

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

CAMILA DA SILVA FELIPE
LUANA APARECIDA QUEIROZ TERTO

O papel da mulher no empreendedorismo: desafios e estratégias em pequenos negócios dos municípios de Ivinhema e Nova Andradina.

Nova Andradina
2025

CAMILA DA SILVA FELIPE
LUANA APARECIDA QUEIROZ TERTO

O papel da mulher no empreendedorismo: desafios e estratégias em pequenos negócios dos municípios de Ivinhema e Nova Andradina.

Trabalho de conclusão do curso de Administração, submetido à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Professor. Dr. Thiago José Florindo

Nova Andradina
2025

RESUMO

O empreendedorismo feminino vem se destacando nos últimos anos e tem sido importante para o desenvolvimento econômico e social. Este trabalho tem como objetivo analisar o papel da mulher no empreendedorismo, identificando os principais desafios enfrentados, como a desigualdade de gênero, a dificuldade de acesso ao crédito e a conciliação entre vida pessoal e profissional. A pesquisa foi desenvolvida por meio de abordagem descritiva, com aplicação de questionário a empreendedoras locais, buscando compreender suas percepções, estratégias de superação e conquistas. Os resultados indicam que, apesar das barreiras estruturais, as mulheres vêm consolidando sua atuação no mercado, contribuindo para a inovação, geração de renda e fortalecimento de pequenos negócios. Os resultados mostram que o apoio institucional, a capacitação e as políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino são essenciais para ampliar as oportunidades e diminuir as desigualdades.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Igualdade de Gênero; Pequenos Negócios.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has increasingly gained prominence in the contemporary context as an essential driver of economic and social development. This study aims to examine the role of women in entrepreneurship, identifying the main challenges they face, such as gender inequality, limited access to credit, and the reconciliation between personal and professional responsibilities. The research employed a descriptive approach, applying questionnaires to local female entrepreneurs in order to capture their perceptions, strategies for overcoming obstacles, and achievements. The findings reveal that, despite structural barriers, women have been consolidating their presence in the market, contributing to innovation, income generation, and the strengthening of small businesses. It is concluded that institutional support, professional training, and public policies focused on female entrepreneurship are crucial to expanding opportunities and mitigating inequalities.

Palavras-chave: Female Entrepreneurship; Gender Equality; Small Business.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o empreendedorismo se firmou como uma das principais formas de transformação econômica e social. Ele contribui para a criação de novos negócios, gera empregos e aumenta a competitividade. No Brasil, esse fenômeno assume características peculiares, pois além de estar associado à inovação e ao desenvolvimento, também está fortemente ligado a fatores estruturais, como o desemprego, a informalidade e a busca por autonomia financeira (SEBRAE, 2023). Segundo Tonelli e Zanini (2017), o empreendedorismo no Brasil não se limita à criação de novos negócios, mas constitui um importante vetor de mudanças sociais e econômicas, refletindo tanto inovação quanto necessidade em contextos de instabilidade.

Dados recentes, como os divulgados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023), apontam que mais de 30% da população adulta brasileira está envolvida em alguma atividade empreendedora, seja por oportunidade, seja por necessidade. Esses números revelam não apenas a vocação empreendedora do país, mas também as condições que impulsionam indivíduos a criarem alternativas para sustento próprio e de suas famílias. De acordo com Lima e Lopes (2019), em momentos de crise econômica, o empreendedorismo se consolida como alternativa de sobrevivência, especialmente entre populações vulneráveis, revelando o caráter ambíguo do fenômeno no Brasil.

O cenário do empreendedorismo brasileiro é marcado, ainda, pela expressiva participação dos pequenos negócios. De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2022), as micro e pequenas empresas representam cerca de 99% dos empreendimentos formais no país, sendo responsáveis por mais de 50% dos empregos com carteira assinada no setor privado. Isso mostra que o empreendedorismo não é só um fenômeno econômico, mas também algo que ajuda a organizar a vida social, influencia as comunidades locais, contribui para o desenvolvimento regional e ajuda a reduzir desigualdades (Oliveira e Silva, 2021; Souza e Silva, 2020).

Dentro desse contexto amplo, a participação da mulher tem se tornado um dos fenômenos mais expressivos e relevantes. A presença feminina no empreendedorismo brasileiro tem crescido de forma contínua, refletindo mudanças sociais, avanços em termos de igualdade de gênero e novas perspectivas de inserção

no mercado de trabalho (Sebrae (2025). Cavalcanti e Guimarães (2018) destacam que o aumento da presença feminina no empreendedorismo brasileiro decorre tanto do desejo por autonomia e realização pessoal quanto da busca por alternativas ao mercado de trabalho formal, ainda marcado por desigualdades de gênero. Segundo Barros e Pereira (2020), os negócios liderados por mulheres representam uma força econômica significativa, pois, além de gerar empregos, contribuem para a diversificação e inovação nos setores produtivos.

Apesar dos avanços, a trajetória feminina no empreendedorismo ainda é marcada por desafios significativos. As mulheres, em sua maioria, encontram obstáculos como o acesso restrito ao crédito, a ausência de políticas públicas efetivas e o preconceito de gênero em ambientes de negócios. Além disso, o fenômeno da dupla jornada, a sobreposição das funções domésticas com as responsabilidades empresariais, constitui uma das principais barreiras enfrentadas pelas empreendedoras no Brasil (Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017). De acordo com Gomes e Santos (2021), a sobreposição entre as responsabilidades familiares e a gestão dos negócios configura uma das principais barreiras enfrentadas pelas mulheres empreendedoras, evidenciando a persistência da chamada “dupla jornada”.

Diante dessa realidade, torna-se fundamental compreender não apenas a presença das mulheres no empreendedorismo, mas também os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por elas na construção de seus negócios. Embora as estatísticas evidenciem um crescimento contínuo da participação feminina, ainda persistem lacunas quando se trata de compreender como essas empreendedoras lidam com questões estruturais, culturais e sociais que influenciam suas trajetórias. (SEBRAE, 2024). Muitos estudos abordam o empreendedorismo em termos gerais, mas deixam em segundo plano às particularidades do empreendedorismo feminino, especialmente em contextos locais e regionais.

Nesse sentido, este trabalho busca responder à seguinte questão norteadora: “Quais são os principais desafios enfrentados pelas mulheres no empreendedorismo e de que maneira elas constroem estratégias de superação e consolidação de seus negócios?”. A resposta a essa questão permite lançar luz sobre as condições em que essas empreendedoras atuam, destacando não apenas as dificuldades, mas também os fatores de resiliência e inovação que marcam suas trajetórias.

