) do município. Os dados coletados permitiram uma análise aprofundada sobre as motivações, dificuldades e características dos empreendimentos liderados por mulheres em Oeiras-PI. Os resultados obtidos contribuíram para ampliar a compreensão sobre o empreendedorismo feminino local e reforçaram a importância de políticas públicas voltadas ao incentivo dessa prática, promovendo geração de renda, inclusão social e empoderamento econômico.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; perfil empreendedor, desafios de gestão.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has gained prominence as it represents a form of social and economic empowerment, contributing significantly to local development. The research specifically seeks to investigate the factors that led these women to undertake, observe the main challenges faced in managing their businesses and identify the predominant niche of activity. The general objective of this work is to analyze the profile of women entrepreneurs in the city of Oeiras-PI. The methodology adopted is quantitative in nature, with an exploratory and descriptive approach and was carried out through the application of questionnaires to entrepreneurs registered with the Municipal Department of Industry and Commerce (SEMIC) of the municipality. The data collected allowed an in-depth analysis of the motivations, difficulties and characteristics of enterprises led by women in Oeiras-PI. The results obtained contributed to expanding the understanding of local female entrepreneurship and reinforced the importance of public policies aimed at encouraging this practice, promoting income generation, social inclusion and economic empowerment.

Keywords: female entrepreneurship; entrepreneurial profile, management challenges.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Estado Civil das participantes do estudo.....	30
Gráfico 2	– Escolaridade das participantes.....	31
Gráfico 3	– Percentual de empreendedoras que possui filhos.....	32
Gráfico 4	– Empreendimentos segundo ramo de atuação.....	33
Gráfico 5	– Tempo de atuação do empreendimento.....	34
Gráfico 6	– Fatores que motivaram a abertura do negócio.....	35
Gráfico 7	– Característica da mulher empreendedora.....	36
Gráfico 8	– Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora.....	37
Gráfico 9	– Dificuldades em abrir o próprio negócio por ser mulher.....	38
Gráfico 10	– Falta de apoio de lideranças femininas.....	39
Gráfico 11	– Dificuldades em desenvolver meu negócio.....	40
Gráfico 12	– Tenho dificuldade em equilibrar vida pessoal com a profissional...	41
Gráfico 13	– Tenho medo constante de fracassar.....	42
Gráfico 14	– Foi fácil escolher um nicho e torna-lo lucrativo.....	43
Gráfico 15	– Sinto dificuldade em delegar tarefas.....	44
Gráfico 16	– Apoio da minha família.....	45
Gráfico 17	– Sinto que minhas expectativas são correspondidas de acordo com meu negócio.....	46
Gráfico 18	– Existe mais empreendimentos masculino do que feminino.....	47
Gráfico 19	– Dificuldade em conciliar casamento, filhos e casa com a vida profissional.....	48
Gráfico 20	– Acredito que o empoderamento feminino tem influenciado diretamente no empreendedorismo.....	49
Gráfico 21	– Tenho dificuldade em sair da informalidade para a formalidade do meu negócio.....	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Características do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade.....	17
Tabela 2	– Características das mulheres empreendedoras.....	24
Tabela 3	– Faixa etária das participantes do estudo.....	30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FGV	Fundação Getúlio Vargas
CONAJE	Confederação Nacional de Jovens Empresário
CUT	Central Única dos Trabalhadores
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IME	Instituto Rede Mulher Empreendedora
MEI	Microempreendedor Individual
ONU	Organização das Nações Unidas
PI	Piauí
RME	Rede Mulher Empreendedora
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMIC	Secretaria Municipal de Indústria e Comércio
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software

LISTA DE SÍMBOLOS

%	Porcentagem
©	Copyright
®	Marca registrada
\$	Dólar
§	Seção

Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	11
	Objetivos.....	12
	Objetivo geral	12
	Objetivos específicos.....	12
	Justificativa.....	12
2.	EMPREENDEDORISMO FEMININO ENTRE A NECESSIDADE E OPORTUNIDADE.....	14
2.1	Empreendedorismo	14
2.2	Empreendedorismo por necessidade e/ou por oportunidade	16
2.2.1	Empreendedorismo feminino por necessidade	17
2.2.2	Empreendedorismo feminino por oportunidade	17
2.2.3	Papeis sociais definidos	19
2.3	Empreendedorismo Feminino: Conceitos e contextualização.....	22
2.3.1	Desafios e oportunidades do empreendedorismo feminino.....	25
2.3.2	Liderança e capacitação feminina.....	25
2.3.3	Empreendedorismo e a maternidade.....	26
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
3.1	Tipologia da pesquisa	27
3.2	Objeto da Pesquisa	28
3.3	Participantes da Pesquisa.....	29
3.4	Instrumentos para Coleta de dados	29
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	30
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
	REFERÊNCIAS	55
	APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	61
	APÊNDICE B- TCLE	64

1 INTRODUÇÃO

O termo "empreendedorismo" tem origem na palavra francesa *entrepreneur*, que significa "aquele que assume riscos", sendo utilizado pela primeira vez em 1725. Segundo Alfred Marshall (1982), o empreendedor é aquele que se aventura e assume riscos, reunindo o capital e o trabalho necessário para um negócio e supervisionando sua execução. Para Dolabela (2008, p. 23) “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar esse sonho em realidade”.

De acordo com Dolabela (2006), o ambiente em que o indivíduo está inserido influencia diretamente no desenvolvimento do comportamento empreendedor. No caso do empreendedorismo feminino, o papel do meio sociocultural é ainda mais relevante, pois muitas mulheres enfrentam desafios adicionais, como barreiras de gênero, falta de apoio institucional e limitações impostas por normas culturais. A teoria do processo de empreendedorismo de Hofer e Bygrave (1991) reconhece que, embora o ato de empreender seja acessível a qualquer indivíduo, as mulheres frequentemente encontram obstáculos culturais, econômicos e sociais que moldam suas trajetórias.

As motivações para empreender são diversas e variam conforme o contexto pessoal, econômico e social de cada indivíduo. Para Chiavenato (2012), o empreendedor é impulsionado por uma combinação de necessidade, oportunidade e desejo de realização. Assim, a motivação pode ir desde a busca por independência financeira até a necessidade de sobrevivência.

O empreendedorismo começou a ganhar maior visibilidade no Brasil na década de 1990, com a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex). Desde então, tornou-se um dos principais motores do desenvolvimento econômico e social do país.

Nos últimos anos, uma vertente do empreendedorismo tem se destacado: as iniciativas lideradas por mulheres. Segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2024), o empreendedorismo feminino representa uma parcela significativa da economia nacional, contribuindo para a geração de empregos, inovação e transformação da realidade socioeconômica do Brasil. Com o aumento da participação feminina no mercado de trabalho e a ascensão a cargos de liderança, o empreendedorismo feminino tornou-se um objeto de estudo relevante.

Em 2014, a Organização das Nações Unidas (ONU) instituiu o dia mundial do empreendedorismo feminino a ser comemorado no dia 19 de novembro, com o objetivo de mobilizar a comunidade global para valorizar e reconhecer o papel da mulher empreendedora.

De acordo com o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), no quarto trimestre de 2023, as mulheres brasileiras representavam 10,1 milhões (33,9%) das empreendedoras e trabalhadoras autônomas, formais ou informais. Apesar dos desafios enfrentados, como a baixa formalização e a dificuldade de acesso ao crédito, esses números indicam um crescimento significativo nos últimos anos.

A pesquisa foi realizada na cidade de Oeiras-PI, com empreendedoras Microempreendedor Individual (MEI) cadastradas na Secretaria de Indústria e Comércio do município. Oeiras, localizada no estado do Piauí, é reconhecida por sua cultura e monumentos históricos desde o período colonial. Sua economia baseia-se, principalmente, na agricultura, no comércio e serviços, além de possuir atrações turísticas, como igrejas históricas, praças e eventos culturais.

Este estudo visa contribuir para o campo acadêmico ao estudar o contexto local de Oeiras, fornecendo subsídios para pesquisas futuras sobre empreendedorismo feminino. Constatase que negócios liderados por mulheres têm demonstrado resiliência e inovação, fatores essenciais para o desenvolvimento econômico.

Nesse contexto, surge o seguinte questionamento: Qual o perfil da mulher empreendedora no município de Oeiras-PI?

Objetivos

O presente estudo tem os seguintes objetivos:

Objetivo geral

Compreender o perfil das mulheres empreendedoras na cidade de Oeiras-PI.

Objetivos específicos

- ✓ Descrever os fatores que levaram essas mulheres a empreender;
- ✓ Averiguar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no processo de gestão de seus negócios;
- ✓ Identificar o nicho empreendedor predominante para sustentabilidade do negócio.

Justificativa

O empreendedorismo feminino desempenha um papel fundamental na economia brasileira contribuindo para a geração de empregos e para o desenvolvimento local. Segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023), 87,5% das mulheres empreendem por conta própria. Conforme destaca o relatório:

A promoção do empreendedorismo feminino não é apenas uma questão de

justiça social, mas também uma estratégia essencial para o desenvolvimento econômico sustentável e inclusivo, contribuindo significativamente para a geração de emprego e inovação na economia local (GEM, 2023).

O empreendedorismo feminino tem ganhando destaque nos últimos anos, levando-se em consideração a crescente participação das mulheres no mundo dos negócios e sua capacidade de inovação e liderança. Ao se tornarem empreendedoras, muitas mulheres desenvolvem habilidades importantes como liderança, gestão financeira e *networking* (*rede de contatos*). Essas habilidades não só contribuem para o sucesso de seus negócios como também servem de inspiração para outras mulheres a seguirem o mesmo caminho.

Assim, ao compreender as transformações vivenciadas por essas empreendedoras pode revelar como elas se tornam agentes de mudança em suas famílias e comunidade. Além disso, seus resultados poderão subsidiar a formulação de políticas públicas mais eficazes que promovam a igualdade de oportunidades para todas as mulheres.

O ato de empreender oferece às mulheres, a oportunidade de alcançarem a sua independência financeira, possibilitando que elas saiam de situações de vulnerabilidade econômica e construam sua própria carreira profissional e com isso fortaleçam sua autoestima e autoconfiança. Deste modo, as mulheres empreendedoras realizam suas experiências individuais como também contribuem para um diálogo mais amplo sobre empoderamento feminino, desenvolvimento econômico e equitativo.

É necessário identificarmos o perfil da mulher empreendedora da cidade de Oeiras-PI que é uma forma de trazer a luz uma força silenciosa, porém transformadora, que vem mudando a paisagem econômica e social local: o protagonismo feminino no empreendedorismo. As mulheres empreendedoras representam mais do que gestoras de negócios. São líderes de resistência, inovação e reinvenção.

A escolha do tema justificou-se pela necessidade de compreender a realidade do empreendedorismo feminino no município de Oeiras-PI, considerando sua relevância para o desenvolvimento econômico e social local. As mulheres empreendedoras, ao mesmo tempo em que enfrentam desafios relacionados à desigualdade de gênero, à conciliação entre vida profissional e maternidade e às limitações de acesso a recursos, também protagonizam avanços significativos na geração de renda, inovação e liderança.

Dessa forma, a pesquisa evidenciou tais aspectos, contribuindo para a valorização do papel da mulher no mercado e fornecendo subsídios para o fortalecimento de iniciativas comunitárias e locais de apoio ao empreendedorismo feminino. Além disso, o estudo mostrou-se pertinente para a formação acadêmica da autora, uma vez que sua experiência prévia como

empreendedora permitiu um olhar mais sensível e aprofundado sobre a realidade investigada, articulando vivência prática e análise científica.

1.2 Estrutura do Trabalho

A estrutura do presente estudo foi construída tendo por base as seguintes etapas: a Introdução que inclui seus objetivos e problemática norteadora, em seguida temos o (referencial teórico) que aborda a etapa da estruturação científica da pesquisa que está dividida com seus tópicos e sub tópicos: Empreendedorismo; Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade; Empreendedorismo feminino por necessidade; Empreendedorismo por oportunidade; Papeis sociais definidos; Empreendedorismo feminino: conceitos e contextualização; Desafios e oportunidades; Liderança e capacitação feminina; Empreendedorismo e a maternidade. Na terceira seção, estão abordados os processos e fundamentos metodológicos, detalhando as etapas, os métodos e as técnicas de pesquisa adotados no estudo.

Por fim, temos a análise dos resultados enfatizando as contribuições do estudo para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino.

2. EMPREENDEDORISMO FEMININO ENTRE A NECESSIDADE E OPORTUNIDADE

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é uma prática presente ao longo da história da humanidade, manifestando-se desde os tempos antigos por meio de atividades comerciais e trocas de mercadorias. No entanto, o conceito atual de empreendedorismo foi se desenvolvendo ao longo dos séculos, especialmente a partir do século XVIII, com as primeiras abordagens teóricas voltadas ao papel do empreendedor na economia.

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (Sebrae 2007, p.15 apud Lima, 2020, p. 21).

Além disso, o empreendedorismo exige uma mentalidade proativa, capacidade de inovação e disposição para aprender com os erros ao longo do caminho. Empreender vai além da simples abertura de um negócio, pois envolve identificar oportunidades onde outros veem obstáculos, mobilizar recursos de forma criativa e liderar com visão e resiliência. Nesse contexto, o empreendedor atua como agente de transformação, gerando impacto não apenas em

sua própria trajetória, mas também na sociedade, ao promover o desenvolvimento econômico, a geração de empregos e a disseminação de novas ideias e soluções.

O termo "empreendedorismo" é um neologismo oriundo da adaptação da palavra inglesa *entrepreneurship*, amplamente usada para se referir aos estudos relacionados ao empreendedor, seu perfil, motivações e papel social. Embora tenha se popularizado por meio do inglês, sua origem está no francês *entrepreneur*, termo que, no século XII, era utilizado para descrever aquele que incentivava conflitos. Somente no final do século XVIII, passou a designar aquele que criava e conduzia projetos e empreendimento (Dornelas, 2021, p. 23).

Posteriormente, foi Richard Cantillon quem atribuiu ao conceito uma conotação econômica mais próxima da atual, utilizando-o para descrever pessoas que adquiriam matérias-primas para transformá-las e revendê-las, assumindo riscos e identificando oportunidades de negócios (Dolabela, 2008). Economistas como Jean-Baptiste Say também contribuíram para essa definição, associando o empreendedor à organização de recursos e inovação produtiva.

Nesse contexto, no século XX, Joseph Schumpeter aprofundou esse entendimento ao identificar no empreendedor a figura do agente de transformação econômica e social, responsável por romper padrões e promover o que ele denominou de “destruição criativa”. A importância do empreendedorismo, portanto, vai além da geração de renda e empregos. Conforme destacam Hisrich e Peters (2004, p. 33), “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico é multifacetado, envolvendo não apenas o aumento da produção e da renda, mas também a transformação da estrutura econômica e social”.

