

## **Empreendedorismo Feminino: Desafios e motivações enfrentados pelas mulheres empreendedoras em Nova Andradina - MS**

GIMENEZ, Juliana Cordeiro<sup>1</sup>

SOUZA, Andrea Ingarti de<sup>2</sup>

STANZANI, Amélia de Lorena<sup>3</sup>

**RESUMO:** Apesar do crescente avanço do empreendedorismo feminino nas mais diversas áreas, a maioria das organizações no Brasil ainda têm homens nos cargos de liderança e gestão. Nesse sentido, a presente pesquisa tem como propósito analisar os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras na cidade de Nova Andradina – MS e suas motivações para contribuir com a quebra do ciclo de preconceito de gênero na gestão das organizações, enfrentado por mulheres. Para realizar essa análise, algumas das mulheres empreendedoras da cidade responderam a um questionário tipo *survey*, com questões a respeito da dificuldade de inserir-se no mercado de trabalho, diversos obstáculos relacionadas ao gênero, dificuldades em conciliar o trabalho com a família, entre outras questões. Os resultados, analisados por abordagem quali-quantitativa, confirmam que as mulheres enfrentam múltiplos desafios, com destaque para a falta de capital e conhecimento técnico, diretamente relacionados a questões de gênero. Apesar dos inúmeros desafios, os resultados da presente pesquisa permitiram corroborar com a hipótese de que as mulheres têm as mesmas capacidades de homens para gerir um empreendimento próprio e têm muita disposição de conquistar melhores resultados para o seu negócio, buscando crescimento e capacitação delas e de seus colaboradores. As principais motivações para empreender são a independência financeira e a paixão por um setor específico. O apoio familiar e emocional é o mais relevante na trajetória das empreendedoras. Para o futuro, a maioria das entrevistadas prevê um crescimento significativo e mais oportunidades para o empreendedorismo feminino.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino; Igualdade de Gênero; Liderança; Pesquisa Quali-quantitativa; *Survey*.

**ABSTRACT:** Even with the growing advancement of female entrepreneurship in a wide range of areas, most organizations in Brazil still have men in leadership positions. In this sense, the purpose of this research is to analyze the challenges faced by female entrepreneurs in the city of Nova Andradina, Mato Grosso do Sul, and their motivations to contribute to breaking the cycle of gender bias in organizational management faced by women. To conduct this analysis, some of the city's women entrepreneurs

---

<sup>1</sup> Acadêmica do 8º semestre do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Nova Andradina. E-mail: [juliana.gimenez@ufms.br](mailto:juliana.gimenez@ufms.br). 2025.

<sup>2</sup> Acadêmica do 8º semestre do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Nova Andradina. E-mail: [andrea.ingarti@ufms.br](mailto:andrea.ingarti@ufms.br). 2025.

<sup>3</sup> Orientadora: Amélia de Lorena Stanzani do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Nova Andradina. E-mail: [amelia.stanzani@ufms.br](mailto:amelia.stanzani@ufms.br). 2025.

responded to a survey questionnaire with questions about the difficulty of entering the labor market, various gender-related difficulties, difficulties in balancing work and family, among other issues. The results, analyzed using a qualitative-quantitative approach, confirm that women face multiple challenges, particularly the lack of capital and technical knowledge, directly related to gender issues. Despite the numerous challenges, the results of this research corroborate the hypothesis that women have the same abilities as men to manage their own businesses and are very willing to achieve better results for their businesses, seeking growth and training for themselves and their employees. The main motivations for entrepreneurship are financial independence and a passion for a specific sector. Family and emotional support are the most relevant factors in the trajectory of female entrepreneurs. For the future, most of the interviewees foresee significant growth and more opportunities for female entrepreneurship.

**Keywords: Female Entrepreneurship, Gender Equality, Leadership, Qualitative and Quantitative Research, Survey.**

## 1 INTRODUÇÃO

As mulheres, ao longo da história, sempre enfrentaram desafios em sua inserção social, especialmente em relação à sua participação no mercado de trabalho e ao reconhecimento de seu papel social. Nesse contexto de busca por espaço e valorização, o empreendedorismo feminino emerge como uma alternativa e um campo de relevância. Nesse sentido, as mulheres que se inserem no empreendedorismo, segundo Antunes *et al.* (2022), possuem uma perspectiva de futuro diferenciada, valorizando o esforço e a dedicação como caminhos para alcançar resultados e reconhecimento.

Contudo, apesar da crescente ascensão feminina no cenário empresarial, o caminho para as empreendedoras é pavimentado por diversos obstáculos. O Sebrae (2021) cita o preconceito e a desigualdade de oportunidades em relação aos homens, somados à necessidade de conciliar responsabilidades profissionais e pessoais - a chamada dupla jornada. Complementando essa perspectiva, outras pesquisas apontam ainda dificuldades que especificamente são enfrentados por mulheres, como, acesso desigual a recursos empresariais (GEM, 2024), ausência de suporte de pessoas próximas (Antunes *et al.*, 2022), conflito entre os âmbitos pessoais e profissionais (Barbosa *et al.*, 2021), difícil alcance de recursos financeiros e social (Teixeira *et al.*, 2021), dentre outros dilemas que moldam suas jornadas empreendedoras.

O panorama do estado de Mato Grosso do Sul, segundo a Junta Comercial (JUCEMS, 2025b), demonstra a força do empreendedorismo feminino, principalmente dentre os microempreendedores individuais (MEIs). Em janeiro do ano atual, o estado registrou um total de 189.061 empresas ativas, das quais 37,2% são lideradas por mulheres, enquanto 62,8% são comandadas por homens. Uma crescente significativa frente aos últimos anos. No segmento de Microempreendedores Individuais (MEIs), a participação feminina é ainda mais expressiva: dos 203.338 MEIs ativos no estado, a participação feminina comanda 45,4%, e os homens ficam no comando de 54,6%. Os setores que se destacam são o de Comércio com 85.600 microempresas e no caso das Atividades Econômicas, o Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios é quem lidera com 27.559 empreendimentos.

Em um contexto mais localizado, Nova Andradina apresenta 3.425 empresas ativas (não incluindo MEIs) (JUCEMS, 2025a), e uma população de aproximadamente 50.610 habitantes (IBGE, 2024), evidenciando a importância econômica do setor empresarial local. Embora dados específicos sobre a proporção de mulheres na liderança de negócios em Nova Andradina não estejam prontamente disponíveis, a escolha da cidade se deu justamente por representar um contexto local valioso para a compreensão das dinâmicas do empreendedorismo feminino no interior do estado.

Nesse sentido, e considerando a relevância socioeconômica do tema e a necessidade de aprofundar o conhecimento sobre a realidade das empreendedoras locais, este estudo tem como propósito analisar os desafios enfrentados pelas mulheres que atuam no empreendedorismo na cidade de Nova Andradina – MS, bem como as motivações que as impulsionam a empreender.

Para realizar essa análise, o estudo empregou um questionário tipo *survey*, aplicado a algumas mulheres empreendedoras da cidade, com questões sobre a dificuldade de se inserir no mercado de trabalho, dificuldades diversas relacionadas ao gênero e desafios em conciliar o trabalho com a família, entre outras questões relevantes.