A partir desse direcionamento, o estudo tem como objetivo analisar o papel da mulher no empreendedorismo, identificando os principais desafios enfrentados, suas

estratégias de superação e as contribuições para o desenvolvimento econômico e social. Assim, este estudo busca juntar os resultados da pesquisa de campo com a teoria estudada, para entender melhor o papel da mulher no empreendedorismo.

A escolha pelo tema O papel da mulher no empreendedorismo se justifica pela sua relevância social, econômica e acadêmica. Em primeiro lugar, no campo social, investigar a trajetória das mulheres empreendedoras é fundamental para compreender como a atuação feminina no mercado de trabalho tem contribuído para a redução de desigualdades de gênero, para o empoderamento feminino e para a valorização da diversidade em ambientes de negócios (SEBRAE,2024). Costa e Oliveira (2023) ressaltam que políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino são indispensáveis para ampliar a inclusão social e econômica das mulheres, reforçando seu papel no desenvolvimento sustentável.

Do ponto de vista econômico, o empreendedorismo feminino se destaca como importante instrumento de desenvolvimento. Dados do Sebrae (2022) apontam que os negócios liderados por mulheres contribuem de maneira expressiva para a economia nacional, gerando empregos, fomentando a inovação e fortalecendo o setor de micro e pequenas empresas. Assim, analisar as experiências dessas empreendedoras significa valorizar e potencializar um segmento estratégico, especialmente em regiões onde a formalização do trabalho e a oferta de oportunidades ainda são limitadas.

No campo acadêmico, o estudo apresenta relevância ao preencher lacunas existentes na literatura, principalmente no que se refere à análise qualitativa das experiências e percepções das mulheres empreendedoras. Como apontam Ferreira e Almeida (2021), embora haja avanços na produção científica sobre empreendedorismo feminino, ainda persistem lacunas relacionadas à compreensão das experiências subjetivas e contextuais dessas mulheres no cotidiano empresarial.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Empreendedorismo e pequenos negócios

O empreendedorismo é compreendido como um fenômeno multifacetado que envolve a capacidade de identificar oportunidades, mobilizar recursos e implementar inovações que gerem valor econômico e social (GIMENEZ, FERREIRA, RAMOS,

2008, p. 17). Schumpeter (1982) foi um dos primeiros autores a destacar o papel do empreendedor como agente de mudança, responsável pela "destruição criativa" que impulsiona a evolução do sistema capitalista. Para o autor, o empreendedorismo é fundamental para a renovação do mercado, uma vez que promove a substituição de práticas obsoletas por soluções mais eficientes e inovadoras.

No contexto brasileiro, o empreendedorismo assume características próprias, marcadas tanto pela busca de oportunidades quanto pela necessidade. Segundo o relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023), o Brasil é um dos países com maior taxa de empreendedores iniciais do mundo, com índices que superam 30% da população adulta. Entretanto, boa parte desse contingente é motivada pela necessidade de geração de renda em contextos de instabilidade econômica, desemprego e informalidade. Essa realidade mostra o duplo papel do empreendedorismo no Brasil: por um lado é uma alternativa de sobrevivência, e por outro, também abre espaço para inovação e crescimento sustentável.

Dentro desse cenário, os pequenos negócios ocupam lugar de destaque na economia nacional. As micro e pequenas empresas (MPEs) representam cerca de 99% dos empreendimentos formais brasileiros, sendo responsáveis por mais de 50% dos empregos com carteira assinada no setor privado (Sebrae, 2022). Essa representatividade revela a importância estratégica das MPEs não apenas para a dinamização da economia, mas também para a promoção da inclusão social e o fortalecimento do desenvolvimento local.

Outro ponto importante é que os pequenos negócios costumam ter mais proximidade com a comunidade, conseguem se adaptar melhor às necessidades locais e mostram mais flexibilidade em tempos de crise. Dornelas (2018) ressalta que o empreendedorismo em pequena escala é um importante instrumento de geração de renda e de estímulo à inovação social, uma vez que permite soluções criativas diante das limitações de recursos. Esse fator se tornou especialmente evidente durante a pandemia de COVID-19, quando muitos pequenos empreendedores adaptaram seus modelos de negócio ao ambiente digital, demonstrando resiliência e capacidade de reinvenção.

Entretanto, apesar de sua relevância, os pequenos negócios também enfrentam desafios significativos, como a dificuldade de acesso a crédito, a burocracia excessiva e a carência de capacitação em gestão. Nesse sentido, estudos de Oliveira e Silva (2021) apontam que a mortalidade precoce de empresas no Brasil está

frequentemente associada à falta de planejamento estratégico e à insuficiência de políticas públicas de apoio. Assim, torna-se fundamental compreender o papel do empreendedorismo e dos pequenos negócios de maneira integrada, destacando tanto seu potencial de desenvolvimento quanto os obstáculos que limitam sua consolidação.

Portanto, o empreendedorismo e os pequenos negócios configuram-se como pilares essenciais da economia brasileira. Ao mesmo tempo em que refletem a criatividade e a capacidade de superação dos indivíduos, evidenciam a necessidade de políticas de fortalecimento que reduzam desigualdades estruturais e garantam maior sustentabilidade às iniciativas empreendedoras. É dentro desse panorama que se insere a análise do empreendedorismo feminino, que será abordado a seguir.

2.2. Empreendedorismo feminino: avanços e desafios

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como um campo de destaque na literatura e na prática empresarial, especialmente nas últimas décadas. A participação crescente das mulheres na criação e na gestão de negócios é resultado de múltiplos fatores, que vão desde mudanças sociais e culturais até políticas de incentivo à equidade de gênero (SEBRAE, 2024). No Brasil, esse movimento ganhou força a partir da década de 1990, quando, segundo dados do Sebrae (2022), observou-se um aumento expressivo no número de empreendimentos liderados por mulheres, sobretudo em setores como comércio, serviços e economia criativa.

Esse crescimento não se limita ao aspecto quantitativo. Estudos como o relatório do (Sebrae, 2024) indicam que as mulheres empreendedoras têm contribuído significativamente para a inovação e principalmente para o impacto social positivo. Segundo Machado, Borges e Alves (2019), os negócios femininos tendem a valorizar práticas mais colaborativas, sustentáveis e voltadas para o impacto comunitário, o que evidencia um modelo de gestão diferenciado em relação ao tradicional, frequentemente associado à figura masculina. Essa perspectiva amplia a compreensão do empreendedorismo para além da lógica puramente econômica, aproximando-o de valores sociais e de transformação cultural.

Entretanto, apesar dos avanços conquistados, o empreendedorismo feminino ainda enfrenta desafios estruturais que dificultam sua consolidação. Um dos principais entraves está relacionado ao acesso ao crédito e a recursos financeiros. De acordo com o relatório do Banco Mundial (2021), as mulheres, mesmo quando possuem

histórico positivo de gestão e capacidade de pagamento, encontram maior dificuldade na obtenção de financiamentos do que os homens. Esse cenário é agravado pela falta de garantias formais, pela burocracia e pela predominância de estereótipos de gênero nas instituições financeiras.