Com o avanço da Revolução Industrial, o empreendedorismo ganhou destaque ao fomentar o surgimento de novas indústrias, tecnologias e modelos de negócios. Posteriormente, com a globalização e a expansão dos mercados, novas formas de empreender surgiram, abrindo espaço para a diversidade de perfis, entre eles, o da mulher empreendedora (Sebrae, 2019).

No caso do empreendedorismo feminino, observa-se um crescimento expressivo nas últimas décadas, à medida que mais mulheres passaram a ocupar espaços no mercado de trabalho e buscar alternativas para alcançar independência financeira, conciliar múltiplas funções sociais e superar barreiras históricas. O empreendedorismo feminino tem ganhado força, impulsionado por iniciativas locais, capacitações e pela determinação de mulheres que enxergam no ato de empreender uma ferramenta de transformação pessoal, social e econômica.

A falta de emprego é um dos principais motivos para que as pessoas busquem empreender. De acordo com Barros (2008), existe uma relação inversa entre a taxa de desemprego, o crescimento econômico e a taxa de empreendedorismo. Assim, as pessoas são motivadas a empreender por dois motivos: oportunidade e/ou necessidade.

No contexto do empreendedorismo feminino, essa dualidade entre necessidade e oportunidade também se manifesta de forma marcante. Muitas mulheres iniciam seus próprios negócios como alternativa diante da dificuldade de inserção ou permanência no mercado de trabalho formal, impulsionadas por fatores como o desemprego, a informalidade ou a necessidade de conciliar responsabilidades familiares com a geração de renda.

Por outro lado, há um número crescente de mulheres que empreendem por oportunidade, motivadas por um espírito inovador, desejo de autonomia e realização pessoal. Essas empreendedoras identificam nichos de mercado, investem em capacitação e constroem redes de apoio que fortalecem suas iniciativas. Em ambos os casos, o empreendedorismo feminino tem desempenhado um papel fundamental na transformação econômica e social das comunidades, contribuindo para a inclusão, a equidade de gênero e o desenvolvimento sustentável.

2.2 Empreendedorismo por necessidade e/ou por oportunidade

O empreendedorismo feminino é um fenômeno crescente no Brasil e no mundo, motivado por diversos fatores. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2023), as mulheres representam uma parcela significativa dos novos empreendimentos no país. Esses negócios podem surgir tanto de uma necessidade imediata quanto de uma percepção estratégica de mercado. Para efeitos desse trabalho, como também para melhor compreensão desse assunto, o empreendedorismo foi classificado em dois grandes grupos: por necessidade e por oportunidade.

Nesse contexto, é relevante destacar a participação feminina no mercado de trabalho ao longo dos últimos anos. De acordo com a Fundação Getúlio Vargas (Cepellos, Portal FGV, 2023), ao longo de 2014 a 2019, a taxa do percentual feminino no mercado de trabalho cresceu continuamente, alcançando 54,34% em 2019. No entanto, com a pandemia da COVID-19, esse índice caiu para 49,45% em 2020. Entre as principais razões que levam as mulheres a empreender, destaca-se a flexibilidade de horário — fator especialmente relevante para aquelas que possuem filhos pequenos. O empreendedorismo feminino, portanto, representa um importante impulsionador do crescimento econômico, sobretudo em países que lideram a geração de empregos produtivos e promovem a igualdade de gêneros.

Nesse sentido, para Nassif, Ghobril e Amaral (2009), o empreendedorismo por necessidade, no Brasil, muitas vezes surge como uma questão de sobrevivência, especialmente em tempos de crise econômica. Por outro lado, o empreendedorismo de oportunidade tende a gerar impacto positivo no país, por ser caracterizado por empresários mais preparados que

investem em inovação, planejamento e tecnologia. Já o empreendedorismo por necessidade pode, em muitos casos, contribuir para o crescimento da informalidade e dificultar o desenvolvimento econômico e social devido à ausência de estrutura adequado e capacitação.

Diante do exposto, é possível concluir que o empreendedorismo feminino desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social do Brasil, ao mesmo tempo em que reflete os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho. Seja por necessidade ou por oportunidade, o ato de empreender tem se mostrado uma alternativa viável para muitas mulheres que buscam autonomia financeira, flexibilidade e melhores condições de vida. No entanto, para que esse potencial seja plenamente aproveitado, é essencial investir em políticas públicas que promovam a capacitação, o acesso ao crédito e a formalização dos negócios, especialmente para aquelas que empreendem por necessidade. Somente assim será possível transformar o empreendedorismo feminino em um verdadeiro motor de inovação, inclusão e crescimento sustentável.

2.2.1 Empreendedorismo feminino por necessidade

No empreendedorismo por necessidade, o início de um negócio ocorre como alternativa à ausência de oportunidades no mercado formal de trabalho, à dificuldade de conciliar a maternidade com jornadas inflexíveis ou, ainda, como forma de garantir a subsistência familiar. Nesses contextos, empreender torna-se uma resposta às limitações impostas por questões sociais, econômicas e estruturais.

Muitas dessas mulheres estão em situação de vulnerabilidade, enfrentando barreiras como o acesso limitado à educação formal, escassez de capital inicial e a falta de redes de apoio. Frequentemente, os negócios surgem de forma improvisada e enfrentam dificuldades para se consolidar ou crescer no mercado.

Segundo Vieira e Ramos (2013), esse tipo de empreendimento apresenta as maiores taxas de mortalidade nos primeiros cinco anos de existência, devido à baixa lucratividade e a limitada capacidade de geração de empregos.

2.2.2 Empreendedorismo feminino por oportunidade

O empreendedorismo por oportunidade, por sua vez, caracteriza-se por uma escolha consciente e estratégica de empreender, geralmente associada à identificação de uma demanda no mercado ou à possibilidade de inovação. As mulheres que optam por essa via tendem a apresentar maior nível de escolaridade, planejamento prévio e acesso a instrumentos de gestão. Essas empreendedoras buscam o crescimento do negócio, a formalização e a inserção em

mercados mais competitivos.

De modo geral, os empreendimentos por oportunidade estão fortemente relacionados à inovação, à geração de empregos e à ampliação da presença feminina em setores historicamente dominados por homens. Além disso, contribuem significativamente para o empoderamento feminino, ao promover autonomia financeira, o fortalecimento da autoestima e o protagonismo social das mulheres em suas comunidades.

Segundo Dornelas (2018), o empreendedorismo por necessidade e por oportunidade pode ser representado pelas seguintes características:

Tabela 1 - Características do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade

Empreendedorismo por Necessidade	Empreendedorismo por Oportunidade
Foco: Sobrevivência e renda mínima	Foco: Realizar Sonho ou Migração possível do empreendedorismo de necessidade.
Possui conhecimento tácito	Possui conhecimento tácito e explícito
Falta a oportunidade de trabalho formal	Decisão deliberada ou planejada
Necessita de renda para sobreviver	Demissão ou desemprego
Precisa de conhecimento explícito	Missão ou realização
Início sem planejamento estratégico	Recebe recurso inesperado ou herança
Pouco acesso a crédito ou capital inicial	Pós-carreira
Atua em setores informais ou de baixa complexidade	Inovar ou empreender por convite de alguém
Cenário por necessidade: representado por empreendedores cooperado, informal e individual.	Cenário por oportunidade: representado por empreendedores do conhecimento público, corporativo, negócio próprio, franquia e empreendedor social.

Fonte: Dornelas (2018).

De acordo com Cardozo (2019), o empreendedor por necessidade é caracterizado por apresentar baixa escolaridade e pouca formação, o que pode representar um obstáculo a sua inserção no mercado de trabalho. Entretanto, o autor destaca que os empreendedores brasileiros possuem diferentes níveis de escolaridade, estando tanto entre aqueles que empreendem por necessidade quanto entre os empreendem por oportunidade. Embora o nível de instrução não seja o principal motivador para o empreendedorismo, ele influencia a visão de mundo e a forma como os negócios são gerenciados.

Ainda que a classificação entre necessidade e oportunidade auxilie na compreensão das

motivações que levam indivíduos a empreender, é importante reconhecer que essas categorias não são excludentes. Muitas mulheres que iniciam um negócio por necessidade acabam, ao longo do tempo, identificando oportunidades de crescimento, profissionalização e expansão. Inversamente, mulheres que começaram por oportunidade podem enfrentar períodos de instabilidade econômica que exigem adaptação e resiliência.

A trajetória empreendedora, portanto, é dinâmica, marcada por fases distintas, desafios recorrentes e constantes reinvenções. Nesse cenário, o apoio por meio de políticas públicas, programas de capacitação e acesso a linhas de financiamento, são essenciais para garantir a sustentabilidade e o desenvolvimento dos negócios liderados por mulheres.

No município de Oeiras, localizado no estado do Piauí, é possível identificar a atuação de mulheres empreendedoras com ambos os perfis de empreendedoras. Parte significativa dessas mulheres iniciou seus negócios motivada por fatores relacionados a necessidade, como a geração de renda para subsistência e a conciliação com as responsabilidades familiares. Por outro lado, observa-se também um movimento em expansão de empreendedoras que enxergam no negócio próprio uma oportunidade de crescimento, inovação e inserção qualificada no mercado local. Esse cenário revela uma diversidade de motivações e estratégias entre as mulheres que empreendem no município. Além disso, a realidade socioeconômica da cidade, marcada por desigualdades e limitações de infraestrutura, configura um ambiente desafiador, que demanda a construção de redes de apoio eficazes e ações de incentivo para o fortalecimento desses empreendimentos femininos.

2.2.3 Papeis sociais definidos

As influências sociais e culturais despenharam papel fundamental na transformação do comportamento feminino ao longo do tempo. Essas mudanças foram impulsionadas por movimentos em defesa da igualdade de gênero, tornando essencial a ruptura com estereótipos historicamente atribuídos às mulheres. De acordo com Nassif *et al.* (2011), o número de mulheres empreendedoras ou em posição de liderança tem crescido, em razão de sua capacidade de enfrentar desafios como a falta de apoio financeiro e altas cargas tributárias. O autor destaca, ainda, que as mulheres demonstram uma percepção de suas potencialidades, desejos e anseios.

Embora ainda em número menor em comparação aos homens, a liderança feminina se destaca em todas as esferas do mercado competitivo. Essa abordagem é caracterizada por uma postura facilitadora e participativa, em que a figura do líder não se limita a dar ordens, mas atua como incentivadora da colaboração e do engajamento da equipe (Vendramini, 2000).

No entanto, a construção da história das mulheres sempre enfrentou obstáculos, em razão de uma narrativa predominantemente masculina. Segundo Portela (2012), isso resulta na escassez de registros concretos e autorias femininas que validem as experiências históricas vividas pelas mulheres. Nesse sentido Tedeschi (2012, p. 15) afirma:

Vários discursos desde a Antiguidade vêm construindo a desigualdade de gêneros como natural e legitimando as diferenças entre os homens e as mulheres, construindo um sujeito com uma identidade determinada, impondo por meio das relações de poder sobre ele. Esses discursos integraram-se às práticas sociais que passaram a determinar a vida das mulheres. A história do corpo feminino é contada pelo olhar masculino, estabelecendo, por meio dos discursos, uma “natureza feminina”, voltada unicamente para a maternidade e a reprodução. Abordar a construção dessas representações é revelar o imaginário masculino presente, impregnado, refletido na cultura. (Tedeschi 2012, p. 15)

Historicamente, a mulher foi muitas vezes retratada de forma submissa ou inferior, como é o caso da imagem da mulher pré-histórica sendo dominada pelo homem. No entanto, descobertas arqueológicas contradizem essa visão. Conforme apontado por Nascimento (1997), os fósseis femininos de Lucy e Luzia revelam que a narrativa anterior era moldada por uma perspectiva patriarcal e não representava com precisão o papel das mulheres naquele período.

A transformação do papel social da mulher ganhou força a partir do século XVII, especialmente com Revolução Francesa, que introduziu ideias como Liberdade, Igualdade e Fraternidade. Tais valores provocaram mudanças no conceito de família e no papel feminino, fazendo com que a mulher deixasse de ser apenas esposa e passasse a ser companheira, em um casamento baseado no amor e na liberdade de escolha.

A partir desse novo ideal, a mulher passou a ser moldada com valores associados ao amor – pelos filhos, pelo marido e pelo lar. Para alcançar um “bom casamento”, exigia-se que ela fosse recatada e habilidosa nas tarefas domésticas, afastando-se das tentações mundanas. Foi a partir dessa base cultural que as mulheres começaram a buscar um espaço mais ativo na sociedade.

No século XX, teve início, o movimento feminista, cujo objetivo era conquistar direitos e romper com formas de opressão. As lideranças feministas desse movimento foram, muitas vezes, rotuladas de “mal-amadas”, e sofreram discriminação tanto por parte dos homens quanto de mulheres que aceitavam o papel tradicional de submissão (Teixeira e Ferreira, 2010).

Entre 1930 e 1945, houve grandes avanços nos direitos das mulheres no Brasil, como o direito ao voto, a candidatura a cargos públicos e ao ingresso no mercado de trabalho (Aued, 2003). Nesse mesmo período, durante a Segunda Guerra Mundial, a ausência dos homens que

foram enviados ao combate, abriu espaço para que as mulheres ocupassem posições no mercado formal, anteriormente restritas a eles.

É evidente que, ao longo da história, as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço, lutando pela igualdade de gênero e contra a discriminação. Atualmente, as mulheres assumem cargos de liderança, são responsáveis pelo sustento familiar, atuam no setor público e privado, e demonstram força e determinação para vencer desafios impostos pela sociedade.

Segundo Rezende e Pereira (2010), o papel da mulher passou por profundas transformações, sobretudo em relação a sua inserção no mercado de trabalho. No entanto, ainda hoje, muitas acumulam jornadas duplas ou triplas, desempenhando atividades remuneradas fora de casa e, ao mesmo tempo, mantendo a responsabilidade pelas tarefas domésticas e cuidados com a família. Segundo Tavares (2010, p.122):

[...] no casamento moderno, a mulher, para ser respeitada, vê-se impelida a perseguir um crescimento do “eu” e da realização profissional, mesmo que não tenha um projeto pessoal ou desejo de exercer atividades domésticas. O marido, por sua vez, incentiva a sua esposa a estudar ou trabalhar, desde que não interfira nos serviços domésticos, cuidados com a família e filhos, que permanecem uma responsabilidade feminina. (Tavares, 2010, p.122)

As mudanças sociais, econômicas e tecnológicas transformaram profundamente o espaço social e o mundo do trabalho. As mulheres passaram a ocupar posições reservadas aos homens, enquanto os homens, embora em menor número, também passaram a exercer funções tradicionalmente femininas, como os cuidados com o lar (Silvia, 2005).