Apesar dos desafios historicamente impostos, o crescente protagonismo feminino no empreendedorismo brasileiro (Sebrae, 2024; GEM, 2024) sugere que as mulheres possuem a resiliência e a capacidade necessárias para o sucesso nos negócios. Assim, a hipótese desta pesquisa é que as mulheres empreendedoras de

Nova Andradina enfrentam, de fato, dificuldades significativas em sua jornada, especialmente em aspectos relacionados ao gênero e à conciliação de papéis. A presença feminina é bastante relevante no cenário atual das empresas, mas os desafios e dificuldades de gênero enfrentados, foram constatadas com a presente pesquisa.

## **2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

### **2.1 Empreendedorismo**

É evidente que a quantidade de pessoas que se tornam empreendedoras no Brasil e globalmente vem aumentando progressivamente. De acordo com Chiavenato (2014, p.23) “o empreendedor é a pessoa que tem a coragem de assumir riscos para aproveitar oportunidades em situações nas quais outras pessoas veriam apenas problemas ou ameaças”.

O termo empreendedor refere-se, principalmente, à pessoa que se dedica de maneira inovadora à organização, gestão e execução de negócios. Esse indivíduo se destaca por criar riqueza, transformar conhecimentos e recursos em novos produtos, bens e serviços, e por desenvolver métodos próprios a partir de seu saber. Trata-se, portanto, de um profissional criativo, capaz de transformar qualquer área do conhecimento humano com sua atuação. Além de sua característica inovadora, o termo também é usado no contexto econômico para se referir ao criador de uma empresa ou organização, alguém que construiu algo novo com reforço e dedicação, trazendo à existência aquilo que antes não existia (Oliveira Filho, 2009).

Chiavenato (2012) complementa essa visão ao descrever o empreendedor como aquele que dá início ou promove um negócio com o objetivo de concretizar uma ideia ou projeto pessoal, aceitando os riscos e as responsabilidades envolvidos, ao mesmo tempo em que busca continuamente a inovação.

Segundo Hisrich *et al.* (2014) a importância do empreendedorismo transcende a esfera individual, exercendo um papel fundamental tanto na criação e expansão de empresas quanto no desenvolvimento e na prosperidade de países e regiões. Para esses autores, os empreendedores possuem uma forma de pensar distinta em relação às demais pessoas. Além disso, um mesmo empreendedor pode adotar

diferentes maneiras de raciocinar dependendo da situação em que se encontra, da atividade que está desempenhando ou do contexto em que precisa tomar decisões.

Oliveira Filho (2009) aprofunda essa compreensão ao descrever o empreendedorismo como um processo sequencial, formado por uma sequência de eventos e ações que se desenrolam ao longo do tempo, podendo em alguns casos, durar bastante. Esse processo, que frequentemente se inicia com o surgimento de uma ideia inovadora relacionada à criação de um novo produto ou serviço, é caracterizado pela busca constante por soluções.

De acordo com Dolabela (2006), o empreendedorismo ainda não é uma ciência consolidada, apesar de ser uma das áreas mais estudadas e com grande volume de publicações. Isso significa que, até o momento, não existem modelos ou regras que possam assegurar, por exemplo, que determinadas condições levarão necessariamente ao sucesso de um empreendedor. No entanto, há consenso entre os estudiosos de que qualquer indivíduo tem capacidade de se tornar um empreendedor.

## **2.2 Empreendedorismo Feminino no Brasil**

Segundo Antunes *et al.* (2022), o empreendedorismo feminino consiste no estímulo e suporte direcionados às mulheres que desejam abrir seu próprio negócio ou assumir posições de liderança dentro das empresas. Ao longo da história, a sociedade recorreu-se do pretexto das diferenças biológicas como uma base, para justificar a desigualdade entre homens e mulheres. Neste contexto, restringir mulheres a posições inferiores ou sem maior grau de responsabilidade é, sem dúvida, um equívoco, pois todos os seres humanos possuem inteligência (alguns mais, outros menos), independentemente de serem homens ou mulheres, e em algum momento ou contexto irão revelar seu potencial ou desenvolver maneiras de solucionar os desafios (Hipólito *et al.*, 2021).

A trajetória do empreendedorismo feminino é rica e diversificada, abrangendo séculos de história, embora frequentemente tenha sido invisibilizada ou subestimada. Contudo, o ano de 2024 consolidou um momento histórico para o empreendedorismo feminino no Brasil, com mais de 10 milhões de mulheres liderando negócios, ampliando sua participação econômica e contribuindo para a transformação social e

econômica do país (Sebrae, 2024). Essa ascensão é acompanhada por monitoramentos importantes, como o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), organizados em 1997, com o objetivo de medir a atividade empreendedora dos países (Dornelas, 2008).

Ao analisarmos a taxa de empreendedorismo inicial feminino no Brasil, por meio da pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor, observa-se que a participação das mulheres no empreendedorismo inicial tem se mantido próxima a 19%, enquanto a taxa masculina é de cerca de 22% (GEM, 2024). Isso mostra que, apesar dos desafios, as mulheres continuam ampliando sua presença e consolidando sua posição na economia do país, com uma redução gradual da diferença de gênero no empreendedorismo.

Ainda que a maioria das organizações no Brasil ainda tem homens nos cargos de gestão, mesmo com o crescente avanço do empreendedorismo feminino, nas mais diversas áreas. Para o Sebrae as empreendedoras frequentemente buscam inovações, produtos e serviços que atendem a nichos pouco explorados, contribuindo para uma economia mais diversa, inclusiva e sustentável, ao mesmo tempo em que fortalecem a representatividade feminina no mercado (Sebrae, 2024).

Nesse contexto, Silva e Mainardes (2016), concluíram em sua pesquisa que as mulheres estão conquistando maior autonomia ao buscarem suas próprias fontes de renda. Atualmente, a maior parte das entrevistadas lidera suas organizações e, em geral, conduzem seus negócios de forma mais individual. As empresas administradas por elas já estão ativas há mais de três anos, superando a taxa de sobrevivência de dois anos para novos negócios, conforme dados do Sebrae (2013), (citados por Silva e Mainardes, 2016). Isso demonstra que as empresas dessas empreendedoras já se encontram consolidadas no mercado.

Entretanto, o Global Entrepreneurship Monitor (2024) aponta que, na maior parte das economias, os homens mais frequentemente iniciam um novo negócio em comparação com as mulheres, devido a várias razões, incluindo cultura, oportunidades, padrões sociais e diferenças motivacionais.

Entre os principais desafios, destacam-se o preconceito de gênero, a dificuldade de acesso a crédito, a sobrecarga da dupla jornada e a falta de redes de apoio (Teixeira *et al.*, 2021; Barbosa *et al.*, 2021; Antunes *et al.*, 2022). Além disso, a

literatura aponta que a motivação para empreender está fortemente ligada à busca por independência financeira e ao desejo de equilibrar a vida pessoal com os desafios do mercado (Galvão *et al.*, 2024). Nesse sentido, Santos e Oderich (2021), destacaram em sua pesquisa que uma gestão eficiente do tempo é primordial para o sucesso das mulheres líderes de negócios, para evitar a sobrecarga do possível acúmulo de tarefas domésticas e profissionais.