Outro desafio recorrente é a conciliação entre a vida profissional e as responsabilidades domésticas, comumente referida como “dupla jornada”. Estudos de Costa e Souza (2020) mostram que as mulheres brasileiras dedicam, em média, quase o dobro de horas semanais ao trabalho doméstico e ao cuidado com familiares em comparação aos homens, o que impacta diretamente na disponibilidade de tempo para a gestão e expansão de seus negócios. Essa sobrecarga contribui para a fragmentação do tempo e da energia das empreendedoras, limitando sua capacidade de investimento em capacitação e inovação.

Além disso, a cultura empresarial ainda carrega marcas de preconceito e discriminação de gênero. Em muitos casos, a credibilidade das mulheres como líderes de negócios é questionada, sobretudo em áreas tradicionalmente masculinas, como tecnologia e indústria. Esse aspecto foi destacado por Oliveira e Lima (2021), que identificaram a persistência de barreiras invisíveis, como o “teto de vidro”, que restringe o crescimento das empreendedoras em determinadas áreas do mercado.

Apesar dessas barreiras, é importante reconhecer as conquistas que vêm sendo alcançadas. A ampliação do acesso à educação, a maior inserção das mulheres em redes de apoio e a disseminação de programas de capacitação têm contribuído para o fortalecimento do empreendedorismo feminino (SEBRAE, 2025). Iniciativas como o programa Sebrae Delas e o movimento Mulheres que inspiram são exemplos de ações que buscam oferecer suporte técnico, mentoria e estímulo à autoconfiança, favorecendo a permanência e o crescimento das empreendedoras.

Portanto, o empreendedorismo feminino no Brasil revela um quadro ambíguo: por um lado, representa conquistas significativas em termos de inclusão, autonomia e inovação; por outro, ainda enfrenta obstáculos estruturais que limitam o pleno desenvolvimento de seu potencial. A análise desses avanços e desafios é essencial para compreender a complexidade da atuação feminina no mercado, além de fornecer subsídios para a formulação de políticas públicas e estratégias organizacionais que contribuam para a redução das desigualdades de gênero no campo empresarial.

2.3. Gênero, desigualdades e empoderamento

A análise do empreendedorismo feminino não pode ser dissociada das questões de gênero que estruturam a sociedade. O conceito de gênero, conforme Butler (2017), vai além da diferenciação biológica entre homens e mulheres e se refere a um sistema de normas sociais, culturais e históricas que moldam papéis, expectativas e oportunidades atribuídos a cada sexo. Nesse sentido, compreender a experiência das mulheres empreendedoras requer considerar as desigualdades de gênero que atravessam suas trajetórias e que frequentemente limitam suas possibilidades de desenvolvimento pleno no mercado.

No Brasil, a desigualdade de gênero ainda é um fenômeno persistente em diferentes esferas, incluindo o mercado de trabalho, a política e o acesso a recursos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), as mulheres representam mais da metade da população brasileira, mas continuam recebendo, em média, 20% menos que os homens para desempenhar as mesmas funções. Essa disparidade salarial evidencia uma assimetria estrutural que também se reflete no campo do empreendedorismo, onde muitas mulheres enfrentam maior dificuldade para acessar crédito, atrair investidores e consolidar suas empresas em setores de maior competitividade.

Além da desigualdade econômica, as empreendedoras lidam com barreiras simbólicas que reforçam estereótipos de gênero. Estudos de Hirata e Kergoat (2007) destacam que a sociedade tende a associar o papel feminino a atividades de cuidado e de caráter secundário, relegando as mulheres a posições de menor prestígio e reconhecimento e de acordo com o SEBRAE (2025), muitas mulheres ainda enfrentam entraves estruturais e culturais que dificultam seu desenvolvimento e sucesso no mundo dos negócios. Entre os principais obstáculos estão a conciliação entre trabalho e família, o acesso ao crédito e a superação de preconceitos. Tais obstáculos acabam limitando a capacidade de inovação e criatividade o impacto econômico que essas empreendedoras poderiam alcançar. No contexto do empreendedorismo, isso significa que muitas vezes suas iniciativas são vistas como “complementares” à renda familiar, e não como empreendimentos legítimos e estratégicos. Esse preconceito contribui para a desvalorização do trabalho feminino e dificulta a construção de redes de apoio sólidas.

Por outro lado, o empreendedorismo também pode ser compreendido como espaço de empoderamento feminino. O conceito de empoderamento, segundo Sardenberg (2018), envolve não apenas o fortalecimento individual das mulheres, mas também a transformação das relações de poder que as subordinam. Nesse sentido, ao conquistar autonomia financeira, ampliar sua visibilidade e assumir o protagonismo em negócios próprios, as empreendedoras desafiam estruturas tradicionais e constroem novas formas de participação social e econômica.

Pesquisas recentes apontam que o empreendedorismo pode contribuir para o empoderamento em três dimensões principais: individual, coletiva e simbólica. No plano individual, promove maior independência financeira e autoestima; no coletivo, fortalece redes de solidariedade entre mulheres; e, no simbólico, questiona estereótipos de gênero e abre espaço para novas representações femininas na sociedade (Melo; Cavalcanti, 2020). Esse triplo impacto reforça a importância de se olhar para o empreendedorismo não apenas como estratégia econômica, mas também como ferramenta de transformação social.

Contudo, é preciso reconhecer que o empoderamento não ocorre de forma homogênea entre todas as mulheres. Fatores como classe social, cor, escolaridade e localização geográfica influenciam diretamente nas oportunidades e desafios enfrentados. O relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2021) ressalta que mulheres negras e periféricas enfrentam barreiras ainda mais severas, tanto pela discriminação racial quanto pela exclusão social, o que reforça a necessidade de políticas específicas de inclusão.

Assim, ao mesmo tempo em que o empreendedorismo oferece caminhos de empoderamento, ele também expõe as desigualdades estruturais que marcam a sociedade brasileira. A articulação entre gênero, desigualdade e empoderamento deve, portanto, ser considerada de forma crítica, para que a valorização do empreendedorismo feminino não se restrinja a narrativas individuais de sucesso, mas se traduza em mudanças concretas na redução das disparidades de gênero e na promoção da justiça social.

2.4. Políticas públicas e iniciativas de apoio

O fortalecimento do empreendedorismo feminino não depende apenas da iniciativa individual das mulheres, mas também de um conjunto de políticas públicas

e programas institucionais que possam reduzir desigualdades e criar condições mais justas de inserção no mercado. No Brasil, ao longo dos últimos anos, diferentes iniciativas foram desenvolvidas com o objetivo de apoiar as mulheres empreendedoras, oferecendo capacitação, acesso a crédito e inserção em redes de negócios.