Melo e Tome (2018) acrescentam:

No limiar do século XXI, as mulheres vivem divididas: por um lado, culpas em relação aos afazeres domésticos executados no interior de suas casas, cuidando dos filhos e do marido. Estas atividades, realizadas pelas mulheres sob o véu do amor a sua família e compreendidas como uma sujeição imposta pelo sexo masculino. (...) O exercício da vida profissional, do desejo de ter sucesso na carreira escolhida, não era – e não é – o destino social esperado para as mulheres. (Melo e Thomé, 2018, p. 110).

Historicamente, as mulheres enfrentaram grandes barreiras em relação à educação, propriedade e emprego formal. Contudo, a partir do século XX, especialmente após as duas guerras mundiais, passaram a ocupar mais espaços no mercado de trabalho, muitas vezes impulsionadas pela necessidade de sustentar suas famílias.

No Brasil, a partir da década de 1970, a presença feminina no mercado de trabalho se intensificou, paralelamente ao surgimento dos movimentos feministas e sindicalistas. Em 1980, foi fundado a Central Única dos Trabalhadores (CUT), que deu maior visibilidade ao

movimento sindical. Com a promulgação da Constituição Federal em 1988, a igualdade jurídica entre homens e mulheres foi oficialmente reconhecida, consolidando o avanço dos direitos femininos.

Villas Boas (2010, p. 35) ressalta que “à medida que a sociedade evolui, normas de comportamento que antes eram rigidamente separadas entre ‘o que mulheres podem fazer’ e ‘o que homens podem fazer’ se tornam cada vez mais flexíveis e compartilhadas”.

Nesse cenário de transformação, o empreendedorismo surge como uma importante ferramenta para o crescimento pessoal e profissional das mulheres, permitindo o desenvolvimento de competências, a autonomia financeira e o fortalecimento da presença feminina no mundo dos negócios. O empreendedorismo feminino, nesse contexto, não é apenas uma alternativa à exclusão do mercado formal, mas também uma resposta às limitações impostas pelas estruturas de poder econômico e social historicamente masculinas

2.3 Empreendedorismo Feminino: Conceitos e contextualização

Segundo Sousa (2020) o termo empreendedorismo surgiu no século XVII, por meio do economista Richard Cantillion, que definiu como sendo aquela pessoa que assume o risco de comprar algo a um preço incerto e vendê-lo a um preço também incerto no futuro.

Embora não haja uma definição única para empreendedorismo feminino, esse conceito é usado para designar empresas lideradas por mulheres, seja individual ou em sociedade com outras mulheres ou homens. Natividade (2009), destaca que as mulheres ingressam no empreendedorismo motivadas por fatores como a busca por flexibilidade, autonomia, equilíbrio entre trabalho e vida pessoal entre outros.

O Brasil é reconhecido por possuir um dos maiores índices de participação feminina à frente de um negócio, refletindo a força e a resiliência das mulheres para superar barreiras econômica e sociais (GEM, 2017).

Dados indicam que as pessoas empreendem por dois motivos principais: necessidade ou oportunidade. Os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um negócio por não terem outra opção — devido ao desemprego, busca por melhor qualidade de vida ou independência financeira. Já os empreendedores por oportunidade são aqueles que planejam, realizam pesquisas de mercado e seguem um plano de carreira (Reynolds, Bygrave, & Autio, 2002, p. 20). Embora essas categorias ajudem na compreensão, vale ressaltar que, na prática, os motivos podem se sobrepor.

Considerando que as mulheres tendem a investir parte da sua renda no bem-estar e

educação da família, a Organização das Nações Unidas (ONU) aponta que o empreendedorismo é uma das principais ferramentas para o crescimento econômico, gerando empregos e movimentando diferentes setores (Sebrae, 2015).

É importante destacar que, ao escolher empreender, as mulheres muitas vezes rompem o chamado “teto de vidro”, termo que se refere às barreiras invisíveis que impedem seu progresso nas carreiras, especialmente para cargos de liderança, deixando-as apenas com um vislumbre desses postos, para as quais são negadas as oportunidades concretas (Braun, Vierheller, e Oliveira, 2016).

A partir da década de 1970, com a conquista de direitos civis e políticos das mulheres, iniciou-se a divisão do trabalho segundo o gênero. O número de mulheres no mercado de trabalho cresceu significativamente, mas ainda é inferior ao dos homens. Para que essa realidade mude, é necessário construir uma sociedade mais inclusiva, onde mulheres tenham voz, vez e sejam reconhecidas com respeito e valor.

Em 2022, o número de donas de negócios no Brasil atingiu um recorde de 10,3 milhões, com maior atuação nos setores de comércio e serviços (Sebrae, 2023). Embora a desigualdade de gênero entre homens e mulheres ainda seja evidente, as mulheres conquistam espaço na sociedade de forma eficaz e eficiente.

Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com funcionários e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa, o que se torna um diferencial em relação aos homens. (Villas; Andréa Vilas Boas, 2015, pág 194.)

Dessa forma, o empreendedorismo surge como uma alternativa para que as mulheres adquiram autonomia financeira, lutem pela igualdade de gênero, fortaleçam seu poder de decisão e combatam preconceitos (Beatrice, 2012; Martí et al., 2014).

Engelman e Fracasso (2011), destacam que as empreendedoras possuem uma combinação única de habilidades, características e traços de personalidades que as permitem criar e liderar negócios de sucesso (Tabela 2).

Tabela 2- Principais características das mulheres empreendedoras, destacando habilidades e competências.

Características das Mulheres Empreendedoras	
Características	Descrição
Iniciativa	Proativa e toma a iniciativa para criar algo novo.

Criatividade	Capaz de pensar fora da caixa e encontrar soluções inovadoras.
Resiliência	Capaz de lidar com obstáculos e desafios.
Autoconfiança	Tem confiança em suas habilidades e capacidades.
Flexibilidade	Capaz de se adaptar a mudanças e circunstâncias imprevistas.
Visão	Tem uma visão clara do que quer alcançar e como alcançar.
Liderança	Capaz de liderar e motivar equipes para alcançar objetivos comuns
Gestão de Riscos	Capaz de avaliar e gerenciar riscos para alcançar seus objetivos
Inovação	Capaz de criar novos produtos, serviços ou processos para satisfazer as necessidades do mercado
Comunicação Eficaz	Capaz de se comunicar de forma eficaz com clientes, fornecedores, investidores e outros stakeholders.
Responsabilidade social	Tem uma forte sensação de responsabilidade social e ética.
Empoderamento	Capaz de empoderar outras mulheres e grupos para alcançar seus objetivos.
Inclusão	Promove a inclusão e a diversidade em seus negócios e comunidades.

Fonte: Engelman e Fracasso (2011).

O conjunto de características listadas revela que o perfil da mulher empreendedora vai muito além de habilidades técnicas ou de gestão. Trata-se de um perfil multidimensional, que equilibra competências pessoais, sociais e estratégicas. Isso reflete não apenas a capacidade de gerir negócios, mas também o papel que essas mulheres desempenham na transformação social, sobretudo em contextos de desigualdade, como ocorre em muitas regiões do Brasil.

2.3.1 Desafios e oportunidades do empreendedorismo feminino

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque nos estudos acadêmicos e nas políticas de desenvolvimento econômico. O crescimento da presença feminina no mundo dos negócios reflete não apenas uma estratégia de sobrevivência, mas também uma importante transformação social e econômica (Dornelas, 2018). Fatores como a busca por independência financeira, a flexibilidade para conciliar a vida profissional e pessoal, e o desejo de romper com os modelos tradicionais de trabalho impulsionam esse movimento (Vale, Correa e Reis, 2014).

Apesar do avanço, os desafios ainda são significativos, especialmente para aquelas que são mães ou planejam a maternidade. A responsabilidade pela criação e bem-estar dos filhos ainda recai, majoritariamente, sobre as mulheres, o que pode dificultar a progressão de suas carreiras e limitar suas oportunidades no mercado de trabalho. A escassez de ofertas de emprego, a busca pela independência financeira e a dificuldade de ascensão profissional levam muitas mulheres a optarem pelo empreendedorismo (GEM, 2019).

A influência dos estereótipos culturais também afeta diretamente o empreendedorismo feminino. Lages (2005) destaca que as mulheres são frequentemente vistas como secundárias no mercado de trabalho, associadas exclusivamente às responsabilidades domésticas. Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) complementam, ao apontar que a percepção de que as mulheres são mais sensíveis e emocionais, aliada ao acúmulo de funções familiares, reduz suas chances de ocupação cargos de liderança e impacta negativamente na valorização do ambiente corporativo.

Além disso, persistem entraves como o acesso restrito ao crédito, o preconceito de gênero e a sobrecarga da dupla jornada (Sebrae, 2022). Segundo dados do GEM (2023), 24% das mulheres empreendedoras relatam já ter sofrido discriminação, e 42% conhecem outra mulher que passou pela mesma situação.

2.3.2 Liderança e capacitação feminina

A capacidade de liderança das mulheres é um fator decisivo para o sucesso dos negócios liderados por mulheres. Cassol (2006) enfatiza que a habilidade de gestão e capacitação da equipe impacta diretamente nos resultados das organizações lideradas por mulheres. Frakel (2007) também aponta que muitas mulheres já possuem um espírito de comando natural. No entanto, conforme apontam Rodrigues, Padilla e Malheiros (2011), as empreendedoras ainda enfrentam menor reconhecimento em comparação aos homens, devido à crença na instabilidade

de seus empreendimentos e às dificuldades no acesso a investimentos.

Dados do Sebrae indicam que as mulheres empreendedoras apresentam, em média, um nível de escolaridade superior ao dos homens que também possuem seu próprio negócio. Além disso, elas demonstram uma gestão financeira mais responsável, com índices mais baixos de inadimplência, o que reforça sua confiabilidade junto às instituições de crédito.

Contudo, os desafios persistem. As mulheres empreendedoras, ao solicitarem valores mais baixos, acabam sendo submetidas a taxas de juros mais elevadas, que podem chegar a 3,5% em comparação aos homens (Silva, 2020), evidenciando a persistência de preconceitos mesmo no sistema financeiro.

Diante desse cenário, torna-se evidente que o caminho para o sucesso no empreendedorismo feminino exige esforço, capacitação e suporte contínuo. Para Hunt e Samman (2016), fomentar o empreendedorismo feminino é crucial para o crescimento econômico do país. Contudo, isso só será possível por meio da construção de uma sociedade mais justa, inclusiva e acessível todas e todos.

2.3.3 Empreendedorismo e a maternidade

Segundo Figueira (2020), o termo empreendedorismo materno refere-se ao processo de criação e gestão de um empreendimento motivado pela maternidade ou desenvolvido em função dela. Mulheres com filhos pequenos veem no empreendedorismo uma alternativa para estarem presentes na vida familiar, ainda que isso, muitas vezes represente renunciar à ascensão profissional ou salários mais elevados.

Mulheres que empreendem após se tornarem mães são tão inúmeras que até se criou um nome para identificar o grupo: “mompreneurs”, junção de “mom” e “entrepreneur”. No Brasil a atividade também mostra tendência de alta e recebeu o nome de “empreendedorismo materno”. (Villas; Andréa Vilas Boas, 2015, pág. 238).

Segundo dados do Instituto Rede Mulher Empreendedora (RME, 2023), cerca de 63% das mulheres iniciam um negócio após a maternidade, motivadas principalmente pela busca de equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. Como aponta Travassos (2021):

Se quiséssemos eleger uma única motivação entre todas as razões que levam mães a abrirem a própria empresa, não teríamos dúvidas em afirmar: os filhos! (Travassos, 2021, p. 16).

A maternidade, nesse contexto, não apenas transforma a vida das mulheres, mas também reconfigura suas prioridades e escolhas profissionais. Durante a pandemia da COVID-19, por

exemplo, cerca de 50% das empreendedoras foram impactadas diretamente com o fechamento de escolas e creches que levou muitas a desistirem de seus empreendimentos para cuidar dos filhos (RME, 2020).

Além disso, as motivações que levam mães a empreender são diversas: compatibilidade entre maternidade e trabalho, flexibilidade de horário, perda do emprego, busca por autonomia e realização pessoal, ou ainda, a identificação de uma oportunidade de negócio.

Estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2016), revela que quase metade das mulheres é demitida sem causa justa após retornar da licença-maternidade, e esse padrão pode se estender por até 2 anos após o parto. A maternidade, portanto, pode gerar barreiras significativas, a permanência e a progressão das mulheres no mercado formal de trabalho.

A maternidade chega na vida da mulher trazendo novos desafios, desenvolvendo uma nova visão do mundo, novas sensações nunca sentidas ou vividas. Além das muitas mudanças geradas, quando mães, as oportunidades são diminuídas e os desafios são maiores para a sua carreira profissional.

Apesar dos inúmeros desafios enfrentados pelas mães empreendedoras, como a falta de apoio institucional, o preconceito de gênero e as dificuldades financeiras, a maternidade também pode ser impulsionadora do empreendedorismo feminino. Muitas mulheres encontram nessa escolha a possibilidade de conciliar seus valores com a autonomia financeira, o tempo com os filhos e a construção de um futuro profissional com mais significado.

Portanto, este estudo visa identificar o perfil das mulheres empreendedoras na cidade de Oeiras-PI, bem como descrever os fatores que levaram essas mulheres a empreender, averiguar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no processo de gestão de seus negócios e perceber o nicho predominante para a sustentabilidade do negócio.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipologia da pesquisa

A presente pesquisa é caracterizada como quantitativa e descritiva. A abordagem quantitativa é escolhida por permitir a mensuração objetiva dos dados, oferecendo uma representação numérica da realidade investigada (Gil, 2008). Isso possibilita a análise de padrões, tendências e correlações entre variáveis relevantes ao fenômeno estudado, neste caso, o empreendedorismo feminino. Essa natureza de pesquisa é especialmente útil quando se busca fundamentar a análise em dados coletados de um número representativo de indivíduos, permitindo maior generalização dos resultados.

Segundo Gil (2006), a pesquisa descritiva tem como objetivo central a descrição das características de determinado fenômeno ou a análise das relações entre variáveis. Nesse sentido, a presente pesquisa pretende compreender, com base em dados reais, o perfil da mulher empreendedora do município de Oeiras-PI.

Ainda segundo o autor, uma das principais características da pesquisa descritiva é o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, o que assegura maior precisão, uniformidade e confiabilidade na análise dos resultados.