### **2.2.1 Empreendedorismo Feminino – Estudos Correlatos**

Para compreender a fundo o fenômeno do empreendedorismo feminino, é fundamental, recorrer a abordagens metodológicas desenvolvidas. Segundo Robbins (2005), a análise quantitativa tem como finalidade auxiliar os estudantes no desenvolvimento de habilidades racionais e analíticas, capacitando-os a avaliar de forma objetiva as diferentes opções de decisão. Acrescentando esse ponto de vista, Pereira *et al.* (2018, p. 69):

Nos métodos quantitativos, faz-se a coleta de dados quantitativos ou numéricos por meio do uso de medições de grandezas e obtém-se por meio da metrologia, números com suas respectivas unidades. Estes métodos geram conjuntos ou massas de dados que podem ser analisados por meio de técnicas matemáticas como é o caso das porcentagens, estatísticas e probabilidades, métodos numéricos, métodos analíticos e geração de equações e/ou fórmulas matemáticas aplicáveis a algum processo.

Dessa forma, uma análise quantitativa ou quali-quantitativa pode auxiliar na obtenção de resultados mais indiretos, porém mais detalhados, permitindo uma compreensão mais abrangente.

Diversos estudos ilustram a aplicação dessas abordagens. Pedeszzi e Rodrigues (2020), investigaram, por meio de uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, a maneira como as mulheres empreendedoras conciliam as responsabilidades familiares com os desafios e exigências do mercado de trabalho, além de identificar as dificuldades enfrentadas nesse contexto, estabelecendo uma distinção entre empreendedoras que são mães e aquelas que não possuem filhos. A

pesquisa deles concluiu a confirmação da hipótese de que um dos grandes desafios enfrentados por essas mulheres é o fato de terem que conciliar o trabalho e a família.

Galvão *et al.* (2024), analisaram os aspectos de sucesso do empreendedorismo feminino por meio de uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva, aplicada a 5 mulheres empreendedoras cuja principal motivação para empreender foi a busca pela independência financeira, também como equilibrar sua vida pessoal e familiar com os desafios do empreendedorismo.

A necessidade de uma visão mais abrangente é reforçada por Santos e Oderich (2021), que desenvolveram uma pesquisa qualitativa que, a partir de uma entrevista semiestruturada a 3 mulheres empreendedoras de diferentes faixas etárias e todas elas mães, esposas e gestoras do lar. Essa pesquisa destaca a necessidade de delimitar bem as tarefas profissionais e domésticas, com o auxílio de agendas e ferramentas tecnológicas e aponta a necessidade de cursos e oficinas que favoreçam às mulheres empreenderem e conciliarem a sua vida familiar. As autoras, inclusive, ressaltaram a importância de realizar uma análise quantitativa para levantar informações sobre quais são os fatores mais apontados por mulheres empreendedoras na conciliação do trabalho com a gestão familiar.

Já Gabriel (2021), por sua vez, realizou uma pesquisa que caracteriza-se como descritiva, que tem como abordagem de estudo, uma característica quantitativa, que concluiu que, mesmo com preconceitos e desafios enfrentados, as mulheres continuam buscando seu espaço no mercado empresarial, lutando pela liberdade de tomar decisões que impactam suas vidas e perseverando em seus objetivos.

### **3 METODOLOGIA**

O presente estudo consiste em uma pesquisa descritiva, com abordagem quali-quantitativa, ou seja, de natureza mista, buscando integrar a objetividade dos dados numéricos com a profundidade da análise qualitativa, proporcionando uma visão mais completa e contextualizada do tema. Para Moeller *et al.* (2016) citado por Gil (2019), à partir do final da década de 1990, a discussão sobre a possibilidade e a conveniência da realização de pesquisas de métodos mistos, que combinam elementos de pesquisa qualitativa e quantitativa, ganhou força. O propósito é ampliar e aprofundar o entendimento e a corroboração dos resultados. Moeller *et al.* (2016),

também destaca, que é crucial entender que a pesquisa de métodos mistos transcende a mera obtenção separada de dados quantitativos e qualitativos, avançando para a efetiva fusão, combinação ou integração dessas distintas formas de informação.

Para realizar a coleta de dados da presente pesquisa foi aplicado um questionário digital, composto por 14 perguntas fechadas e 1 aberta, totalizando 15 questões. A elaboração do questionário foi principalmente embasada nas contribuições de Silva (2023), incorporando também pontos relevantes identificados na revisão de literatura. Dessa forma, as perguntas abordaram aspectos sobre perfil, motivações, desafios e experiências das mulheres empreendedoras.

A pesquisa do tipo *survey* foi selecionada como método para a coleta de dados, por ser entendida como a busca de informações a respeito de características, opiniões ou comportamentos de um grupo representativo, possibilitando a análise quantitativa dos resultados (Fonseca, 2002). Nesse contexto, a pesquisa *survey* corresponde a uma modalidade particular de pesquisa social prática, sendo que há diferentes formas de *survey* disponíveis. “A pesquisa *survey* é aplicada com o objetivo de estudar uma amostragem definida de uma determinada população. Podendo ser uma pessoa, como também famílias, empresas, cidades, estados e nações.” (Silva *et al.* 2019, p. 547).

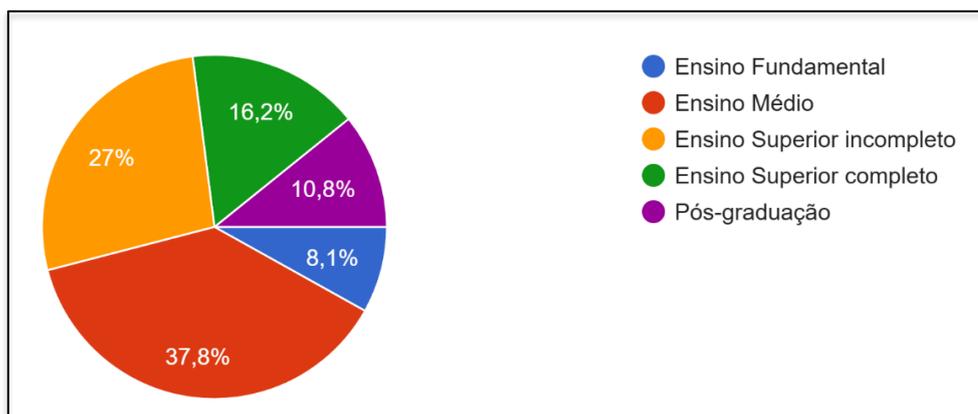
O público-alvo desta pesquisa constituiu em mulheres empreendedoras que possuem e administram seus próprios negócios na cidade de Nova Andradina - MS. Para alcançar as participantes, o questionário foi criado e disponibilizado mediante a plataforma Google Forms. O link para o questionário foi então divulgado por meio de redes sociais e contatos profissionais. Adicionalmente, as pesquisadoras atuaram *in loco*, realizando a divulgação direta do questionário às empreendedoras do comércio local. As respondentes foram convidadas a participar de forma voluntária, sendo previamente informadas sobre os termos do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que acompanhava o questionário. Ao todo, em torno de 80 mulheres empreendedoras foram contatadas, via *Whatsapp* e pessoalmente, e dessas 37 responderam ao questionário, compondo a amostra final deste estudo, a pesquisa ocorreu no período de 26 de abril de à 11 de junho de 2025.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