Uma das principais políticas de incentivo foi a criação da Lei Complementar nº 123/2006, que instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Embora não seja voltado especificamente para mulheres, o Estatuto trouxe avanços significativos na simplificação tributária e na redução da burocracia, aspectos que beneficiaram diretamente empreendedoras que atuam em pequenos negócios (BRASIL, 2006). Além disso, programas como o Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), instituído em 2020, ampliaram o acesso ao crédito subsidiado, contemplando também negócios liderados por mulheres.

Especificamente voltados ao público feminino, destacam-se programas desenvolvidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), como o Sebrae Delas – Mulher de Negócios, que oferece capacitação, mentoria e ferramentas de gestão para empreendedoras de diferentes setores. Segundo o Sebrae (2022), iniciativas como essa têm contribuído para reduzir a taxa de mortalidade precoce de negócios liderados por mulheres, além de fortalecer sua confiança e capacidade de expansão no mercado.

Outro exemplo relevante é o movimento Mulheres Empreendedoras, ligado à Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), que promove networking e visibilidade para empreendedoras em âmbito nacional. Essas redes de apoio são fundamentais, pois possibilitam a troca de experiências, a construção de parcerias estratégicas e o acesso a oportunidades que dificilmente seriam alcançadas de forma isolada (Gomes e Barbosa, 2021).

No campo internacional, organismos multilaterais também têm atuado para incentivar políticas específicas para mulheres. A Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2021) e o Banco Mundial (2021) ressaltam a importância de programas de crédito inclusivos, voltados para mulheres em situação de vulnerabilidade social, como forma de reduzir a desigualdade de acesso ao financiamento. Além disso, ações de capacitação digital têm se mostrado essenciais, visto que a transformação

tecnológica do mercado impõe novos desafios e exige atualização constante das empreendedoras.

Entretanto, apesar da existência de políticas e programas de apoio, ainda persistem limitações significativas. Muitas empreendedoras desconhecem os benefícios e incentivos existentes, seja pela falta de divulgação adequada, seja pela distância geográfica em relação a centros urbanos. Além disso, estudos de Silva e Menezes (2022) apontam que os programas ainda não conseguem atingir de maneira eficaz mulheres em condições de maior vulnerabilidade, como as negras, indígenas e residentes em áreas rurais, o que reforça a necessidade de políticas interseccionais mais robustas.

Portanto, as políticas públicas e iniciativas institucionais constituem elementos indispensáveis para a consolidação do empreendedorismo feminino. Mais do que criar oportunidades, é fundamental que essas ações sejam acompanhadas por estratégias de inclusão social, diversidade e redução das desigualdades de gênero. Assim, o apoio institucional não apenas amplia as chances de sucesso das empreendedoras, como também contribui para a construção de uma economia mais equitativa e sustentável, na qual as mulheres possam exercer plenamente seu protagonismo.

3. METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho foi definida de modo a possibilitar a compreensão do fenômeno do empreendedorismo feminino em sua complexidade, considerando tanto aspectos quantitativos quanto qualitativos. O estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, pois busca analisar e interpretar as características de um grupo específico de mulheres empreendedoras, sem interferir diretamente em suas práticas ou rotinas (GIL, 2019). Além disso, adota uma abordagem mista: quantitativa, ao apresentar dados numéricos obtidos por meio de questionário estruturado, e qualitativa, ao interpretar percepções, dificuldades e estratégias relatadas pelas participantes.

A pesquisa foi realizada nos municípios de Ivinhema e Nova Andradina, no estado de Mato Grosso do Sul. O universo da pesquisa é composto por empreendedoras formais e informais atuantes em diferentes ramos, como comércio, serviços e economia criativa. O critério de inclusão estabeleceu que as participantes deveriam ser maiores de 18 anos, ter um negócio em funcionamento há pelo menos

seis meses e residirem na região delimitada. Foram excluídas da amostra mulheres que atuam como sócias-investidoras sem participação direta na gestão do negócio.

Embora não se trate de uma amostragem probabilística, a seleção seguiu critérios de diversidade, buscando contemplar diferentes faixas etárias, níveis de escolaridade e setores de atividade, o que possibilita maior representatividade dos resultados em relação ao contexto investigado. Dessa forma, a amostra final foi composta por 20 empreendedoras.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado, elaborado pelo pesquisador com base em estudos anteriores sobre empreendedorismo feminino (Machado; Borges; Alves, 2019; Oliveira; Lima, 2021). O questionário foi composto por 20 perguntas, sendo feitas por questões fechadas, que permitiram mensurar características sociodemográficas e aspectos objetivos da atividade empreendedora. Antes da aplicação definitiva, foi realizado um pré-teste com três empreendedoras, o que possibilitou ajustes de clareza e adequação do instrumento.

A aplicação do questionário ocorreu de forma híbrida, combinando encontros presenciais com o uso da ferramenta *Google Forms*, entre os meses de maio e junho de 2025. Essa estratégia foi adotada para garantir maior acessibilidade e flexibilidade às participantes, considerando suas rotinas de trabalho. Todas as participantes foram previamente informadas sobre os objetivos da pesquisa, garantindo o respeito aos princípios éticos da pesquisa científica e assegurando o anonimato das respostas.

Após a coleta, os dados foram organizados em planilhas eletrônicas e submetidos a diferentes procedimentos de análise. As questões fechadas foram avaliadas por meio de estatística descritiva simples, utilizando frequência absoluta e relativa, além da construção de gráficos que possibilitaram melhor visualização dos resultados.

Cabe ressaltar algumas limitações do estudo, entre elas o tamanho da amostra, que, embora adequado para o objetivo exploratório, não permite generalizações para todo o universo de mulheres empreendedoras no Brasil. Além disso, fatores como tempo disponível das participantes e eventual resistência em compartilhar informações pessoais podem ter influenciado o nível de detalhamento das respostas. Apesar dessas restrições, os resultados obtidos oferecem subsídios importantes para a compreensão do fenômeno estudado e para futuras pesquisas que pretendam aprofundar a temática em contextos mais amplos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

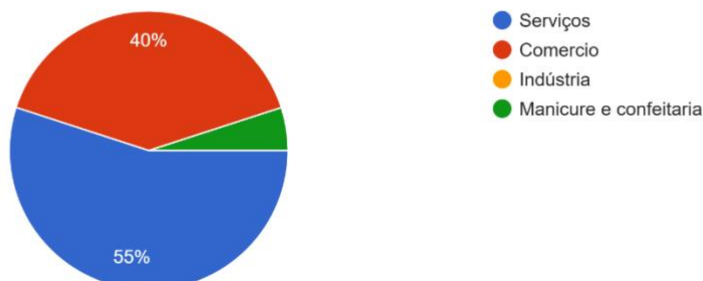
A análise dos dados obtidos por meio do questionário aplicado a vinte mulheres empreendedoras que atuam em pequenos negócios na região de Ivinhema e Nova Andradina permitiu identificar um panorama abrangente sobre o perfil das participantes, seus desafios, estratégias de superação e percepções a respeito de políticas públicas voltadas ao fortalecimento do empreendedorismo feminino. Os resultados dialogam com as teorias apresentadas no referencial teórico, ao mesmo tempo em que revelam aspectos específicos da realidade investigada, mostrando tanto avanços quanto limitações ainda presentes na trajetória das mulheres no mundo dos negócios.