Complementando essa abordagem, Flick (2012) destaca que a pesquisa quantitativa tem como foco principal quantificar informações e, a partir disso, identificar padrões e relações em contextos determinados. Essa metodologia é especialmente útil quando se busca compreender fenômenos sociais a partir de dados empíricos, construindo uma base sólida para discussões e proposições futuras. Portanto, ao utilizar uma abordagem quantitativa descritiva, o estudo propõe-se a não apenas levantar dados sobre as mulheres empreendedoras, mas também a interpretar esses dados com base em evidências concretas.

3.2 Objeto da Pesquisa

Objeto desta pesquisa compreende o empreendedorismo feminino, com foco nas motivações e desafios vivenciados por mulheres que iniciaram seus próprios negócios. A escolha desse estudo se justifica pela crescente participação das mulheres no mercado empreendedor, fenômeno que tem gerado importantes transformações econômicas, sociais e culturais.

Ao investigar esse fenômeno, busca-se descrever os fatores que levam as mulheres a empreender, averiguar os principais desafios enfrentados durante a implementação e manutenção de seus negócios. Essa pesquisa é relevante não apenas por seu valor acadêmico, mas também por contribuir com dados que podem subsidiar políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo feminino, programas de capacitação e ações de suporte às mulheres empreendedoras.

Além disso, ao focar em um recorte específico - mulheres empreendedoras em Oeiras-PI, a pesquisa busca trazer à tona especificidades regionais que nem sempre são contempladas em estudos de abrangência nacional, valorizando, assim, a realidade local e contribuindo para o desenvolvimento de soluções contextualizadas.

3.3 Participantes da Pesquisa

Mulheres empreendedoras cadastradas no SEMIC (Secretaria Municipal de Indústria e Comércio) entre os anos de 2018 a 2021 participaram da pesquisa de forma voluntária. Todos os procedimentos adotados respeitaram os princípios éticos estabelecidos pela Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, que regulamenta pesquisas com seres humanos na área de Ciências Humanas e Sociais.

As participantes foram previamente informadas sobre os objetivos da pesquisa, a natureza do estudo e benefícios, bem como seus direitos, incluindo o sigilo das informações, o anonimato e a liberdade para desistir a qualquer momento, sem qualquer prejuízo. A concordância com a participação foi formalizada por meio da assinatura virtual do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), enviado eletronicamente e aceito por cada participante antes da coleta dos dados.

3.4 Instrumentos para Coleta de dados

A pesquisa foi realizada por meio de aplicação de questionário desenvolvido na plataforma Google Forms e enviados por meio de redes sociais (WhatsApp e Instagram) das entrevistadas. Segundo Mattar (2008), esse modelo de coleta de dados é autoaplicável, ou seja, o participante lê e preenche o questionário sem que haja a necessidade de intervenção do mediador.

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário (Apêndice A) elaborado a partir de Coleti, Jamile e Moraes (2021), contendo 6 categorias descritas a seguir:

Categoria 1: Perfil da empreendedora

Categoria 2: O empreendimento

Categoria 3: Fatores que motivaram a abertura do negócio

Categoria 4: Características da mulher empreendedora

Categoria 5: Dificuldades e desafios

A categoria 6, foi elaborada com 13 questões segundo a escala Likerti, para mensurar o grau de concordância ou discordância das participantes com relação as afirmações, a saber: não concordo (1), concordo pouco (2), não concordo, nem discordo (3), concordo muito (4); concordo plenamente (5).

A escala Likert, recebe esse nome em homenagem ao seu criador, o cientista social estadunidense Rensis Likert, são conhecidas por serem uma das formas mais confiáveis para medir opiniões, atitudes ou o grau de concordância das pessoas sobre determinado assunto (Vieira e Dalmoro, 2008).

Após a tabulação, os dados foram apresentados e interpretados por meio de tabelas e gráficos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, os dados obtidos são expostos através do questionário que foi aplicado no decorrer desta pesquisa. Em seguida, é feita uma análise dos dados e a percepção que eles refletem. Assim, pretende-se demonstrar um conhecimento coerente e compreensível dos resultados, facilitando para uma análise e um debate posterior.

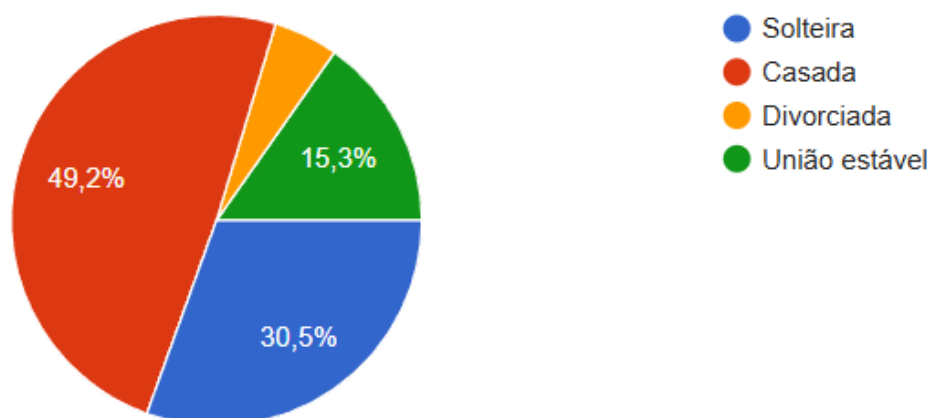
Tabela 3 - Faixa etária das participantes do estudo.

Faixa Etária	Quantidade de participantes	Percentual (%)
18 e 24 anos	8	13,6%
25 a 34 anos	25	42,4%
35 a 45 anos	12	20,3%
Acima de 45 anos	14	23,7%
Total:	59	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

A tabela 3 apresenta a distribuição das mulheres participantes da pesquisa, totalizando 59 respondentes, conforme faixa etária. A análise dos dados revela que 42,4% das entrevistadas pertencem ao grupo de mulheres jovens-adultas, com idade entre 25 e 34 anos. Em seguida, 23,7% afirmaram ter mais de 45 anos, representando o grupo adulto mais maduro. Já as participantes com entre 35 e 45 anos, correspondem a 20,3% do total. Esses dados indicam que a maioria das empreendedoras participantes está na fase jovem-adulta, período geralmente associado ao início e consolidação da vida profissional. Segundo o relatório GEM (2024) quase metade das empreendedoras donas do próprio negócio (48%) no Brasil tem entre 34 e 45 anos, o que demonstra uma tendência nacional que se reflete também no perfil das entrevistadas desta pesquisa.

Gráfico 1- Estado Civil das participantes do estudo

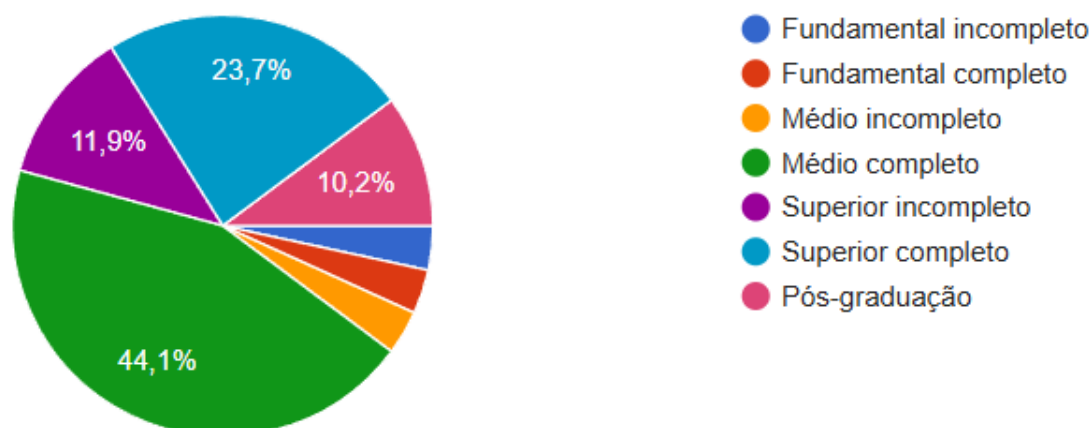


Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

No gráfico 1 apresenta a classificação do estado civil das participantes. Constatou-se que a maioria é composta por mulheres casadas, representando 49,2% do total. Em seguida, 30,5% das respondentes declararam-se solteiras. E 15,3% estão em união estável. Esses dados oferecem subsídios para compreender o contexto familiar das empreendedoras, o qual pode influenciar diretamente na dinâmica de gestão dos negócios, na disponibilidade de tempo e na divisão de responsabilidades dentro e fora do ambiente empresarial.

Nesse sentido, Welsh et al. (2014), destaca um ponto crucial no empreendedorismo feminino: a importância do suporte família, uma vez que muitas mulheres exercem jornadas duplas ou triplas, acumulando funções relacionadas ao trabalho, casa e aos cuidados com os filhos.

Gráfico 2 - Escolaridade das participantes



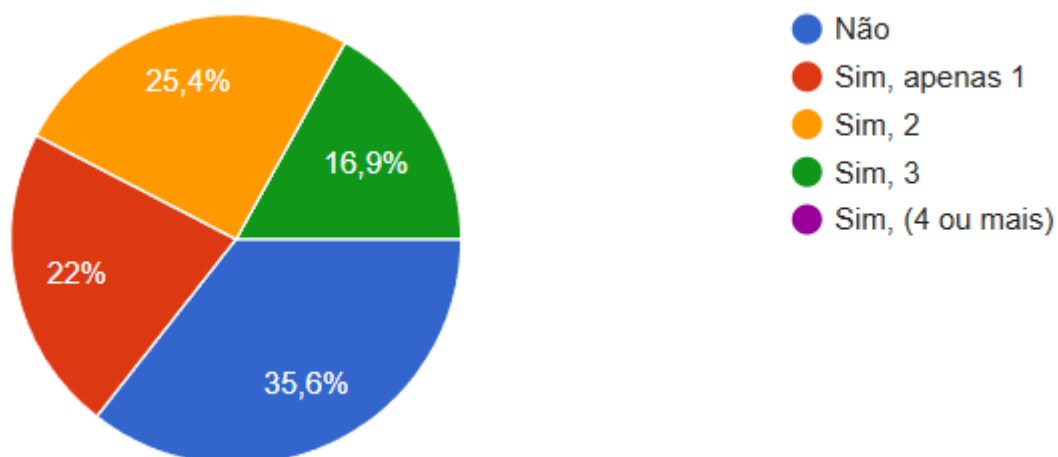
Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

No gráfico 2 apresenta o nível de escolaridade das participantes. Verificou-se que maioria das empreendedoras possuem ensino médio completo, representando 44,1% do total. Em seguida, 23,7% das respondentes concluíram o ensino superior, enquanto 11,9% possuem o ensino superior incompleto. Além disso, 10,2% das participantes afirmaram ter cursado pós-graduação.

Embora uma parcela significativa das empreendedoras tenha alcançado o ensino superior, a maior concentração ainda se encontra entre aquelas com ensino médio completo. Isso pode refletir diferentes realidades de acesso à educação formal, bem como diferentes trajetórias de inserção no empreendedorismo, que nem sempre estão vinculadas à formação acadêmica, mas, muitas vezes à necessidade de geração de renda ou à busca por autonomia financeira.

De acordo com dados do GEM (2024) houve um aumento expressivo no nível de escolaridade das empreendedoras brasileiras entre 2014 a 2024: o percentual de mulheres com ensino superior incompleto ou mais subiu de 20,9% para 34,5% enquanto o ensino médio completo de 32,1% para 37,9%.

Gráfico 3 - Percentual de empreendedoras que possui filhos



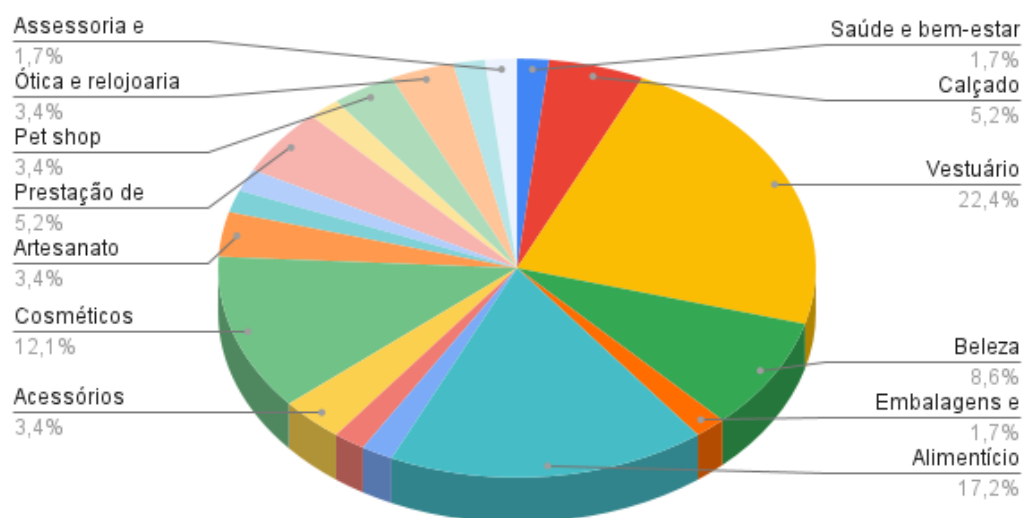
Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

No gráfico 3 evidenciou-se o percentual das empreendedoras que possuem filhos. A ausência de filhos em 35,6 % das empreendedoras pode indicar que um segmento da amostra tem maior disponibilidade para dedicar-se integralmente ao negócio, sem interferências domésticas. Uma parcela de 22% das participantes tem apenas 1 filho, enquanto 25,4% tem dois filhos e 16,9% possuem três filhos, o que sugere uma tendência à constituição de famílias com mais integrantes.

Apesar da maior proporção de mulheres sem filhos, é expressiva a quantidade de mulheres que exercem a maternidade em diferentes âmbitos familiares.

Como apontam Melo et al. (2007, p.436), historicamente foi atrelado a mulher o papel biológico, especificamente a maternidade e os afazeres domésticos. Essa combinação fez com que a mulher fosse restrita ao espaço privado, ou seja, a família, ao lar, reforçando a ideia de que seu lugar natural é cuidar da casa e dos filhos.

Gráfico 4 - Total de empreendimentos segundo ramo de atuação.