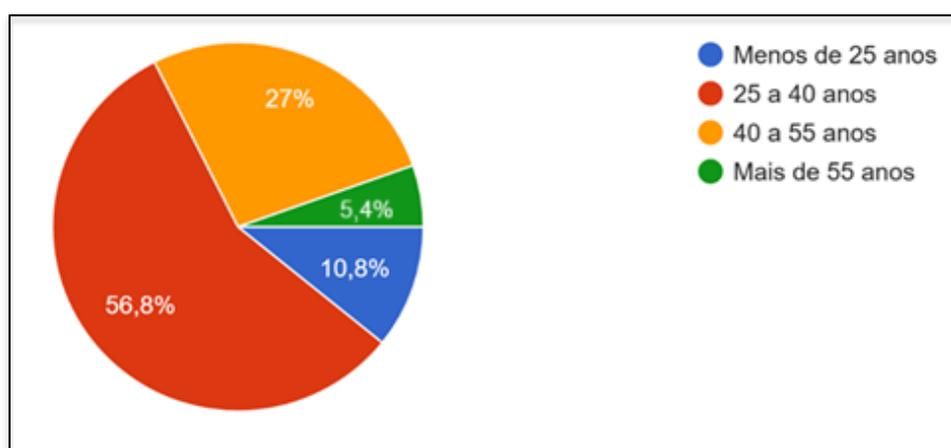
O questionário (Anexo 1) compreendia 15 questões, as duas primeiras questões para informar o ramo da empresa, em seguida, as questões 3 a 6, para coletar informações de identificação pessoal sobre estado civil, escolaridade, idade e se a entrevistada possui filhos. As questões 7 e 8 questionavam sobre a formação acadêmica focada na gestão e tempo de atuação no empreendedorismo. Nas questões de 9 a 12 as entrevistadas deveriam classificar (numa escala de 1 a 5) fatores que a motivaram, foram desafios e serviram de apoio na trajetória empreendedora. As questões 13 a 15 estão mais relacionadas a percepção das entrevistadas sobre o futuro do empreendedorismo feminino, ações que facilitariam um melhor desenvolvimento futuro e resumo da trajetória, além de conselhos das entrevistadas às mulheres que desejem empreender.

Foram coletadas 37 respostas, nas quais pode-se constatar que a maioria das entrevistadas tem ensino médio completo ou superior incompleto totalizando 64,8%. Em relação a faixa etária, 56,8% das entrevistadas tem entre 25 e 40 anos. Corroborando com esses dados, Hisrich *et al.* (2014) também observou que embora exista a noção de que o nível de escolaridade dos empreendedores é inferior ao da população em geral, as pesquisas apontam de forma consistente o contrário.

A educação desempenha um papel fundamental na formação de novos empreendedores. Cabe ressaltar que 37,8% das entrevistadas tem formação acadêmica ou especialização na área de gestão de empresas. A maioria dos empreendedores começa seu primeiro negócio entre os 22 e 45 anos de idade. No entanto, não há uma regra, e é possível iniciar a carreira empreendedora em qualquer fase da vida. As Figuras 1 e 2 detalham o nível de escolaridade e a faixa etária das entrevistadas, respectivamente.

**Figura 1 – Nível de Escolaridade das Entrevistadas**

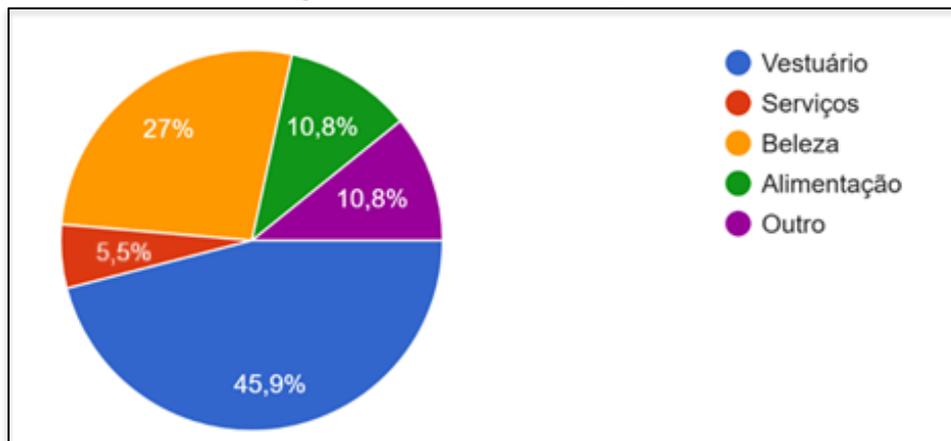
Fonte: Dados da pesquisa (2025).

**Figura 2 – Faixa Etária das Entrevistadas**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A grande maioria das entrevistadas, 59,5%, são casadas e 67,6% delas têm filhos. Uma das dificuldades das mulheres que empreendem é conciliar o trabalho e a família, cujo cuidado recai, muitas vezes, sobre elas. Essa realidade, onde são as mulheres que acumulam as funções de mãe, esposa e empreendedora, que frequentemente enfrentam esse desafio de equilibrar essas múltiplas responsabilidades (Souza, 2023), e esse é um desafio apontado também pelas mulheres aqui entrevistadas, cujos resultados serão apresentados em seguida na Figura 5.

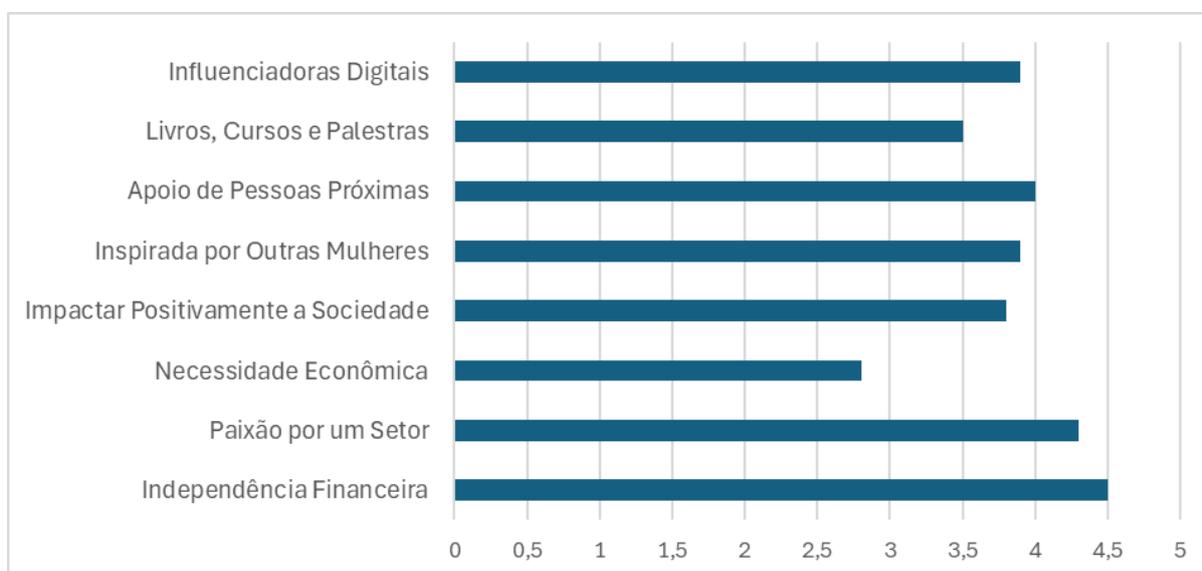
As entrevistadas estão incluídas na atividade de comércio varejista nos mais diversos ramos, dos quais se destacam o ramo de vestuário e beleza. A Figura 3 detalha a divisão dos ramos das empresas geridas pelas entrevistadas.