O perfil das empreendedoras revela características que ajudam a compreender suas escolhas e práticas no ambiente empresarial. A maioria das participantes encontra-se na faixa etária entre 26 e 45 anos, o que sugere que a decisão de empreender está fortemente relacionada a um período de vida em que há, simultaneamente, maior necessidade de estabilidade financeira e também de conciliação com responsabilidades familiares. Em relação à escolaridade, verificou-se que grande parte possui ensino médio completo ou superior em andamento, com uma parcela significativa tendo concluído a graduação. Esse dado reforça a constatação de que as mulheres têm buscado capacitação e formação acadêmica como forma de fortalecer suas competências empreendedoras, ainda que, na prática, encontrem obstáculos que dificultam a aplicação de tais conhecimentos.

No que se refere ao setor de atuação, os ramos mais presentes entre as entrevistadas foram comércio e serviços conforme a Figura 1, principalmente nos segmentos de alimentação, vestuário, estética e educação, que juntos concentraram cerca de três quartos da amostra. Esse dado é coerente com pesquisas nacionais, como as do Sebrae (2022), que indicam que as mulheres tendem a empreender em áreas que exigem menor investimento inicial e que possibilitam flexibilidade de horários, conciliando trabalho e vida doméstica. Ainda assim, observa-se uma inserção, ainda que tímida, em setores como tecnologia e inovação, o que sinaliza uma tendência de diversificação dos empreendimentos femininos em direção a áreas mais competitivas e de maior valor agregado.

Figura 1 – Setor em que mais mulheres empreendem pequenos negócios.

4. Em qual setor você vê mais mulheres empreendendo pequenos negócios?
20 respostas



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa; Legenda: Este gráfico apresenta a distribuição dos setores em que as mulheres atuam como empreendedoras de pequenos negócios, com maior concentração nos segmentos de comércio e serviços.

Em relação às principais dificuldades enfrentadas, as respostas das empreendedoras apontam para barreiras que vão além dos aspectos econômicos. A questão da gestão do tempo foi destacada por 65% das entrevistadas, que relataram enfrentar grandes desafios para conciliar o trabalho no negócio com as responsabilidades familiares conforme a Figura 2. Essa sobrecarga de papéis é um reflexo direto da divisão desigual do trabalho doméstico, já discutida por Hirata e Kergoat (2007), e também por (SEBRAE MINAS, 2023) mostra que, mesmo quando alcançam espaços no mercado, as mulheres ainda carregam consigo a expectativa social de desempenharem o papel de principais cuidadoras do lar e da família. Esse acúmulo de responsabilidades atrapalha a produtividade e o tempo que elas podem dedicar aos negócios, sendo uma das maiores barreiras para consolidar os empreendimentos femininos.

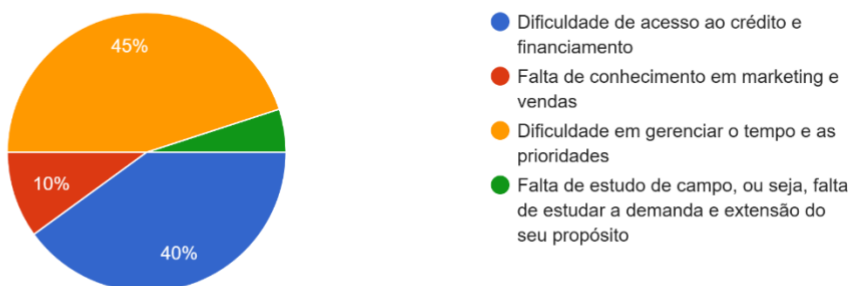
Além disso, a dificuldade de acesso ao crédito e ao financiamento foi apontada por 55% das empreendedoras como o maior obstáculo na gestão financeira de seus negócios. Muitas relataram enfrentar burocracias excessivas, taxas de juros elevadas e exigências de garantias que não conseguem cumprir. Essa limitação compromete não apenas a manutenção dos negócios já existentes, mas também a possibilidade de expandir e investir em inovação. Os dados estão em sintonia com a análise de Machado e Borges (2019), que apontam a escassez de crédito como um dos principais entraves para o crescimento dos negócios liderados por mulheres. Dessa forma,

observa-se que a realidade local investigada confirma o que a literatura já vinha demonstrando em nível nacional conforme a Figura 3.

Figura 2 – Principal desafio enfrentado pelas mulheres ao empreender em pequenos negócios.

2. Qual o principal desafio você acredita que as mulheres enfrentam ao empreender em pequenos negócios?

20 respostas

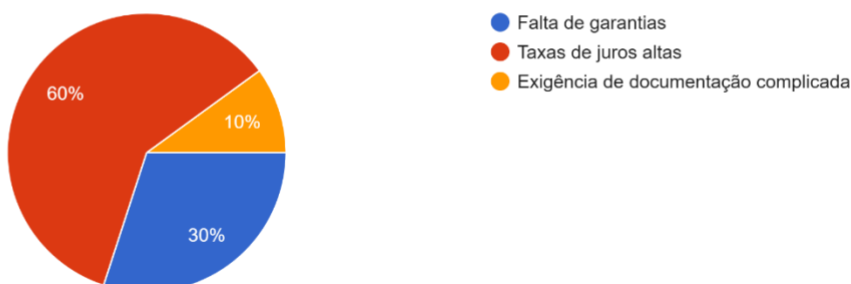


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.
 Legenda: Gráfico que ressalta os desafios mais citados pelas mulheres empreendedoras, destacando a gestão do tempo e a conciliação das múltiplas tarefas como as principais dificuldades.

Figura 3 – Maior obstáculo para as mulheres no acesso ao crédito e financiamento para seus negócios.

7. Na sua percepção, o que representa o maior obstáculo para as mulheres no acesso ao crédito e financiamento para seus negócios?