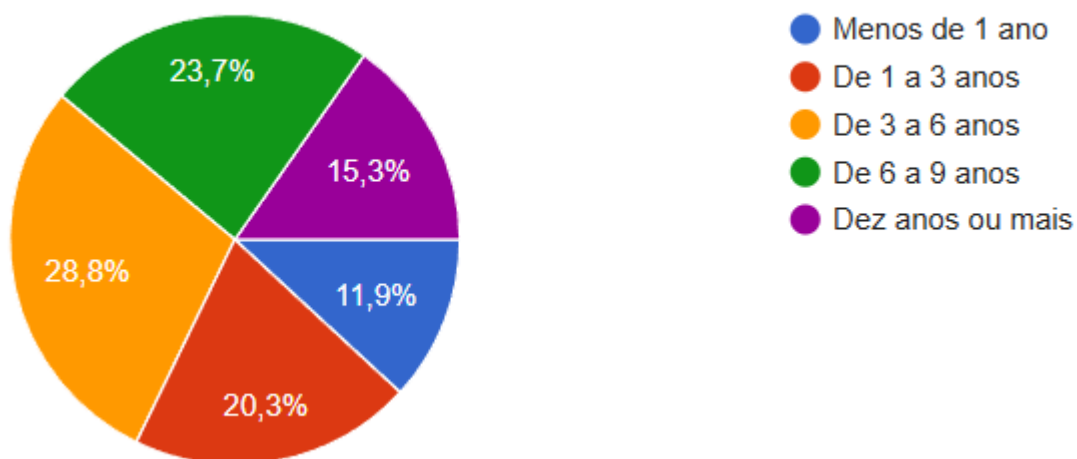
Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

No gráfico 4 destacou-se o total de empreendimentos segundo ramo de atuação das participantes da pesquisa. Os dados revelam uma maior concentração no setor de vestuário, com 22,4% das empreendedoras atuando nessa área. Em seguida, evidenciou-se o setor alimentício com 17,2% seguido pelo ramo de cosméticos, com 12,1%.

Essa distribuição sugere uma predominância de atividades tradicionalmente associadas ao empreendedorismo feminino. Tais setores, além de exigirem investimentos iniciais relativamente baixos, possibilitam maior flexibilidade de horários e gestão mais autônoma, fatores que podem contribuir para a escolha dessas áreas por parte das mulheres, especialmente aquelas que buscam conciliar trabalho e responsabilidades familiares.

Além disso, os setores identificados possuem forte apelo mercadológico e alta rotatividade de clientes, o que pode favorecer a sustentabilidade do negócio, especialmente em contextos locais ou informais.

Vale ressaltar que os dados desta pesquisa divergem da perspectiva apresentada por Longenecker et al. (2011) que afirma haver uma predominância feminina no setor da prestação de serviços. Tal contradição reforça a importância de considerar as especialidades regionais e contextuais no estudo do empreendedorismo feminino.

Gráfico 5 - Tempo de atuação do empreendimento

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

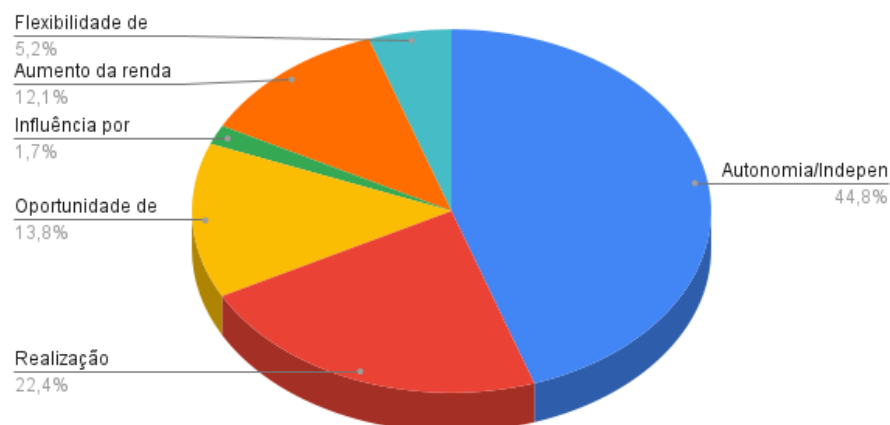
O Gráfico 5 apresenta o tempo de atuação dos empreendimentos liderados pelas participantes da pesquisa. Verificou-se um predomínio de empreendedoras com experiência consolidada no setor, sendo que 28,8% das participantes atuam de 3 a 6 anos e 23,7% entre 6 e 9 anos. Esse recorte evidencia que mais da metade das respondentes (52,5%) já possui trajetória consolidada no empreendedorismo, superando os três anos de atividade, o que pode refletir um grau significativo de estabilidade, amadurecimento do negócio e adaptação as dinâmicas ao mercado local.

Por outro lado 20,3%, das mulheres estão empreendendo de 1 a 3 anos caracterizando um processo inicial em fase de consolidação. Observou-se também que 11% das entrevistadas atuam há menos de um ano, representando o grupo mais recente e possivelmente mais vulnerável às dificuldades iniciais típicas do processo empreendedor.

Destacou-se ainda que 15,3% das empreendedoras declararam ter 10 anos ou mais, no mercado, evidenciando a presença de empreendedoras experientes, com trajetória sólida e potencial contribuição como referência ou liderança em seus respectivos segmentos.

Corroborando com esses dados, uma pesquisa realizada por Jonathan (2003), aponta que as mulheres estão à frente de 52% das organizações analisadas, assumindo posição majoritária na gestão empresarial. O estudo também indica que empresas lideradas por mulheres tendem a permanecer em atuação pelo menos cinco anos, o que reforça a competência em gestão e a capacidade de sustentação desses empreendimentos no tempo.

Gráfico 6- Fatores que motivaram a abertura do negócio



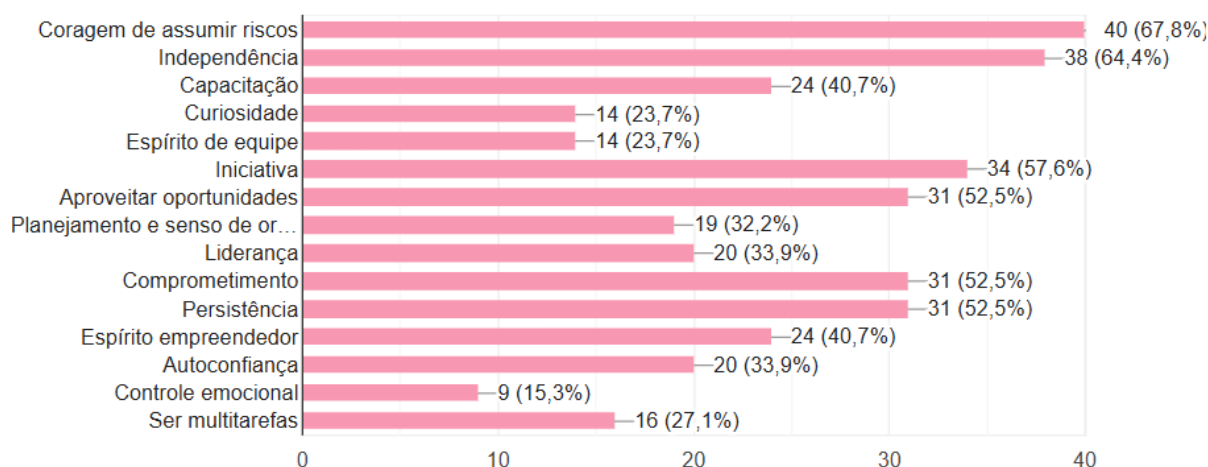
Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 6 sinaliza os fatores que motivaram a abertura dos empreendimentos pelas participantes da pesquisa. Os dados revelaram que a principal motivação para o ingresso no empreendedorismo foi a busca por autonomia e independência financeira, mencionada por 44,8% das respondentes. Em segundo lugar, 22,4% destacaram a realização pessoal como fator motivador, enquanto 13,8% afirmam que identificaram uma oportunidade de mercado. Por fim, 12,1% afirmaram que o aumento da renda familiar foi o principal impulso para empreender.

Esses resultados demonstraram que o empreendedorismo tem sido percebido como um caminho para o fortalecimento da autonomia das mulheres e para a conquista de maior controle sobre sua vida financeira. A presença da realização pessoal como segunda motivação evidencia a natureza pessoal e exclusiva do ato de empreender, relacionado ao desejo de autossuperação, reconhecimento e construção de um projeto próprio.

Por outro lado, a menor incidência de respostas relacionadas a identificação de oportunidades de mercado e à complementação da renda familiar pode indicar que o empreendedorismo, para essas mulheres, está mais vinculado a objetivos de empoderamento e realização pessoal do que a necessidades econômicas imediata.

Nesse sentido, Borges, Barroso e Moreira (2012), também apontam que a independência financeira é uma das razões que levam um indivíduo a empreender, o que alinha aos dados encontrados nessa pesquisa, conforme evidenciado na figura 7, onde a autonomia/independência financeira alcançou a maior pontuação, com 44,8%.

Gráfico 7 - Característica da mulher empreendedora

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

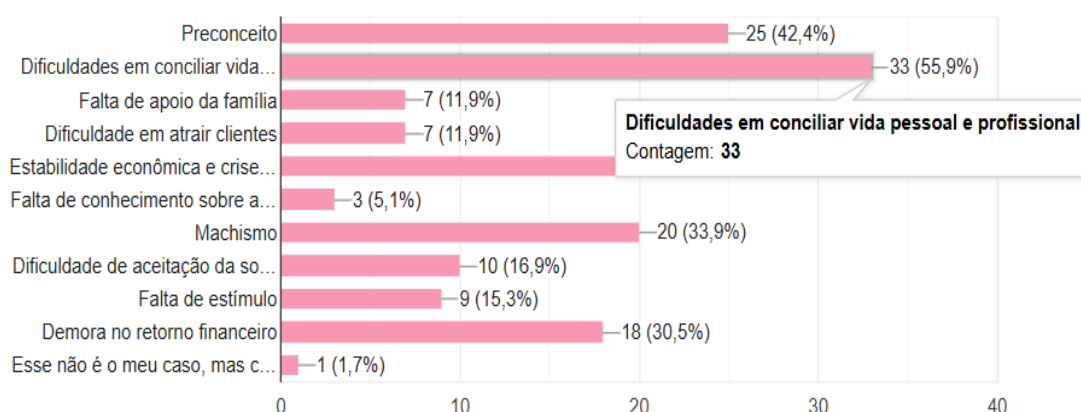
O gráfico 7 evidencia as principais características das mulheres empreendedoras participantes da pesquisa. A característica mais mencionada a coragem de assumir riscos, apontada por 67,8% das respondentes, seguida pelo senso de independência (64,4%) e pela iniciativa (57,6%). Esses dados revelaram traços fortemente associados ao perfil empreendedor, conforme descrito na literatura (McClelland & Burham, 1987; Dornelas, 2020, p.79), demonstrando a disposição dessas mulheres para enfrentar desafios, tomar decisões autônomas e agir de forma proativa na gestão de seus negócios.

A predominância dessas características também sugere um alinhamento entre o comportamento empreendedor e a necessidade de superação de barreiras estruturais presentes no ambiente de trabalho, como acesso restrito ao crédito, a sobrecarga da dupla jornada de trabalho e a limitada inserção em redes formais de apoio. Dessa forma, tais atributos podem ser interpretados como fundamentais para a manutenção, sustentabilidade e crescimento de seus empreendimentos.

Vale ressaltar que as empreendedoras apresentam um conjunto de características que torna única a maneira de gestão de uma empresa, contribuindo assim para um modelo de gestão mais participativo e menos hierárquico, marcado pelo cuidado e pela valorização das relações interpessoais. Esse tipo de liderança favorece o diálogo e à construção coletiva de soluções, sendo uma vantagem na resolução de conflitos até mesmo em ambientes predominantemente masculinos (Silva, Santos, 2018).

Nesse sentido, Coleti, Jamile e Moraes (2021), destacam que as mulheres apresentam qualidades como sensibilidade, empatia, escuta ativa e disposição para ajuda, o que facilita a comunicação com clientes, colaboradores e sociedade em geral. Além disso, elas demonstram uma notável capacidade de executar várias tarefas simultaneamente, acumulando funções no lar, no cuidado com os filhos e na condução de seus negócios, o que revela um perfil resiliente e adaptável as diferentes exigências da vida cotidiana e profissional.

Gráfico 8 - Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 8 elenca as dificuldades e desafios enfrentados pelas mulheres ao empreender. Os dados apontaram que 55,9% das mulheres tem dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional, esse dado está profundamente enraizado na condição da dupla jornada vivenciada por muitas mulheres com afazeres domésticos e cuidados familiares.

Em seguida, 42,4% das mulheres mencionaram o preconceito como uma das barreiras enfrentadas no contexto empreender. Esse preconceito, muitas vezes velado manifesta-se por meio da desvalorização da autoridade feminina e da ausência de reconhecimento institucional e social.

O machismo, citado por 33,9% das respondentes, revela a persistência de construções culturais que atribuem às mulheres, de forma quase automática, a responsabilidade exclusiva pelas tarefas domésticas. Essa visão tradicional reforça estigmas e contribui para a desconfiança em relação à capacidade feminina de gerir e liderar negócios.

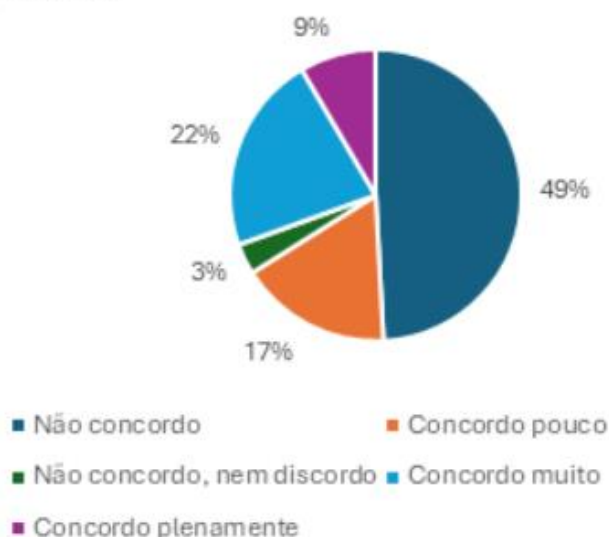
Os resultados corroboram com a pesquisa de Couto (2013) que identificou que as mulheres enfrentam dificuldades para equilibrar a vida pessoal e profissional devido ao

acúmulo de funções, agravado, em muitos casos, pela ausência de um sócio com quem possam dividir as responsabilidades do empreendimento.

Diante desse contexto, fortalecer o empreendedorismo feminino como uma via de autonomia e transformação social sustentável — e não como uma fonte de esgotamento ou invisibilidade — exige a implementação de políticas públicas eficazes, bem como práticas corporativas inclusivas. É imprescindível promover medidas que garantam o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, o empoderamento feminino e o acesso igualitário a oportunidades e recursos no ambiente de negócios.