**Figura 3 – Ramo das Empresas**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

O tempo de atuação varia muito, sendo que 45,9% das entrevistadas empreendem a mais de 10 anos, mas 35,1%, por sua vez, empreendem a menos de 5 anos.

O questionário aplicado contou com questões nas quais a entrevistada deveria classificar fatores numa escala de relevância que variava de 1 a 5 (sendo 1 pouco importante e 5 muito importante) em relação principalmente a sua motivação e desafios de empreender, as Figuras 4, 5, 6, 7 e 8 apresentam a média das 37 respostas para cada um dos fatores, em cada questão respondida.

**Figura 4 – Fatores relevantes em relação a motivação inicial para empreender**

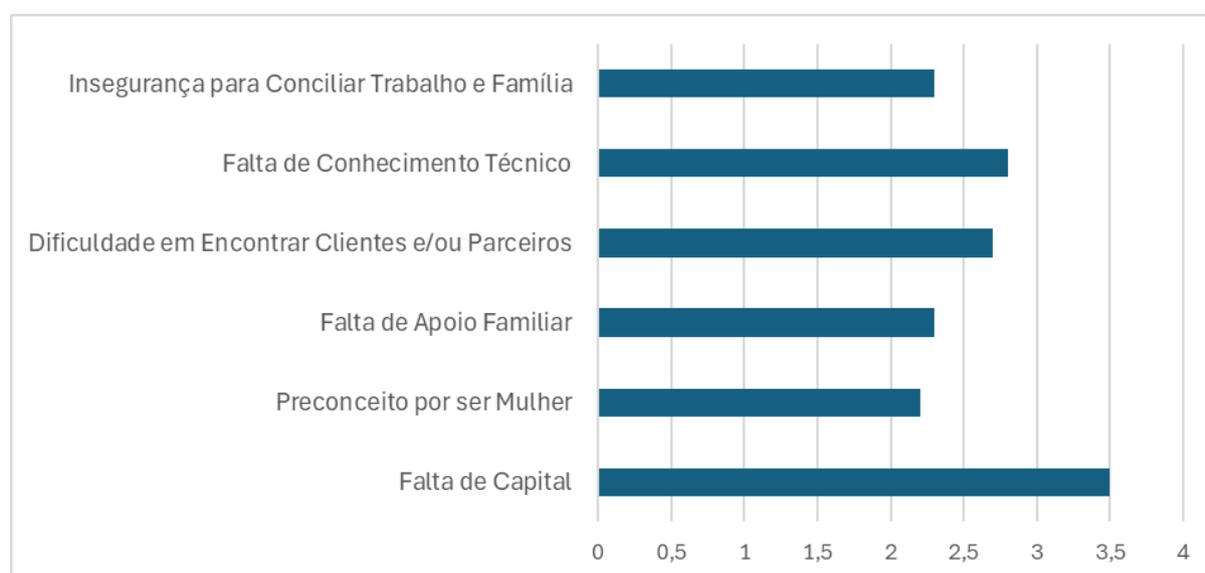
Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Analisando a Figura 4, o principal fator que levou as entrevistadas a iniciar empreender foi a aquisição de independência financeira, seguido da paixão por um setor específico, sendo esses fatores tiveram uma média de relevância maior do que 4. Esses resultados de Nova Andradina demonstram que as motivações financeiras e a paixão pessoal são os principais propulsores para o empreendedorismo feminino na região.

A independência financeira pode estar diretamente relacionada a questões de gênero, muitas vezes o desejo de ter seu próprio negócio reflete uma necessidade de sair de uma situação de dependência patrimonial do companheiro/marido. De acordo com o SEBRAE (2023) a Pesquisa Anual sobre Empreendedorismo Feminino no Brasil, produzida pelo Instituto RME em parceria com o Instituto Locomotiva em 2021 mostrou que 48% das entrevistadas conseguiram terminar relacionamentos abusivos e até violentos ao abrirem a própria empresa.

Essas características são confirmadas por outros estudos. Por exemplo, uma pesquisa realizada em Marechal Cândido Rondon por Sauer *et al.* (2023) revelou que a maioria das respondentes (32%) almejava ter um negócio próprio, o que se alinha à busca por autonomia e independência, enquanto 14% buscavam a realização pessoal. Essa similaridade nas motivações entre diferentes contextos reforça a tendência de que mulheres buscam no empreendedorismo não apenas a autonomia econômica, mas também a concretização de paixões e a satisfação pessoal.

**Figura 5 – Desafios enfrentados ao iniciar o negócio**

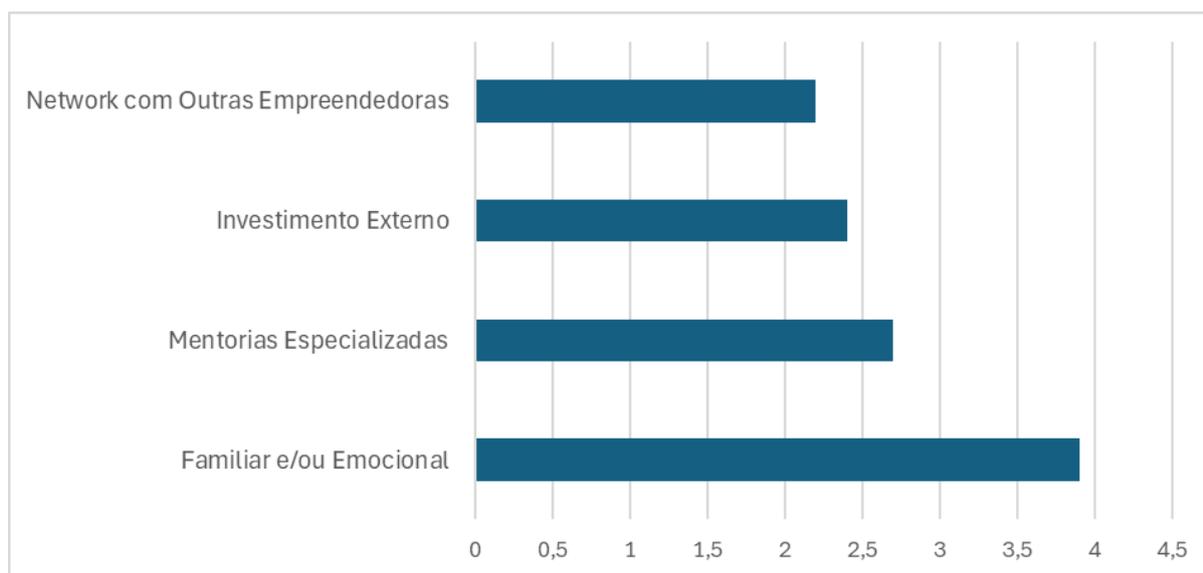


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Conforme pode ser observado na Figura 5, os desafios enfrentados ao iniciar o negócio pelas empreendedoras da cidade de Nova Andradina/MS, em sua maioria foi a falta de capital, seguido pela falta de conhecimento técnico, dificuldade de encontrar clientes e/ou parceiros, insegurança para conciliar trabalho e família, falta de apoio familiar e por último o preconceito por ser mulher.