20 respostas

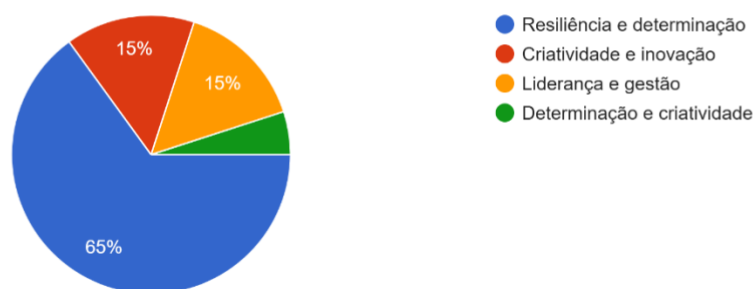


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.
 Legenda: Esta figura evidencia as principais barreiras enfrentadas pelas mulheres para obtenção de crédito, principalmente relacionadas à burocracia e exigências financeiras.

Mesmo com as dificuldades, os resultados mostram que as mulheres empreendedoras usam diferentes competências, atitudes e estratégias para superar os desafios que lhes permitem manter e desenvolver seus negócios. Entre as características mais valorizadas conforme a Figura 4, o planejamento e a organização foram citados por 60% das participantes como essenciais para a sustentabilidade de seus empreendimentos, seguidos pela inovação e criatividade (20%) e pela liderança e gestão (15%). Esses achados sugerem que, mesmo diante da limitação de recursos financeiros e de tempo, as empreendedoras buscam compensar com disciplina, estruturação e capacidade de adaptação, elementos reconhecidos na literatura como traços fundamentais para a consolidação de pequenos negócios. Dolabela (2012) já destacava que o empreendedorismo feminino se caracteriza pela resiliência e pela habilidade de gerir múltiplos papéis, ao passo que Bardin (2016) reforça a importância da perseverança e do aprendizado contínuo como atributos essenciais para a permanência das mulheres nesse campo.

Figura 4 – Características marcantes nas mulheres empreendedoras.

3. Qual característica você acredita ser mais marcante nas mulheres empreendedoras de pequenos negócios?
20 respostas



Característica mais marcante nas mulheres empreendedoras de pequenos negócios. O gráfico destaca as qualidades pessoais consideradas mais relevantes entre as empreendedoras, como resiliência, criatividade e capacidade de adaptação. Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Outro dado relevante refere-se à percepção sobre as qualidades pessoais que definem o perfil empreendedor feminino. A maioria absoluta das entrevistadas (70%) destacou a determinação e perseverança como características centrais, seguidas por

criatividade e inovação (25%) e capacidade de adaptação (5%), conforme a Figura 4. Esse resultado confirma a presença de uma forte dimensão subjetiva no processo de empreender, em que a força de vontade e a resiliência aparecem como fatores decisivos para superar os obstáculos estruturais, em especial a falta de apoio financeiro e institucional. A literatura sobre o tema tem reiteradamente apontado que o capital psicológico, entendido como o conjunto de crenças positivas sobre a própria capacidade de agir, é um diferencial para a continuidade de empreendimentos femininos em contextos adversos. No campo do apoio social, os resultados da pesquisa indicaram que a família e os amigos desempenham um papel importante, ainda que limitado em alguns aspectos. Para 90% das mulheres entrevistadas, o suporte emocional e motivacional fornecido por pessoas próximas foi o principal fator de apoio recebido ao longo da jornada empreendedora. Em contrapartida, apenas uma pequena parcela relatou ter recebido auxílio financeiro ou apoio direto na gestão dos negócios. Essa disparidade sugere que, embora o suporte afetivo seja fundamental para fortalecer a confiança e a perseverança, ainda falta às mulheres uma rede mais consistente de suporte técnico e econômico que lhes permita expandir seus empreendimentos. Essa lacuna confirma a análise de Machado e Borges (2019), que destacam a necessidade de políticas institucionais e programas de fomento capazes de oferecer não apenas crédito, mas também capacitação e acompanhamento estratégico.

Esse conjunto de dados evidencia que, mesmo diante das restrições externas, as empreendedoras desenvolvem recursos internos e sociais que funcionam como mecanismos de resiliência. A organização, a criatividade e o apoio emocional de familiares e amigos tornam-se elementos-chave para a permanência no mercado, ao mesmo tempo em que apontam para a urgência de medidas que ampliem a rede de suporte institucional. Dessa forma, percebe-se que o empreendedorismo feminino se mantém não apenas por condições objetivas, mas também pela força subjetiva e relacional das mulheres, que encontram no planejamento e na perseverança caminhos para superar adversidades.

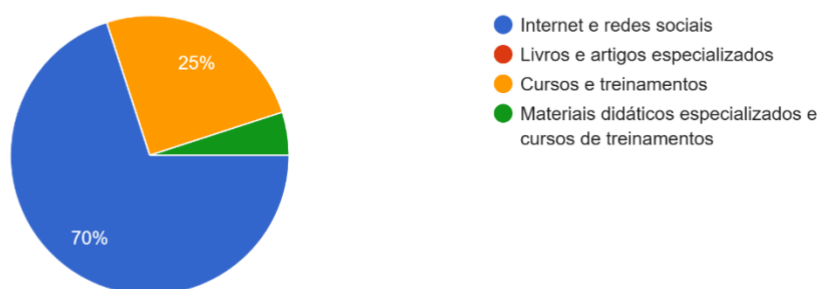
Outro ponto relevante identificado pela pesquisa refere-se às fontes de informação conforme a Figura 5 utilizadas pelas empreendedoras na gestão e desenvolvimento de seus negócios. A grande maioria (70%) afirmou recorrer principalmente à internet e às redes sociais como meios de aprendizado e atualização, seguidas por cursos de capacitação presenciais ou online (25%) e, em menor escala,

por livros e artigos especializados (5%). Esses dados revelam que as mulheres empreendedoras têm se apropriado das ferramentas digitais não apenas para divulgar seus produtos e serviços, mas também para adquirir conhecimentos de gestão e estratégias de inovação. Essa constatação confirma o que aponta a Organização Internacional do Trabalho (2021), ao destacar que a transformação digital é um vetor fundamental para a inclusão produtiva das mulheres, sobretudo em contextos de vulnerabilidade econômica.

Figura 5 – Principal fonte de informação para as mulheres empreendedoras.

13. Qual você considera ser a principal fonte de informação para as mulheres empreendedoras de pequenos negócios?

20 respostas



Principal fonte de informação para as mulheres empreendedoras de pequenos negócios.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Legenda: Demonstra os principais meios utilizados pelas empreendedoras para buscar conhecimento e apoio, destacando o uso da internet e redes sociais.

No que diz respeito às políticas públicas conforme a Figura 6, metade das entrevistadas destacou que o acesso ao crédito é a medida mais necessária para fortalecer o empreendedorismo feminino, enquanto 35% apontaram a importância de programas de capacitação e 15% defenderam o incentivo à inovação e tecnologia. Esses resultados confirmam o que Matos e Lima (2021) argumentam: crédito sem formação adequada não garante a sustentabilidade de um negócio, sendo fundamental combinar financiamento acessível com capacitação contínua. Além disso, reforçam a crítica de Silva e Menezes (2022), segundo os quais as políticas existentes ainda não conseguem atingir de forma efetiva mulheres em situação de maior vulnerabilidade, como negras, periféricas e residentes em áreas rurais.