Gráfico 9 - Dificuldades em abrir o próprio negócio por ser mulher

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

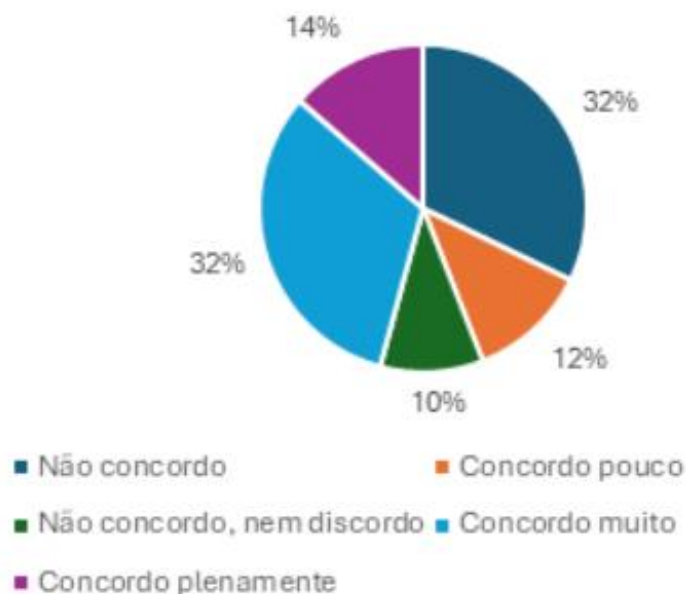
O gráfico a 9 expõe o nível de dificuldade que as participantes da pesquisa enfrentaram no processo de abertura do próprio negócio. De acordo com os dados coletados, a maioria das participantes (49%) relataram não ter enfrentado obstáculos relacionados ao gênero durante essa etapa. Em contrapartida, 17% afirmaram ter enfrentado algum tipo de dificuldade, ainda que em menor grau. Além disso, 3% das participantes declararam neutras, demonstrando uma parcela que se mostra indecisa ou neutra, o que pode indicar uma percepção ambígua ou falta de clareza sobre a influência do gênero no processo.

Esses resultados revelaram uma percepção predominantemente positiva quanto as possibilidades de empreender, independentemente do gênero. No entanto, essa percepção não anula as dificuldades enfrentadas por empreendedoras em setores historicamente dominados por homens. Conforme Botelho et al. (2008), os maiores desafios para mulheres ao abrirem o

próprio negócio se concentram na inserção em áreas tradicionalmente masculinas, como o setor de tecnologia da informação, onde há baixa representatividade feminina e barreiras de entrada mais evidente. Essa realidade foi refletida na pesquisa realizada, na qual não foi registrada nenhuma empreendedora atuando no ramo da tecnologia da informação.

Gráfico 10 - Falta de apoio de lideranças femininas

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 10 demonstra a percepção das empreendedoras sobre a presença e o apoio de lideranças femininas no processo de empreender. Os dados revelaram um cenário dividido: 32% das participantes afirmaram não sentir falta desse apoio, enquanto outra parcela equivalente a 32% relatou algum nível de ausência desse apoio. Ademais, 14% das respondentes afirmaram sentir grande carência nesse aspecto, evidenciando que, para uma parte significativamente da amostra, a presença de lideranças femininas é limitada ou insuficiente.

Esse dado chama atenção para a importância da representatividade feminina em posições de influência, tanto como modelo inspirador quanto como rede de suporte para novas empreendedoras. Nesse sentido, Teixeira (1998) define liderança como o “processo de influenciar outros de modo a conseguir que façam o que o líder quer que seja feito, ou ainda, a capacidade de influenciar um grupo a atuar no sentido da prossecução dos objetivos do grupo”. Essa definição destaca a importância do papel das líderes na mobilização, orientação e

fortalecimento de outras mulheres no contexto empreendedor.

Portanto, a ausência de lideranças femininas visíveis pode representar uma lacuna não apenas em termos de representatividade, mas também no suporte prático e emocional necessário para que mais mulheres se sintam encorajadas, preparadas e legitimadas a empreender.

Gráfico 11 - Dificuldades em desenvolver seu negócio

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O Gráfico 11 apresenta o grau de dificuldade relatado pelas respondentes no desenvolvimento de seus negócios. Uma parcela de 36% das participantes afirmou não ter enfrentado nenhuma dificuldade significativa, indicando um cenário positivo para esse grupo. Por outro lado, 30% das empreendedoras selecionaram a opção “não concordo”, sinalizando a presença de algumas dificuldades moderadas durante o processo de desenvolvimento do empreendimento.

Além disso, 7% das participantes afirmaram “concordo plenamente”, demonstrando que enfrentam dificuldades expressivas no processo de crescimento e consolidação dos seus negócios. Também foi registrado que 12% das respondentes se mostraram neutras diante da questão, ao optarem por “não concordo e nem discordo”, o que pode indicar vivências ambíguas ou falta de clareza na avaliação dos obstáculos enfrentados.

Esses dados revelam diversidade de experiências, onde algumas empreendedoras conseguem desenvolver seus empreendimentos sem muitas dificuldades, enquanto outras

encontram barreiras mais evidentes o que pode estar relacionado com a falta de experiências, conhecimento técnico ou apoio financeiro.

Nesse contexto, a Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE, 2015), aponta que as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores em geral envolvem aspectos financeiros (30%), gestão de pessoas (27%) e planejamento corresponde a (25%). Outras dificuldades relatadas incluem o marketing (12%) enquanto as demais variáveis somam 6%. Esses fatores refletem desafios estruturais comuns, que, quando não superados, podem comprometer o sucesso e a longevidade dos empreendimentos.

Gráfico 12 - Tenho dificuldade em equilibrar vida pessoal com a profissional

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O Gráfico 12 apresenta as percepções das empreendedoras quanto à dificuldade de conciliar a vida pessoal com a profissional. Os dados revelaram que 36% das participantes afirmaram não encontrar dificuldades nesse equilíbrio, indicando que uma parcela significativa das mulheres consegue administrar satisfatoriamente suas múltiplas responsabilidades. Por outro lado, temos um percentual de 15% das participantes demonstra ter certo nível de dificuldade nessa demanda.

Em contrapartida, 30% das respondentes afirmaram “concordar muito” com a dificuldade de conciliação, demonstrando que, embora não de forma extrema, reconhecem os desafios envolvidos na gestão simultânea da vida pessoal e profissional. Já 15% das

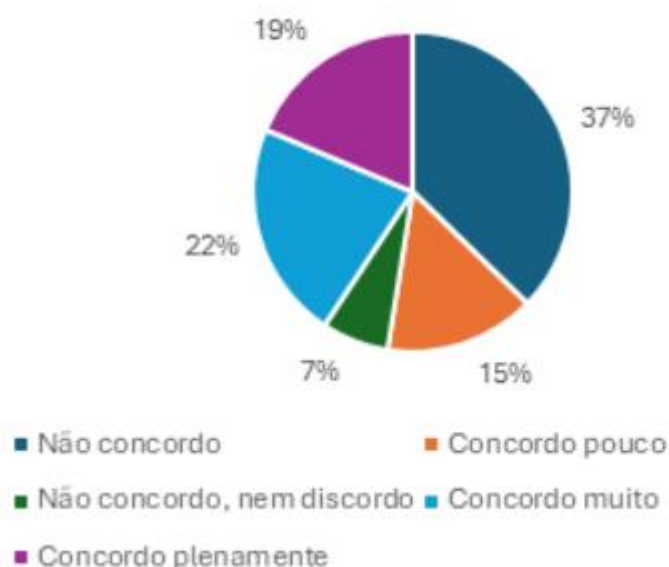
empreendedoras relataram ter certo nível de dificuldade, o que reforça a complexidade da rotina feminina empreendedora.

O percentual de 12% que optou por “não concordo, nem discordo” sugere uma posição neutra ou, possivelmente, uma falta de percepção clara sobre os impactos da conciliação dessas duas esferas. Por fim, 7% das participantes marcaram “concordo plenamente”, revelando um grupo que enfrenta obstáculos significativos ao tentar equilibrar demandas profissionais com questões familiares e pessoais.

Esses dados refletem a diversidade de experiências entre as empreendedoras quanto ao equilíbrio entre os âmbitos da vida, sendo influenciadas por fatores como apoio familiar, estrutura do negócio, número de filhos e rede de apoio. De acordo com Quental e Wetzel (2002), muitas mulheres optam pelo empreendedorismo justamente pela flexibilidade e autonomia que ele proporciona, como forma de conciliar as exigências da vida pessoal com as do trabalho.

Gráfico 13 - Tenho medo constante de fracassar

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 13 apresenta os dados referentes ao medo de fracassar nos negócios entre as participantes da pesquisa. Cerca de 37% das empreendedoras marcaram a opção “não concordo”, indicando que não se sentem impactadas por esse receio em sua trajetória.

Em contrapartida, 22% das respondentes afirmaram “concordo muito” revelando que o medo do fracasso está presente e pode afetar negativamente na tomada de decisões estratégicas

e no desenvolvimento de seus empreendimentos. Além disso, uma parcela expressiva, 19% declarou “concordo plenamente” demonstrando preocupação constante com a possibilidade de insucesso.

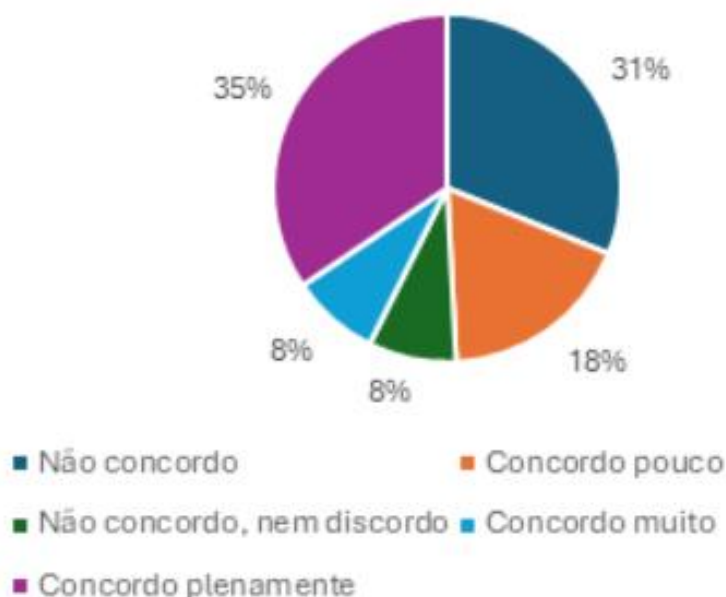
Outras 15% disseram “concordo pouco”, que reconhecendo esse medo em nível moderado, o que pode representar uma barreira emocional relevante no processo de tomada de decisão e crescimento do negócio. Por fim, 7% das respondentes escolheram a opção “não concordo nem discordo”, posicionando-se de forma neutra em relação ao sentimento de insegurança.

Compreender e enfrentar esse receio é essencial para o fortalecimento emocional das mulheres empreendedoras, favorecendo um perfil mais resistente, autônomo e seguro, capaz de lidar com os desafios e incertezas de mercado.

Segundo Cacciotti, et al. (2016), o medo do fracasso é tido como uma experiência emocional temporária, porém impactante, que pode influenciar diretamente decisões, comportamentos e ações ao longo da trajetória empreendedora.

Gráfico 14 - Foi fácil escolher um nicho e torná-lo lucrativo

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 14, apresenta a opinião das empreendedoras com relação à escolha do nicho para atuação. Os dados da pesquisa revelam que 35% das respondentes consideraram fácil a

escolha do segmento que atuariam.

Por outro lado, 31% relataram ter enfrentado dificuldades nesse processo. Ainda, 18% afirmaram “concordo pouco”, o que sugere um discernimento parcial de dificuldades, o que indica incerteza ou falta de clareza no momento da escolha do segmento.

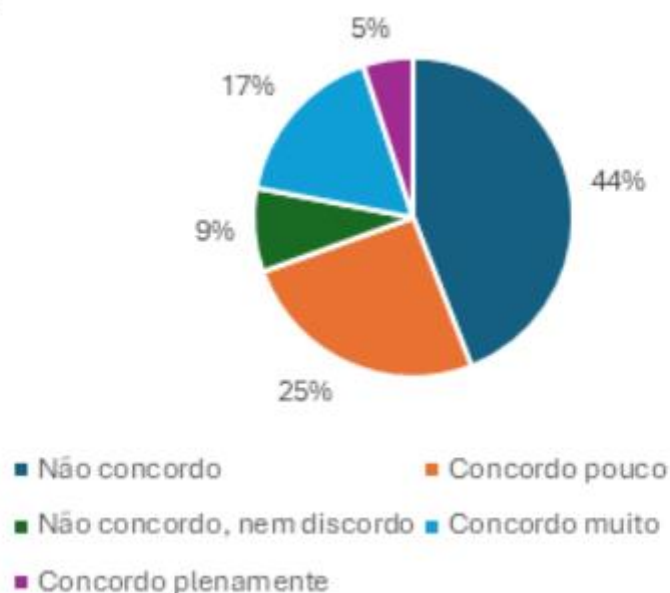
Observa-se também que 8% escolheram “não concordo”, indicando que não consideraram essa definição. Outros 8% marcaram não concordo, nem discordo, indica a indecisão ou neutralidade nesse processo.

Esses dados evidenciam que, embora parte significativa das mulheres empreendedoras tenha definido seu segmento com facilidade, uma parcela considerável ainda enfrenta desafios estratégicos no momento de delimitar sua área de atuação no mercado.

De acordo com Matte (2023), a escolher do nicho vai além de uma simples estratégia comercial. Ela desempenha um papel crucial no crescimento e na sustentabilidade de um negócio. Em um mercado onde as opções são basicamente infinitas, ser especialista em uma área específica permite ao empreendedor se destacar, oferecendo produtos ou serviços diferenciados conquistando assim a confiança do seu público-alvo.

Gráfico 15 - Sinto dificuldades em delegar tarefas

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 15 representa as dificuldades que as empreendedoras têm em delegar tarefas em seus negócios. De acordo com os dados da pesquisa, 44% das respondentes indicaram não

ter dificuldades nesse aspecto, demonstrando segurança em distribuir responsabilidades dentro do empreendimento.

Por outro lado, 25% das participantes indicaram “concordo pouco” sugerindo um certo nível de dificuldade. Além disso, 17% afirmaram “concordo muito” sugerindo que enfrentam algum nível de resistência em delegar funções.

Uma parcela menor das entrevistadas optou por se manter neutro, não concorda, nem discorda indicando que não possuem uma opinião a respeito do tema.

Delegar tarefas é uma habilidade essencial para a gestão eficiente e o crescimento do negócio. Nesse sentido, Bernabei (2013, p. 177) destaca que, por mais que a intuição do líder seja inovadora e visionária, ela pode ser limitada ou até comprometida se não houver uma equipe capacitada e envolvida na execução das tarefas. A delegação correta, não apenas viabiliza a realização da visão empreendedora, como também pode superar expectativas iniciais, abrindo novas possibilidades e conexões dentro da organização.