Foi feita uma média das respostas, já que no questionário havia a opção de avaliar de 1 a 5 essas respostas. O preconceito de gênero muitas vezes não é percebido nem mesmo pela própria mulher, a questão de gênero está enraizada nessas outras dificuldades citadas, a falta de capital e a falta de conhecimento técnico podem ser reflexo de mulheres serem historicamente impedidas pelo companheiro/marido de trabalhar fora e/ou buscar uma formação acadêmica. A insegurança para conciliar trabalho e família e a falta de apoio familiar também são reflexos da violência de gênero, afinal esse papel de cuidado, está bastante vinculado ao fato de ser mulher, cuidar da casa, da família e dos filhos, geralmente não é um papel atribuído aos homens.

**Figura 6 – Apoio recebido ao longo da trajetória como empreendedora**

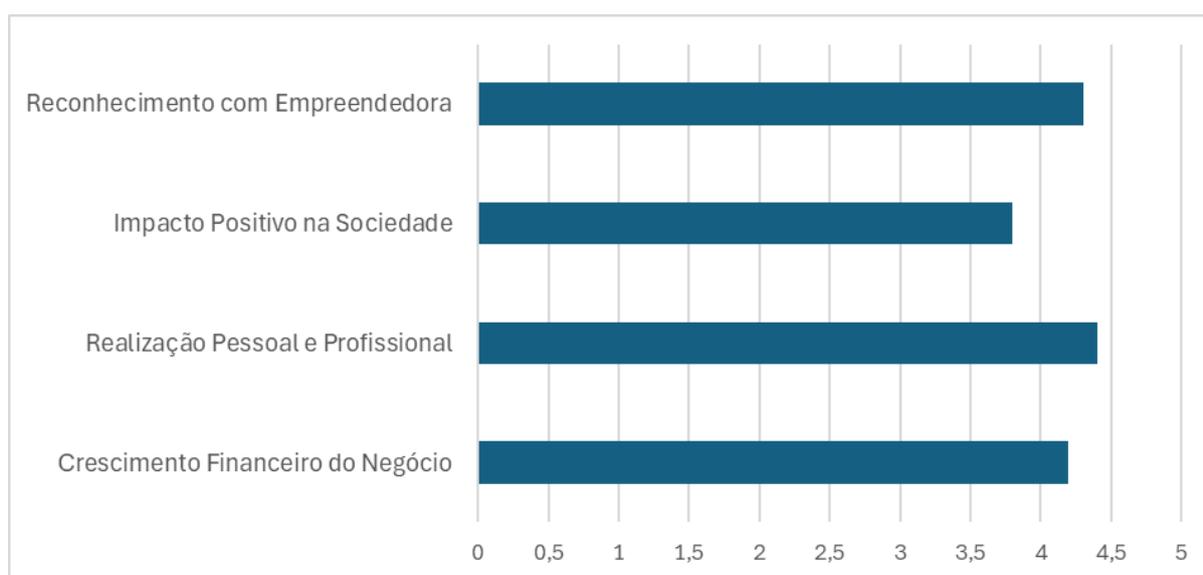


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Conforme demonstrado na Figura 6, a trajetória das empreendedoras é marcada pelo recebimento de apoio de diferentes fontes. Em primeiro lugar foi o apoio familiar e/ou emocional mostrando que a família auxilia no sucesso dos seus negócios; segundo mentorias especializadas na qual fazer uma especialização em programas de orientação, adquirir conhecimento com profissionais da área específica

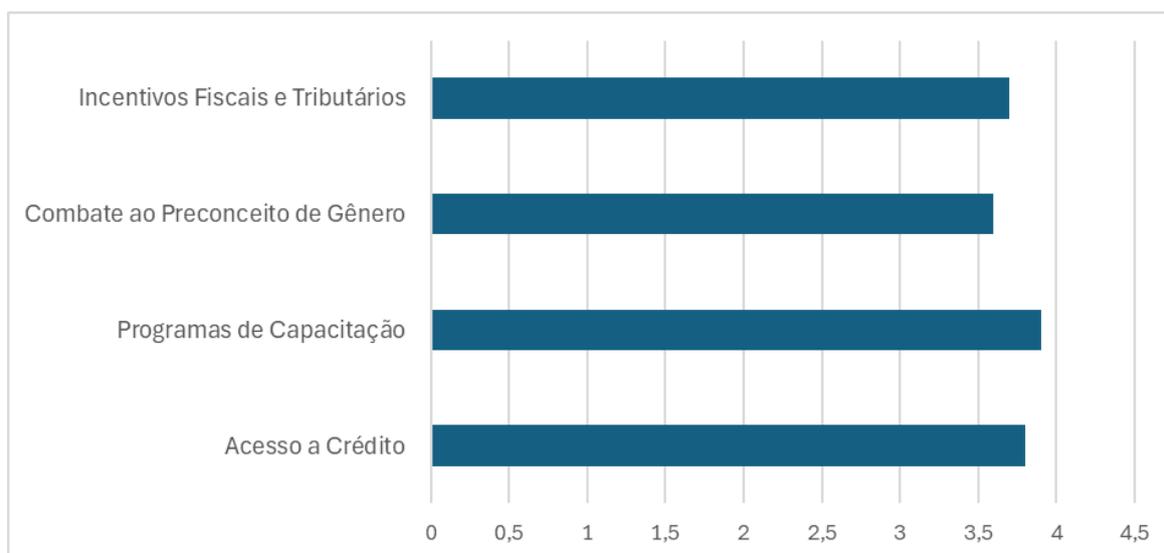
com experiência faz toda a diferença; terceiro investimento externo e em quarto Network com outras empreendedoras. Nesse contexto Hisrich *et al.* (2014), afirma que é fundamental o empreendedor cultivar uma rede de suporte emocional, composta por familiares e amigos, que atue como um grupo de incentivadores. Esse apoio é de vital importância para a superação dos desafios e períodos de isolamento inerentes à jornada empreendedora. De fato, muitos empreendedores apontam seus cônjuges como seu principal pilar de sustentação, pois são eles que viabilizam a intensa dedicação de tempo exigida pelo novo negócio.

**Figura 7 – Fatores relevantes para continuar a empreender**



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

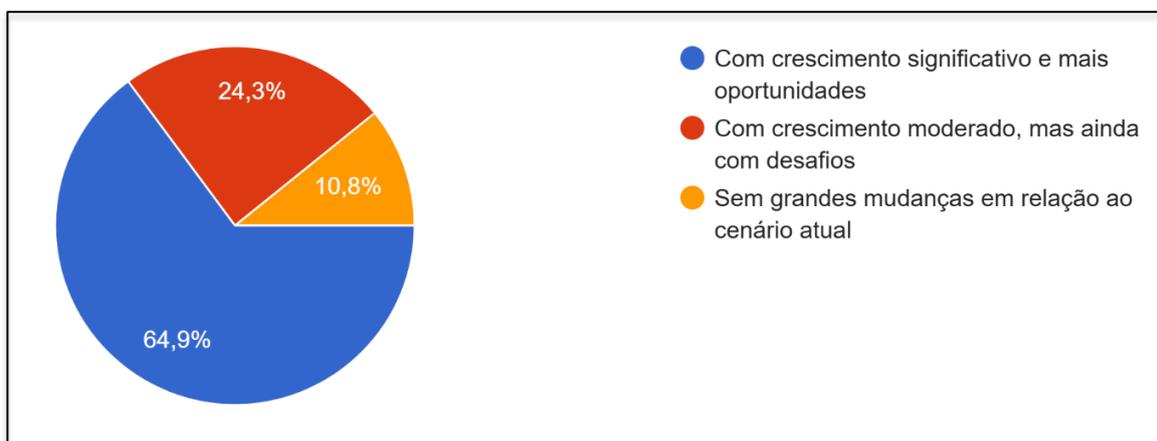
A Figura 7 ilustra os fatores considerados relevantes para a continuidade no empreendedorismo, conforme o levantamento realizado. A realização pessoal e profissional destaca-se como um fator de maior relevância, diante das opções apresentadas. Em segundo lugar, o reconhecimento como empreendedora surge com grande importância, indicando que as empreendedoras de Nova Andradina valorizam não apenas o sucesso individual, mas também o crescimento e a visibilidade do empreendedorismo feminino, impulsionando o desenvolvimento econômico e social. A seguir, o crescimento financeiro do negócio ocupa a terceira posição, evidenciando uma proximidade de relevância com o reconhecimento. Por fim, o impacto positivo na sociedade é considerado um fator significativo pelas mulheres de Nova Andradina, ocupando a quarta colocação.