Figura 6 - Políticas públicas que podem apoiar o empreendedorismo feminino em pequenos negócios.

10. Na sua opinião, qual política pública mais pode apoiar o empreendedorismo feminino em pequenos negócios?

20 respostas

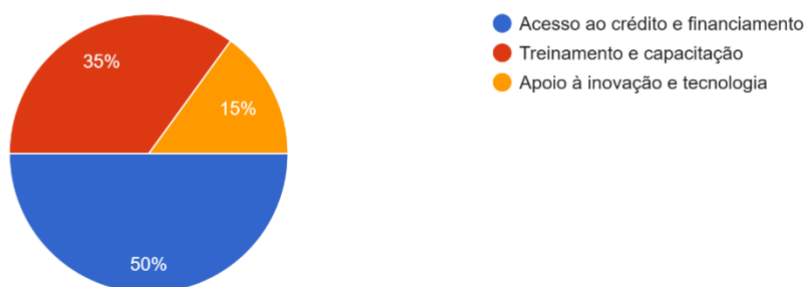


Figura 7 – Políticas públicas que podem apoiar o empreendedorismo feminino em pequenos negócios.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Legenda: Figura que apresenta as políticas públicas consideradas mais eficazes pelas entrevistadas para fomentar o empreendedorismo feminino.

A análise dos resultados também evidencia a convergência com os estudos apresentados no referencial teórico. O perfil das empreendedoras, concentrado em setores de comércio e serviços, confirma o que já havia sido apontado por pesquisas nacionais do Sebrae (2022), enquanto as dificuldades de acesso a crédito e de conciliação entre vida profissional e responsabilidades familiares reafirmam a desigualdade de gênero presente na sociedade, conforme analisado por Hirata e Kergoat (2007). Por outro lado, a valorização do planejamento, da organização e da perseverança demonstra que as mulheres não apenas enfrentam os desafios impostos, mas também constroem estratégias próprias de superação, em consonância com a análise de Dolabela (2012) e Bardin (2016), que reconhecem o empreendedorismo como espaço de aprendizado contínuo e de empoderamento feminino.

Em síntese, os resultados obtidos confirmam que o empreendedorismo feminino é marcado por uma dualidade. De um lado, persistem barreiras estruturais relacionadas ao crédito, à desigualdade de gênero e à falta de políticas públicas mais inclusivas; de outro, destacam-se a resiliência, a criatividade, o planejamento e a

busca constante por capacitação como forças que sustentam a atuação das mulheres. Esses elementos evidenciam que o empreendedorismo feminino não se limita a uma alternativa econômica, mas se constitui também em um espaço de afirmação social e de transformação coletiva, no qual as mulheres reafirmam seu protagonismo e sua capacidade de promover mudanças significativas tanto em suas vidas pessoais quanto no desenvolvimento local e comunitário.

5. CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo analisar o papel da mulher no empreendedorismo, identificando os principais desafios enfrentados, as estratégias de superação adotadas e as contribuições para o desenvolvimento econômico e social. A partir da aplicação de questionários a vinte mulheres empreendedoras atuantes no município de Ivinhema e Nova Andradina, foi possível traçar um panorama que dialoga diretamente com a literatura sobre o tema, confirmando algumas tendências já descritas em pesquisas anteriores e revelando particularidades importantes da realidade local.

Os resultados apontaram que as mulheres empreendem, em sua maioria, na fase adulta, entre 26 e 45 anos, momento em que já acumulam responsabilidades familiares e buscam alternativas de trabalho que conciliem independência financeira com flexibilidade. A escolaridade das participantes revelou um nível relativamente elevado, com predominância de ensino médio completo e superior em andamento, o que indica que a formação acadêmica se tornou um recurso valorizado pelas mulheres como forma de potencializar suas competências empreendedoras. Quanto ao ramo de atuação, prevaleceram os setores de comércio e serviços, principalmente em atividades de alimentação, vestuário, estética e educação.

Em relação aos desafios enfrentados, a pesquisa demonstrou que a maior dificuldade consiste em conciliar o tempo entre os negócios e as responsabilidades familiares, reforçando a sobrecarga decorrente da divisão desigual do trabalho doméstico. Outro obstáculo recorrente foi o acesso ao crédito e ao financiamento, relatado por mais da metade das entrevistadas como barreira significativa, seja pela burocracia, pelas altas taxas de juros ou pelas exigências de garantias.

Apesar desses obstáculos, o estudo também revelou aspectos positivos e estratégias que fortalecem o empreendedorismo feminino. As empreendedoras

destacaram como pontos fortes a organização, o planejamento e a perseverança, além da criatividade e da capacidade de adaptação. Essas características confirmam a resiliência das mulheres diante de adversidades e sua habilidade em transformar limitações em oportunidades. A análise também revelou a importância crescente da digitalização na trajetória das empreendedoras. O uso de internet e redes sociais foi apontado como a principal fonte de informação e aprendizado, reforçando a necessidade de políticas públicas que incentivem a inclusão digital e a oferta de capacitação online.

Os resultados mostram que o empreendedorismo feminino não é só uma forma de gerar renda, mas também um espaço de autonomia e transformação social. Ao criar e gerir seus próprios negócios, as mulheres afirmam sua autonomia, desafiam estereótipos de gênero e contribuem para o desenvolvimento econômico local. Entretanto, para que esse movimento se fortaleça e alcance maior impacto, é necessário enfrentar barreiras estruturais, principalmente no que se refere à desigualdade de gênero na divisão do trabalho, ao acesso limitado a crédito e à falta de políticas públicas efetivas de apoio.

Este estudo tem algumas limitações, como o número pequeno de participantes, o que não permite generalizar para outras realidades, além do recorte geográfico restrito, que dificulta comparações mais amplas. Contudo, tais limitações não invalidam os resultados, mas reforçam a necessidade de novas pesquisas, com amostras maiores e em diferentes contextos, que possam ampliar a compreensão sobre o tema. Sugere-se, ainda, que futuros estudos investiguem mais detalhadamente as experiências de mulheres em setores de maior competitividade, como tecnologia e inovação, e analisem o impacto de políticas públicas recentes voltadas ao empreendedorismo feminino.

6. REFERÊNCIAS

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016. Disponível em: <https://madmunifacs.files.wordpress.com/2016/08/anc3a1lise-de-contec3bado-laurence-bardin.pdf>. Acesso em: 7 out. 2025.