Gráfico 16 - Apoio da minha família

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O Gráfico 16 apresenta a percepção das empreendedoras em relação ao apoio familiar em seus empreendimentos. A pesquisa revelou que a maioria das participantes (54%) afirmaram contar com o apoio da família, indicando que o suporte familiar é uma realidade presente para grande parte das respondentes.

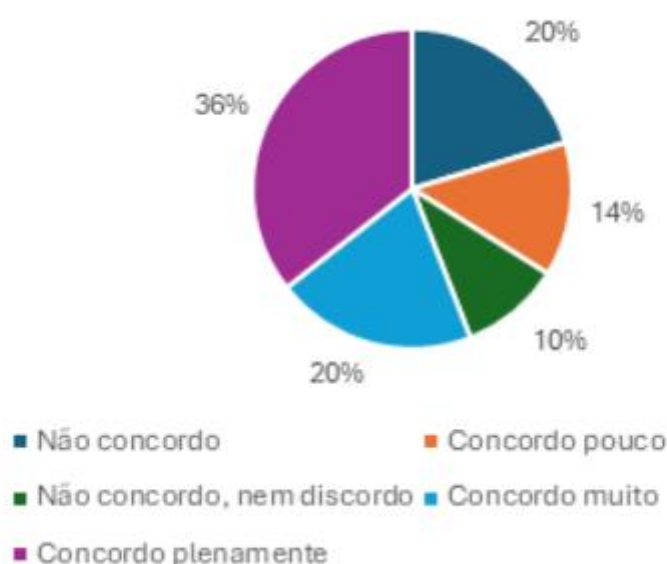
Por outro lado, 14% afirmaram sentir muita falta do apoio familiar, e 15% relataram “concordar pouco”, o que sugere que essa parcela reconhece certa carência ou insuficiência de suporte em sua jornada empreendedora. Além disso, 15% das participantes se posicionaram de forma neutra, marcando “não concordo, nem discordo”, o que pode indicar indefinição ou ambiguidade quanto ao nível de envolvimento da família. Uma minoria de 2% afirmou não contar com nenhum apoio familiar, o que evidencia situações de maior vulnerabilidade.

Esses dados demonstram que, embora a maioria das empreendedoras perceba o apoio da família como presente, ainda existe uma parcela significativa que enfrenta essa trajetória com pouca ou nenhuma rede de suporte, o que pode impactar diretamente no equilíbrio emocional, na tomada de decisões e no crescimento do negócio.

Welsh et al (2013), afirma que para a mulher empreendedora se sinta mais segura o apoio familiar é fator essencial. O apoio sentimental e em alguns casos, o financeiro, contribui para aumentar o nível de confiança da empreendedora, fazendo com que ela enfrente os desafios com maior determinação.

Gráfico 17 - Sinto que minhas expectativas são correspondidas de acordo com meu negócio

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O Gráfico 17 trata da relação entre expectativa e realidade no desenvolvimento dos negócios das empreendedoras. De acordo com os dados, 36% das mulheres afirmaram que suas

expectativas foram atendidas, o que demonstra um nível de realização profissional alinhado aos objetivos traçados no início da jornada empreendedora.

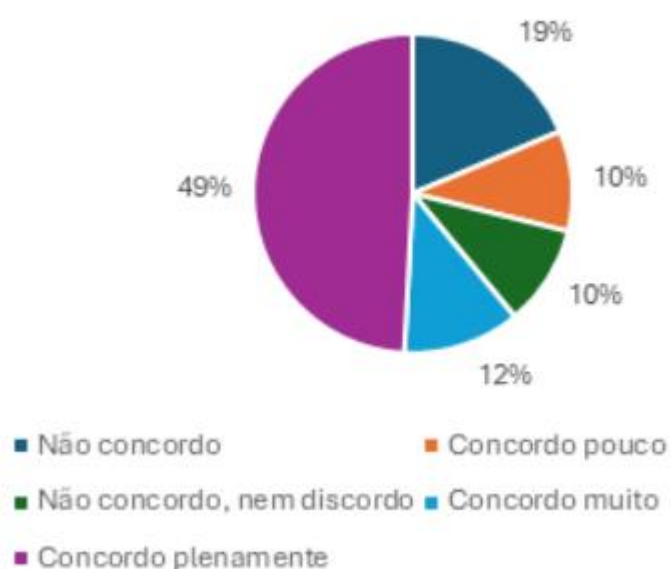
Em contrapartida, 20% das participantes relataram que suas expectativas não foram correspondidas, o que pode refletir frustrações, desafios imprevistos ou mudanças no cenário de atuação. Outro grupo, equivalente a 20%, apontou enfrentar desajustes entre o que esperavam e o que conseguiram alcançar, sinalizando a necessidade de revisão de estratégias ou readequação de metas.

Além disso, 10% das respondentes afirmaram não saber ou não poder responder à questão, justificando-se pela fase ainda inicial de seus negócios, o que impossibilita uma avaliação mais concreta entre expectativa e realidade.

Esses dados refletem uma variedade de experiências na gerência de seus empreendimentos, variando entre a satisfação plena com o progresso alcançado e a necessidade de ajustes nos objetivos ou na abordagem do negócio.

Gráfico 18 - Existe mais empreendedorismo masculino do que feminino

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 18 evidencia percepção as empreendedoras quanto a predominância masculina no ambiente empreendedor. Os dados revelaram que 61% das respondentes “concordam plenamente” que existe mais empreendimentos liderados por homens do que por

mulheres, indicando uma desigualdade no acesso e na representação no meio empresarial.

No entanto, 19% marcaram o campo “não concordo” demonstrando uma visão contrária, talvez influenciada por experiências pessoais ou perceber uma maior inclusão das mulheres no empreendedorismo. Já 10% se posicionaram de forma neutra, marcando a opção “nem concordo, nem discordo”. No mesmo contexto, 10% optaram por marcar “concordo pouco”, sugerindo que embora empreendimentos masculinos em maior número, há uma visão de que as mulheres estão ganhando espaço no meio empreendedor.

Os dados da pesquisa evidenciaram que embora haja um crescimento significativo de empreendimentos liderados por mulheres, ainda persiste um desequilíbrio de gênero perceptível com uma maioria das mulheres reconhecendo a maior presença de homens nesse meio.

Essa percepção é corroborada pelos dados da pesquisa GEM (2024), que apontam que, entre 16,4 milhões de novos empreendedores no Brasil, 56% são homens, e 44% são mulheres. Tal disparidade confirma o que as empreendedoras relataram na pesquisa, demonstrando que, embora as mulheres estejam ampliando sua presença no setor, a equidade de gênero ainda não foi plenamente alcançada.

Gráfico 19 - Dificuldades em conciliar casamento, filhos e casa com a vida profissional

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 19 analisa o nível de dificuldades que as participantes da pesquisa enfrentam para conciliar casamento, filhos e casa com vida profissional. Segundo os dados, 44% das

mulheres afirmaram não ter dificuldade significativas nesse aspecto. Esse dado revela que muitas mulheres estão superando desafios tradicionais.

Uma parcela de 16% marcou a opção “concordo pouco”, indicando que, embora reconheçam algum grau de dificuldade pôde de alguma forma adaptar-se aos desafios impostos. No entanto, 30% das respondentes (somando “concordo muito” e “concordo plenamente”) afirmaram enfrentar dificuldades mais intensas, o que pode refletir a realidade de mulheres com jornadas duplas (no trabalho e no lar), dificuldades com financiamentos como também fatores socioculturais.

Além disso, 10% das participantes não souberam responder a questão, o que pode refletir situações ambíguas, múltiplas interpretações ou um cenário ainda em transição em suas realidades pessoais e profissionais.

Conforme afirma McGowan (2012) a dificuldade em conciliar o trabalho decorre, em parte, do conflito entre papéis socialmente atribuídas as mulheres como o cuidado da casa e dos filhos e a necessidade de se dedicar ao seu empreendimento.

Gráfico 20 - Acredito que o empoderamento feminino tem influenciado diretamente no empreendedorismo

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 20 sinaliza o quanto o empoderamento feminino tem influência direta no empreendedorismo. Os percentuais “concordo muito” e “concordo plenamente” somam 86%

das respondentes, indicando que a maioria reconhece o impacto significativo do empoderamento feminino no empreendedorismo, contribuindo para o sucesso empresarial das mulheres.

Por outro lado, uma pequena parcela (9%) das participantes não demonstraram opinião formada sobre o impacto do empoderamento no empreendedorismo feminino, sugerindo a necessidade de mais conscientização ou experiências diretas relacionadas ao tema.

Nesse contexto, Berth (2018), destaca que o empoderamento das mulheres representa uma ruptura nas estruturas patriarcais, especialmente dentro do ambiente familiar. Essa transformação atinge diretamente o poder historicamente conferido ao homem, desafiando a manutenção de seus privilégios de gênero. O empoderamento, portanto, promove autonomia sobre o próprio corpo, liberdade de escolha, combate ao abuso físico e emocional, além do direito a tomada de decisões que afetam suas vidas e famílias.

Gráfico 21 - Tenho dificuldades em sair da informalidade para a formalidade do meu negócio

59 Respostas



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

O gráfico 21 observa o processo de transição da informalidade para a formalidade no contexto empresarial feminino, 47% das mulheres afirmaram não ter tido dificuldade nesse processo, indicando uma transição tranquila na formalização de seus empreendimentos.

No entanto 20% das respondentes reconheceram que houve um nível de dificuldade

nesse processo. Ademais, 14% das mulheres afirmaram ter tido dificuldade significativas no processo de transição de um modelo de negócio informal para formal.

Embora a maior parte das empreendedoras saíram da informalidade com relativa facilidade, ainda existe uma quantidade significativa que experimentou esse obstáculo, o que pode estar relacionado a falta de informação sobre regulamentação e/ou dificuldade de cumprir exigências legais.

De acordo com o Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil (PNUD/MDIC, 2024), ainda que o percentual de formalização de empreendimentos liderados por mulheres seja maior do que o dos homens (23% contra 18%), a informalidade ainda alta. Devido as dificuldades enfrentadas pelas mulheres que as impedem de cumprir as obrigações legais necessárias para formalização de seus negócios. Como resultado essas empreendedoras acabam não conseguindo recursos financeiros destinados a empresas formais, o que continua a exclusão e limita o crescimento de seus empreendimentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino é um ramo de negócio em que a cada ano que passa mais mulheres estão ingressando no mercado de trabalho e de acordo com a pesquisa realizada em Oeiras, evidencia-se o crescimento de empreendimentos liderados por mulheres.

Ao analisar o perfil das empreendedoras da cidade de Oeiras, revelou-se tratar-se de um grupo de mulheres com faixa etária entre 25 e 34 anos com nível de escolaridade médio completo e que apesar das dificuldades encontradas elas representam uma inovação no mercado de trabalho.

Dentre as contribuições deste estudo pode-se destacar que pela primeira vez, foi identificado o perfil das empreendedoras do município de Oeiras-PI, contribuindo com o catalogo de informações da Secretária de Indústria e Comercio da cidade. A presente pesquisa se baseia em dados empíricos, o que torna imprescindível discutir os aspectos sociais implicados e suas consequências concretas tanto na vida das empreendedoras quanto na sociedade em geral. Vale ressaltar que o estudo evidenciou as dificuldades que as mulheres encontram em conciliar a vida profissional e pessoal, como também a falta de suporte de lideranças femininas.

Com relação ao que motivou as mulheres empreendedoras na abertura do seu próprio negócio, destacou-se a autonomia e independência financeira e a realização pessoal. No entanto, os principais desafios e dificuldades elencados por essas mulheres foram: dificuldade em conciliar vida pessoal e a profissional, preconceito e o machismo.

É importante destacar que a autora desta pesquisa também é empreendedora e vivenciou, na prática, os desafios analisados. Durante o período em que esteve à frente do seu próprio negócio, enfrentava uma jornada dupla, dividindo-se entre a gestão da empresa, os cuidados com a casa e a criação de sua filha. Diante das dificuldades para conciliar todas essas responsabilidades, optou por encerrar o empreendimento e dedicar-se exclusivamente à maternidade. Essa experiência pessoal reforça a complexidade do cenário enfrentado por muitas mulheres que desejam empreender.

E por fim, constatou-se que as mulheres participantes desta pesquisa possuem as características necessárias para ter um empreendimento que são: coragem de assumir riscos, independência, iniciativa, aproveitar as oportunidades, comprometimento, persistência e liderança.

Com os resultados desse estudo conclui-se, portanto, que as mulheres empreendedoras analisadas apresentam características alinhadas com o perfil empreendedor recomendado pela

literatura, o que pode contribuir para o sucesso e o crescimento de seus negócios no mercado de trabalho.

Como sugestão para trabalhos futuros, recomenda-se pesquisas que envolvam aspectos emocionais que não foram contemplados desse estudo.

Por fim, o presente estudo corrobora com a importância do empreendedorismo feminino não só em Oeiras-PI, mas em todo o Estado do Piauí e no Brasil. Ao mesmo tempo, percebe-se a necessidade de políticas públicas voltadas para o incentivo e a valorização do trabalho das mulheres empreendedoras. Deste modo, acredita-se que à medida que esse trabalho vai se expandindo, mais mulheres encontrarão oportunidades para desenvolverem seu próprio negócio e serem protagonistas de seus empreendimentos.

REFERÊNCIAS

- AUAD, D. Feminismo: que história é essa? Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades vivenciadas em histórias de vida. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), 2014.
- BERNABEI, P. MENEGHETTI, ANTÔNIO. Colaboração, díade, delegação, transfert, sabotagem, incremento. In: Psicologia Empresarial. São Paulo: Foil, 2013. p. 177-194.
- BARROS, A, B; PEREIRA, C, M, M, A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. 2008.
- BEATRICE, A. Why women enter into entrepreneurship? An emerging conceptual framework based on the Peruvian case. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, v. 3, n. 4, p. 43-63, 2012. Disponível em: <https://www.library.iien.bg.ac.rs/index.php/jwee/article/view/96>. Acesso em: 13 jan. 2025.
- BERTH, Joice. O que é empoderamento? Belo Horizonte: Editora Letramento, 2018.
- BORGES, R.C.O.; BARROSO, M.H.G.; MOREIRA, C.A. Gênero e gestão empreendedora: perfil feminino em micro e pequenos negócios em Messejana Ceará. 2012.
- BOTELHO, Louise de Lira Roedel et al. Desafios gerenciais das mulheres empreendedoras: como exercer a liderança em espaços de identidade masculina? O caso da Alpha Tecnologia. 2008.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços; Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). ****Estudo do Empreendedorismo Feminino no Brasil****. Brasília: Membros do Comitê de Empreendedorismo Feminino, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreeendem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil/estudo-do-empreendedorismo-feminino.pdf>
- BRAUN, Ana Claudia; VIERHELLER, Brenda e OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Conflito trabalho-família em executivos: uma revisão sistemática de 2009 a 2014. *Rev. bras. orientac. prof* [online]. 2016, vol.17, n.1, pp.19-30. ISSN 1679-3390.
- CACCIOTTI, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302-325.
- CARDOZO, J. W. DA S. Escolaridade dos empreendedores brasileiros: uma análise sobre os proprietários de negócios iniciais e estabelecidos. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 04, ed. 10 v. 10, p. 129–138, out. 2019.
- CASSOL, N. K. A Produção Científica na área de empreendedorismo feminino: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI). 2006. 136 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.