**Figura 8 – Ações que facilitariam a jornada das mulheres empreendedoras**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A Figura 8 demonstra a relevância das ações que poderiam facilitar a jornada das mulheres empreendedoras. O gráfico de barras ilustra as médias de 1 a 5 das respostas coletadas das entrevistadas, na qual o programa de capacitação está em primeiro lugar, em segundo vem o acesso ao crédito, em terceiro estão os incentivos fiscais e tributários e por último o combate ao preconceito de gênero.

Em síntese, os dados da Figura 8 funcionam como um roteiro claro para a elaboração de políticas de apoio eficazes em Nova Andradina, mostrando que as ações mais impactantes seriam aquelas focadas no desenvolvimento de habilidades gerenciais e na criação de mecanismos que facilitem o acesso a recursos financeiros.

**Figura 9 – Como as entrevistadas vêem o futuro do empreendedorismo feminino**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

As entrevistadas, conforme ilustrado na Figura 9, compartilham suas percepções sobre o futuro do empreendedorismo feminino, onde 64,9% preveem um crescimento significativo e mais oportunidades, 24,3% indicam crescimento moderado, mas ainda com desafios e 10,8% sem grandes mudanças em relação ao cenário atual. Portanto, a maioria acredita que o futuro será de crescimento com mais oportunidades.

**Figura 10 – Nuvem de Palavras: O que resume sua trajetória e conselhos para novas empreendedoras.**



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A Nuvem de Palavras da Figura 10, oferece uma representação visual resumida e significativa da trajetória e dos conselhos importantes compartilhados pelas empreendedoras. O tamanho de cada palavra na nuvem reflete diretamente sua frequência e, conseqüentemente, sua relevância nas narrativas das entrevistadas. Analisando a figura constata-se que a persistência em não desistir e a dedicação em seguir com o sonho de empreender são destaques das falas das entrevistadas. A palavra “desafio” também aparece em destaque, e as palavras “estressante” e “dificuldade” também são citadas por essas mulheres, mas são pequenas quando comparadas a palavras de motivação e persistência.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras na cidade de Nova Andradina – MS e suas motivações para empreender. Com base nas análises dos resultados obtidos a partir do questionário aplicado a 37 empreendedoras, permitiram concluir que, apesar dos desafios, as mulheres possuem as mesmas capacidades de gestão que os homens e demonstram grande disposição para buscar o crescimento de seus negócios e a capacitação de seus colaboradores.

As principais descobertas revelaram que a independência financeira e a paixão por um setor específico são os motivadores mais relevantes para o início da jornada empreendedora em Nova Andradina, com médias de relevância superiores a 4. Em relação aos desafios, a falta de capital e a falta de conhecimento técnico foram os mais expressivos, seguidos pela dificuldade em encontrar clientes/parceiros e pela insegurança para conciliar trabalho e família.

O preconceito de gênero, embora presente, foi percebido com menor intensidade em comparação com os desafios práticos, mas está enraizado nas demais dificuldades encontradas por elas, mesmo que estas não percebam ou não citam diretamente. No que tange ao apoio recebido ao longo da trajetória, o apoio familiar e/ou emocional destacou-se como o mais relevante, corroborando a afirmação de Hisrich *et al.* (2014) sobre a importância de uma rede de suporte emocional para empreendedores. Para a continuidade do empreendimento, a realização pessoal e profissional, juntamente com o reconhecimento como empreendedora, surge como fatores preponderantes.

A pesquisa também identificou que as ações mais impactantes para facilitar a jornada das mulheres empreendedoras seriam os programas de capacitação e o acesso ao crédito. Estes dados funcionam como um roteiro claro para a elaboração de políticas de apoio eficazes em Nova Andradina, mostrando que as ações mais impactantes seriam aquelas focadas no desenvolvimento de habilidades gerenciais e na criação de mecanismos que facilitem o acesso a recursos financeiros. A percepção predominante entre as entrevistadas é de um futuro com crescimento significativo e mais oportunidades para o empreendedorismo feminino, refletindo otimismo e resiliência. A nuvem de palavras reforçou a importância de termos como "Não

Desista", "Dedicação", "Acreditar" e "Sonhe" na trajetória e nos conselhos das empreendedoras, o que demonstra a motivação para continuar empreendendo.

Este estudo, embora relevante, possui algumas limitações. A amostra de 37 respondentes, embora significativa para uma pesquisa local em Nova Andradina, não permite generalizações para outras regiões. O questionário, predominantemente fechado, limitou o aprofundamento das respostas qualitativas em algumas questões. Assim, sugere-se para futuras pesquisas a realização de estudos qualitativos mais aprofundados com entrevistas em profundidade, a fim de explorar as narrativas pessoais e os mecanismos de superação dos desafios, especialmente aqueles relacionados à dupla jornada e à percepção do preconceito de gênero. Outra abordagem possível para uma pesquisa futura é aplicar a pesquisa para uma amostra maior de empreendedoras, o que permitiria fazer análises quantitativas de correlação entre as variáveis pesquisadas com maior precisão.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, Stefanny Raissa Alves; MACHADO, Jucilene Ribeiro; MASCARENHAS, Carlos Cesar; NAGATSUKA, Divane Alves da Silva; OLIVEIRA, Felipe Mateus; MACHADO, Victor Andrade. Empreendedorismo feminino. **Revista Gestão em Foco**, n. 14, p. 96-108, 2022.

BARBOSA, Hávila Maria Abreu; ROCHA NETO, Manoel Pereira da; CÂMARA JÚNIOR, Sueldo Lopes; SILVA, Pablo Marlon Medeiros da. Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. **Revista GeSec**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 94-121, maio/ago. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.7769/gesec.v12i2.1123>.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012. xv, 315 p. ISBN 9788520432778.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 9. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. - 3. ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC. Apostila. 2002.

GABRIEL, Inês Regina de Oliveira. **Empreendedorismo como precursor do empoderamento feminino das empresárias da cidade de Natal/RN**. 2021. 53 f. il. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.