BARROS, L. M.; PEREIRA, J. C. *Empreendedorismo feminino e desenvolvimento econômico: uma análise das micro e pequenas empresas no Brasil*. Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentável, v. 6, n. 1, p. 55–71, 2020.

CAVALCANTI, M.; GUIMARÃES, T. *Mulheres empreendedoras no Brasil: fatores motivacionais e barreiras enfrentadas*. Revista de Administração Contemporânea, v. 22, n. 4, p. 523–545, 2018.

COSTA, C.; OLIVEIRA, F. *Políticas públicas e empreendedorismo feminino: avanços e desafios no Brasil*. Revista de Administração Pública, v. 57, n. 2, p. 345–367, 2023.

DADOS SEBRAE. *Relatório Anual da Estratégia Elas Empreendem 2024/2025*. Brasília: Ministério do Empreendedorismo, Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, 2024.
Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreendem/relatorio-anual-de-atividades/relatorio-anual-de-atividades-elas-empreendem.pdf>. Acesso em: 7 out. 2025.

DOLABELA, F. *O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.
Disponível em: <https://books.google.com/books/about/O+segredo+de+Lu%C3%ADsa.html?hl=pt-BR&id=0EvjY39paUgC>. Acesso em: 7 out. 2025.

FERREIRA, C. A.; ALMEIDA, R. B. *Empreendedorismo feminino no Brasil: avanços, desafios e lacunas na produção científica*. Revista Gestão & Conexões, v. 10, n. 2, p. 87–104, 2021.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J.; RAMOS, S. *Empreendedorismo: inovação, criatividade e transformação social*. Revista de Administração Contemporânea, v. 12, n. 3, p. 15–32, 2008.
Disponível em: <https://www.publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/12706/11386>. Acesso em: 7 out. 2025.

GIMENEZ, H.; FERREIRA, M.; RAMOS, R. *Estudos sobre empreendedorismo feminino no Brasil: abordagem dos múltiplos papéis sociais e dificuldade de conciliar trabalho e família*. Revista IBICT – Informação & Sociedade: Estudos, 2017.

GOMES, A. P.; BARBOSA, C. L. *Empreendedorismo feminino no Brasil: avanços, desafios e perspectivas*. Revista de Empreendedorismo e Inovação, v. 7, n. 2, p. 45–62, 2021.

GOMES, F.; SANTOS, R. *A dupla jornada da mulher empreendedora: entre o trabalho e a família*. Cadernos EBAPE.BR, v. 19, n. 1, p. 88–104, 2021.

HIRATA, H.; KERGOAT, D. *Novas configurações da divisão sexual do trabalho*. Cadernos de Pesquisa, v. 37, n. 132, p. 595–609, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil*. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

LIMA, A. P.; LOPES, R. C. *Empreendedorismo em tempos de crise: uma análise da realidade brasileira*. Revista de Administração e Negócios da Amazônia, v. 11, n. 2, p. 44–62, 2019.

MACHADO, H. V.; BORGES, A. F.; ALVES, S. *Empreendedorismo feminino e os desafios na gestão de pequenos negócios*. Revista Brasileira de Estudos Organizacionais, v. 6, n. 1, p. 23–41, 2019.

MATOS, L. C.; LIMA, R. S. *Políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil: limites e potencialidades*. Revista de Administração Pública, v. 55, n. 4, p. 912–930, 2021.

OLIVEIRA, J. S.; LIMA, A. F. *Educação e empreendedorismo feminino: impactos da escolaridade na gestão de pequenos negócios*. Revista de Ciências Sociais Aplicadas, v. 18, n. 2, p. 77–95, 2021.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO – OIT. *Mulheres no mundo do trabalho: tendências globais*. Genebra: OIT, 2021. Disponível em: <https://www.ilo.org>. Acesso em: 10 ago. 2025.

SEBRAE. *5 barreiras comuns enfrentadas por mulheres no empreendedorismo*. 2025. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/5-barreiras-comuns-enfrentadas-por-mulheres-no-empreendedorismo,859ccfe35d7d4910VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 7 out. 2025.

SEBRAE. *Empreendedorismo feminino: uma nova visão sobre os negócios*. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-feminino-uma-nova-visao-sobre-os-negocios,e61bf253be2a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 9 out. 2025.

SEBRAE. *Empreendedorismo feminino no Brasil: perfil, desafios e tendências*. Brasília: Sebrae Nacional, 2022.

SEBRAE. *Empreendedorismo no Brasil 2023: panorama e dinâmica do setor*. 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/estudo-revela-crescimento-do-empreendedorismo-no-brasil-como-instrumento-de-inclusao-social/>. Acesso em: 7 out. 2025.

SEBRAE. *O papel da inovação e do empreendedorismo no desenvolvimento econômico*. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-papel-da-inovacao-e-do-empreendedorismo-no-desenvolvimento-economico,8358781563028810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 9 out. 2025.

SEBRAE. *Sebrae Delas: programa de capacitação e fortalecimento do empreendedorismo feminino*. Sebrae, 2025. Disponível em: <https://sebraedelas.sebraesp.com.br>. Acesso em: 9 out. 2025.

SEBRAE MINAS. *Sobrecarga de tarefas ainda é principal desafio ao empreendedorismo feminino.* 2 ago. 2023. Disponível em: <https://mg.agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/sobrecarga-de-tarefas-ainda-e-o-principal-desafio-ao-empREENDEDORISMO-feminino-2/>. Acesso em: 7 out. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil.* Relatório Técnico, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empREENDEDOR/elas-empREENDEM/panorama-do-empREENDEDORISMO-feminino-no-brasil/estudo-do-empREENDEDORISMO-feminino.pdf>. Acesso em: 7 out. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Programas de incentivo e apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil.* 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/programas-de-incentivo-e-apoio-ao-empREENDEDORISMO-feminino-no-brasil,687b6c3b30816810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 7 out. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Tendências e oportunidades do empreendedorismo feminino.* Relatório Técnico, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/tendencias-empREENDEDORISMO-feminino-2>. Acesso em: 7 out. 2025.

SILVA, M. R.; MENEZES, F. P. *Políticas públicas e empreendedorismo de mulheres: análise crítica dos avanços e desafios no Brasil.* Revista de Políticas Públicas e Sociedade, v. 11, n. 3, p. 120–138, 2022.

SOUZA, A. P.; SILVA, K. *EmpREENDEDORISMO feminino e empoderamento: uma análise em micro e pequenas empresas.* Revista de EmpREENDEDORISMO e Gestão de Pequenas Empresas, v. 9, n. 2, p. 211–233, 2020.

TONELLI, M. J.; ZANINI, M. T. *EmpREENDEDORISMO feminino no Brasil: desafios e perspectivas.* Revista de Administração Mackenzie, v. 18, n. 3, p. 12–35, 2017.