CEPELLOS, Vanessa Martines. "Mulheres jovens no mercado de trabalho: desafios à vista". Portal FGV (FGV EAESP), 09 mar. 2023.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 1. ed. São Paulo: Manole, 2012.

COLETI, Jamile de Campos; SILVA, Juliana; MORAIS, Lorena Silva. Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil com as mulheres empreendedoras de Frutal - MG. CGE | Rio de Janeiro | v. 9 | n. 2 | mai. – set. 2021.

CONAJE. Resultados da pesquisa 2015. Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. n. 326. Edição: março, 2016.

COUTO, G.G. Mulheres Empreendedoras: perfil das mulheres à frente de micro e pequenas empresas no setor terciário. 2013. 50f. Monografia (Curso de Administração) - Universidade e Federal do Ceará, Fortaleza. 2013.

DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa: uma ideia e uma paixão — como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados (atualmente Sextante), 2006.

DORNELAS, J. C. Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

DORNELAS, J. Introdução ao empreendedorismo: desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo: Empreende, 2018.

DORNELAS, José. Empreendedorismo na prática. São Paulo, SP: Editora Empreende, 2020. 9786587052014.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M.; BRASIL, V. S. A qualidade percebida nos serviços de incubação de empresas. Rev. eletrôn. adm. Porto Alegre. v. 17 n. 3 Porto Alegre sept./dec, 2011.

FIGUEIRA, Amanda. Empreendedorismo materno: quando mães vão à luta 2020. Disponível em: <https://www.personare.com.br/conteudo/empreendedorismo-materno-quando-maes-vaao-luta-2-m6881>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos Negócios. RAUSP. Volume: 34 – Número 2 – abril/junho, 1999.

FLICK, U. Introdução à pesquisa qualitativa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2012.

FRANKEL, L. P. Mulheres lideram melhor que homens. São Paulo: Gente, 2007.

FGV, Fundação Getúlio Vargas: “Educação é cada vez mais importante para recuperar a participação da mulher no mercado de trabalho”. Disponível em: <<https://ibre.fgv.br/blog-da-conjuntura-economica/artigos/educacao-e-cada-vez-mais-importante-para-recuperar-participacao>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2017). Report on Women’s Entrepreneurship. Boston: The Fenway Group.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em 30/12/2024.

GEM Brasil. (2023). Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil 2022-2023 (S. M. de S. S. Greco, Org.). São Paulo: ANEGEPE/Sebrae. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-BR-2022-2023-Livro-Final.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2024.

GEM Brasil; Sebrae. (2024). *Pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor)* [Portal DataSebrae]. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

GEM Brasil; Sebrae. (2023). *Empreendedorismo Feminino* [Pesquisa Especial, portal DataSebrae]. Publicado em 18 abr. 2022, com dados até o 4º trimestre de 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empreendedorismofeminino/>. Acesso em: 26 jun. 2025.

GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HISRICH, R. D., & Peter, M. P. (2004). Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman.

HOFER, C. W; BYGRAVE, W. D. Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 16, n. 2, p. 13-22, 1991.

Hunt, A.& Samman, E. 2016, Empoderamento Econômico das Mulheres: Navegando por Facilitadores e Restrições, Rese Relatório de arco, London: Desenvolvimento no Exterior Instituto de Desenvolvimento.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA (RME). Mães no empreendedorismo: jornadas triplas e seus desafios. Instituto Rede Mulher Empreendedora, 2023. Disponível em: <https://rme.net.br/maes-no-empreendedorismo-jornadas-triplas-e-seus-desafios/>. Acesso em: 02 fev. 2025.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. *Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas*, n. 3, 2003.

LAGES, S. R. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. *Revista Estação Científica*,

v. 1, n. 7, 2005.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W.; PALICH, L. E. Administração de pequenas empresas. 13. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

MARSHALL, A. Princípios de economia. São Paulo: Abril. 1982.

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MATTE, Isabela. Por que escolher um nicho para empreender. Forbes Brasil, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2023/08/isabela-matte-por-que-escolher-um-nicho-para-empreender/>. Acesso em: 07 jul. 2025.

MCCLELLAND, D.C.; BURHAM, D.H. (1987). O poder é o grande motivador. São Paulo: Nova Cultural.

MELO, Hildete; THOMÉ, Débora. Mulheres e Poder: histórias, ideias e indicadores. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

MELO, Hildete Pereira; CONSIDERA, Claudio Monteiro; DI SABBATO, Alberto. Os afazeres domésticos contam. Economia e sociedade: revista do Instituto de Economia da UNICAMP., v. 31, p. 435, 2007

NASCIMENTO, M. F. D. Ser mulher na Idade Média. Textos de História, Brasília, v. 5, n. 1, p. 82-91, 1997.

NASSIF, V. M. J.; GHOBIL, A. N.; AMARAL, D. J. do; Empreendedorismo por Necessidade: O Desemprego como Impulsionador da Criação de Novos Negócios no Brasil. Pensamento & Realidade. 24, 2009.

NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; SIMÕES, F. Mulheres empreendedoras: uma discussão sobre suas competências. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, 2011.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. Revista de Administração Pública, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

PORTELA, J. A. Os rolos das mulheres na Antiguidade Clássica: adereços de cultura ou livros de leitura? Ágora - Estudos Clássicos em Debate, Aveiro, v. 14, p. 131-170, 2012.

QUENTAL, C.; WETZEL, U. Equilíbrio trabalho-família e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Salvador. Anais... Salvador, 2002.

REZENDE, E. F.; PEREIRA, E. S. Os múltiplos papéis da mulher trabalhadora: um olhar do Serviço Social. Revista Católica, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 1-19, 2010.

REYNOLDS, P. D.; BYGRAVE, W. D.; AUTIO, E. GEM Global Entrepreneurship Monitor: relatório de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor. Relatório de Pesquisa, 2002.

RME. Quem são elas? Saiba os resultados. Instituto Rede Mulher Empreendedora, 2016. Disponível em: <https://rme.net.br/2016/09/24/quem-sao-elas-saiba-os-resultados/>. Acesso em: 02 fev. 2025.

RODRIGUES, F.; PADILLA, B.; MALHEIROS, J. A dimensão psico-social do empreendedorismo imigrante feminino. *Revista Migrações*, Lisboa: ACIDI, v. 1, n. 8, p. 93-122, 2011.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2015). *Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas*, 3. Ed, Brasília: DIEESE.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-. *Empreendedorismo feminino no Brasil*. Brasília: SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 17 ago. 2025.

SEBRAE. *Disciplina de empreendedorismo*. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p. Apud LIMA, Valéria Guedes Borges de. *O microempreendedor da área têxtil e sua importância na geração de empregos na cidade de SÃO BENTO -PB. PALHOÇA –SC. UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA*, 2020, p.21

SEBRAE. *Empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e oportunidades*. Brasília: SEBRAE, 2022.

SEBRAE. *Perfil da mulher empreendedora brasileira*. Sebrae, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/perfil-da-mulher-empreendedora-brasileira,47cbcd7a8fb56810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 25 jan. 2025.

SEBRAE. *Empreendedorismo feminino*. DataSebrae. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empreendedorismofeminino/>. Acesso em: 07 jul. 2025.

SILVA, D.I.S.; SANTOS, P.J. Mulheres e o empreendedorismo feminino na microrregião de Pato de Minas - MG. *CGE*, v. 6, n.2, p. 22-37, 2018.

SILVA, Graciele Deizidério da. *Mulheres empreendedoras em Uberlândia/MG: o movimento UBERHUB Mulher*. 2020. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2020.

TAVARES, M. S. Com açúcar e sem afeto: a trajetória de vida amorosa de mulheres das classes populares em Aracaju/SE. *Serviço Social e Sociedade*, São Paulo, n. 101, p. 121- 145, jan./mar. 2010.

TEDESCHI, L. A. *As mulheres e a história: uma introdução teórica metodológica*. Dourados: Ed. UFGD, 2012.

TEIXEIRA, S. A.; FERREIRA, S. L. Teoria e práxis do feminismo acadêmico. *In: Fazendo gênero – diásporas, diversidades, deslocamentos*, 9.

TEIXEIRA, S. Gestão das Organizações. Madrid: McGrawHill, 1998.

TRAVASSOS, K. P.; KONICHI, A. C. Os desafios do empreendedorismo materno. [s.l.]: Minha Biblioteca, Editora Saraiva, 2021.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VENDRAMINI, P. Liderança e mudança organizacional: as categorias essenciais do líder facilitador. 2000. 225 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

VILLAS BOAS, Andréa. Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

VILLAS, B.; VILAS BOAS, A. Elas empreendedoras. [s.l.]: Simplissimo Livros Ltda, 2015.

VIEIRA, K.M., DALMORO, M. Dilemas na construção de Escalas Tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? 2008. Disponível em: Microsoft Word - EPQ-A1615.doc (anpad.org.br).

VIEIRA, K. A. A.; RAMOS, M. A. Empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade? Um estudo comparativo com empreendedores do setor de transportes do município de Vespasiano – MG. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 9., 2013, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: UFF, 2013.

WELSH, D. HB et al. Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment. *Journal of Business Research*, v. 67, n. 5, p. 758-762, 2014.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**QUESTIONÁRIO**

Informações gerais

Categoria 1 – Perfil da empreendedora

Qual a sua Idade: () Menos de 18 anos () Entre 18 e 24 anos () Entre 25 e 34 anos () Entre 35 e 45 anos () Acima de 45 anos

Estado civil: () Solteira () Casada () Divorciada () União estável

Escolaridade: () Fundamental incompleto () Fundamental completo () Médio incompleto () Médio completo () Superior incompleto () Superior completo () Pós-graduação.

Possui Filhos:

- () Não
- () Sim, apenas 1
- () Sim, 2
- () Sim, 3
- () Sim 4 ou mais

CATEGORIA 2 – O empreendimento**- Qual o ramo de atividade do seu empreendimento?**

Qual o ramo do seu empreendimento?

- () Vestuário () Calçado () Alimentício
- () Pet shop () Ótica e relojoaria
- () Prestação de serviço () Saúde e bem-estar
- () Acessórios () Beleza () Fotografia
- () Cama, mesa e banho () Cosméticos
- () Outros

- Há quantos anos você atua na área?

- () Menos de 1 ano
- () De 1 a 3 anos
- () De 3 a 6 anos
- () De 6 a 9 anos
- () Dez anos ou mais

CATEGORIA 3 – FATORES QUE MOTIVARAM A ABERTURA DO NEGÓCIO**Quais foram os fatores que motivaram a abertura do negócio?**

- () Autonomia/Independência financeira () Flexibilidade de horário
- () Realização pessoal () Aumento da renda familiar
- () Oportunidade de mercado () Influência por empreendedores na família

CATEGORIA 4 – CARACTERÍSTICAS DA MULHER EMPREENDEDORA

Selecionar entre as características abaixo aquelas que você considera possuir:

- () Coragem de assumir riscos () Independência () Capacitação
 () Curiosidade () Espírito de equipe () Iniciativa
 () Aproveitar oportunidades () Planejamento e senso de organização
 () Liderança () Comprometimento () Persistência
 () Espírito empreendedor () Autoconfiança () Independência
 () Controle emocional () Ser multitarefas
 () Outros:

CATEGORIA 5 – DIFICULDADES E DESAFIOS

Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora

- () Preconceito () Dificuldades em conciliar vida pessoal e profissional
 () Falta de apoio da família () Dificuldade em atrair clientes
 () Estabilidade econômica e crise política
 () Falta de conhecimento sobre a área de atuação
 () Machismo () Dificuldade de aceitação da sociedade
 () Falta de estímulo () Demora no retorno financeiro
 () Outros:

CATEGORIA 5 – AFIRMAÇÕES

Instruções:

A seguir são apresentadas afirmações, responda todas as perguntas com honestidade. Indique o seu nível de concordância em cada afirmação, considerando a escala abaixo:

1. Não concordo;
2. Concordo Pouco;
3. Nem concordo, nem discordo;
4. Concordo muito;
5. Concordo plenamente.

1-Tive dificuldades em abrir meu próprio negócio por ser mulher.

- | | | | | |
|----------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| () Não | () Concordo | () Nem | () Concordo | () Concordo |
| Concordo | Pouco | concordo, nem | Muito | Plenamente |
| | | discordo | | |

2- Sinto falta de apoio de lideranças femininas.

- | | | | | |
|----------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| () Não | () Concordo | () Nem | () Concordo | () Concordo |
| Concordo | Pouco | concordo, nem | Muito | Plenamente |
| | | discordo | | |

3- Sinto dificuldades em desenvolver meu negócio.

- | | | | | |
|----------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| () Não | () Concordo | () Nem | () Concordo | () Concordo |
| Concordo | Pouco | concordo, nem | Muito | Plenamente |
| | | discordo | | |

4- Sinto dificuldade em equilibrar minha vida pessoal com a profissional

- | | | | | |
|----------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| () Não | () Concordo | () Nem | () Concordo | () Concordo |
| Concordo | Pouco | concordo, nem | Muito | Plenamente |
| | | discordo | | |

5-Tenho medo constante de fracassar

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

6-Foi fácil escolher um nicho e torná-lo lucrativo

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

7-Sinto dificuldades em delegar tarefas para outras pessoas

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

8-Sinto dificuldades em ter o apoio da minha família

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

9- Sinto que minhas expectativas são correspondidas de acordo com meu negócio

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

10- No mercado de trabalho existe mais empreendedorismo masculino do que feminino

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

11- Tenho dificuldades em conciliar casamento, filhos e casa com a vida profissional

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

12-Acredito que o empoderamento feminino tem influenciado diretamente no empreendedorismo.

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

13-Tenho dificuldades em sair da informalidade para a formalidade do meu negócio.

☐ Não Concordo	☐ Concordo Pouco	☐ Nem concordo, nem discordo	☐ Concordo Muito	☐ Concordo Plenamente
--	--	---	--	---

APÊNDICE B- TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO E TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

Aceite:
59 respostas

 Copiar gráfico



- Sim, aceito participar da pesquisa
- Não aceito participar da pesquisa