GALVÃO, Emilly Pinheiro; SOUZA JÚNIOR, Armando Araújo; MORAES, Ana Flávia; MENDES, Sérgio Augusto Torres. O perfil empreendedor: um estudo sobre o

empreendedorismo feminino em uma comunidade da cidade de Manaus. **Revista GeSec**, v. 15, n. 1, p. 1268-1288, 2024.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social, 7ª edição**. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. E-book. p.1. ISBN 9788597020991. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020991/>. Acesso em: 09 jun. 2025.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2024). **Monitor de Empreendedorismo Global**. Relatório de empreendedorismo feminino 2023/24.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2025). **Monitor de Empreendedorismo Global**. Relatório Global 2024/2025: Entrepreneurship Reality Check (Verificação da realidade do empreendedorismo).

HIPÓLITO, Débora Cristina; JESUS, Estephane Pereira de; MACEDO, Jaqueline de Freitas; BARROS, Jessica da Silva; OLIVEIRA, Thais de Sá Santos Silva. **O empreendedorismo feminino: um estudo com empreendedoras do grande ABC**. Trabalho de Conclusão de curso apresentado. 2021, 13 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Técnico em Administração). Etec de Mauá.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo** / Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd; tradução: Francisco Araújo da Costa. - 9. ed. - Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama: Nova Andradina - MS**. 2024. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/nova-andradina/panorama>. Acesso em: 31 maio. 2025.

JUCEMS. Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul. **Estatísticas: Empresas ativas no Estado**. 2025a. Disponível em: <https://www.jucems.ms.gov.br/publicacoes/estatisticas/>. Acesso em: 31 maio. 2025.

JUCEMS (Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul). **Mapa de empresas Mato Grosso do Sul Jan. 2025**. [S. l.]: JUCEMS, 2025b. Disponível em: <https://www.jucems.ms.gov.br/wp-content/uploads/2025/03/Mapa-de-empresas-Mato-Grosso-do-Sul-Jan.2025.pdf>. Acesso em: 14 junho. 2025.

MOELLER, Alaidine Kramer; CRESWELL, John W.; SAVILLE, Nick. **Second Language Assessment and Mixed Methods Research**. Nova York: Cambridge University Press, 2016. Disponível em: [735110-studies-in-language-testing-volume-43.pdf](https://www.cambridge.org/core/books/second-language-assessment-and-mixed-methods-research/735110-studies-in-language-testing-volume-43.pdf). Acesso em: 07 de junho de 2025.

OLIVEIRA FILHO, João Bento de. **Empreendedorismo**. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2009. 150 p.

PEREIRA, Adriana Soares; SHITSUKA, Dorlivete Moreira; PAREIRA, Fabio José; SHITSUKA, Ricardo. Metodologia da pesquisa científica [recurso eletrônico]. 1. ed. Santa Maria, RS: UFSM, NTE, 2018. E-book. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/15824/Lic\\_Computacao\\_Metodologia-Pesquisa-Cientifica.pdf?sequence=1](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/15824/Lic_Computacao_Metodologia-Pesquisa-Cientifica.pdf?sequence=1). Acesso em: 28 maio 2025.

PEDEZZI, Bruna; RODRIGUES, Lilian Segnini. Desafios do empreendedorismo feminino: um levantamento com mulheres empreendedoras. **Revista Interface Tecnológica**, Taquaritinga, v. 17, n. 2, p. 398-410, 18 dez. 2020. DOI: 10.31510/infa.v17i2.863.

ROBBINS, Stephen Paul. Administração: mudanças e perspectivas. Tradução de Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2005.

SANTOS, Evellen Antunes; ODERICH, Cecília Leão. Gestão do Tempo: Estudo com mulheres empreendedoras. **Revista Gestão e Organizações**. ISSN 2526-2289 v. 06, n. 04, Out/Dez. 2021.

SEBRAE. **O que é Empreendedorismo Feminino? Força, criatividade e empoderamento no empreendedorismo.** Disponível em: <https://sebraeatende.com.br/artigo/o-que-e-empreendedorismo-feminino>. Acesso em: 03 de maio de 2025.

SEBRAE. **Relatório Técnico de Empreendedorismo Feminino no Brasil 2024.** Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/empreendedorismo-feminino-2024>. Acesso em: 28 maio 2025.

SEBRAE. Empreendedorismo resgata mulheres da violência doméstica | ASN Nacional - Agência Sebrae de Notícias. SEBRAE 2023, Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empresadora/empreendedorismo-resgata-mulheres-da-violencia-domestica/>. Acesso em: 30 de agosto de 2025.

SILVA, Alessandro José da; SIMÕES, Eliane Antonio; CUNHA JUNIOR, Hamilton Moreira da; FURLAN, Humber; PIRES, Vinícius Rodrigues Silva. **Tecnologia, inovação e sustentabilidade: 50 anos de Cursos de Tecnologia no Brasil.** Método de pesquisa *survey* – estudo do método e aplicações na engenharia de produção. In: CENTRO PAULA SOUZA. XIV Workshop de Pós-Graduação e Pesquisa do Centro Paula Souza, 14., 2019, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Centro Paula Souza, 2019. ISSN 2175-1897.

SILVA, Mariana Santos da; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento**, v.13, n. 2, p. 150-165, 2016.

SILVA, Marcilene Pereira da. Silva, Marcilene Pereira da. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por mulheres na gestão de negócios contábeis / Marcilene Pereira da Silva. — João Pessoa, 2023. Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena. TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

SOUZA, Débora Molina. Empreendedorismo Feminino em Restaurantes: um estudo de caso da Lu Restaurante no município de Taquarussu/MS. Orientador: Fabiano Greter Moreira - Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis - Bacharelado, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Nova Andradina, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/7983>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SAUER, Bruna Carolina Schulz; PESCADOR, Suziméri Vilas Bôas; WALTER, Silvana Anita. Análise dos Desafios para o Empreendedorismo Feminino no Município de Marechal Cândido Rondon. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista**, 2023. ISSN: 1982-3037

TEIXEIRA, Cristiane Martins; SILVA, Andréa Ferreira da; SOUSA, Felipe Neris Torres de; LAVOR, Neukele Bento de. Empreendedorismo feminino. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 151-171, mai-jun, 2021.

## ANEXOS

## Anexo 1 - Questionário Survey



Seção 1 de 3

### Empreendedorismo Feminino em Nova Andradina/MS

B I U ↻

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)**

Você está sendo convidada a participar, de forma voluntária, da pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso das alunas Andréa Ingarti de Souza e Juliana Cordeiro Gimenez, do curso de Administração da UFMS – Campus de Nova Andradina, sob orientação da professora Amélia Stanzani.

O estudo tem como objetivo levantar informações sobre os desafios e motivações enfrentadas por mulheres empreendedoras de Nova Andradina.

A participação consiste em responder um questionário, com tempo estimado de até 5 minutos. Nenhum dado pessoal sensível será solicitado, e suas respostas serão usadas apenas para fins acadêmicos, com total sigilo.

A participação é voluntária e você pode desistir a qualquer momento, sem prejuízo algum.

**Sua resposta vale ouro (ou melhor, um diploma). Ajude duas estudantes a se formarem!!**

Em caso de dúvidas, entre em contato com as pesquisadoras pelos e-mails: andrea.ingarti@ufms.br / juliana.gimenez@ufms.br

---

**1- Nome da Empresa (Apenas para controle das pesquisadoras, não será divulgado) \***

Sua resposta

---

**2- Qual o ramo da sua empresa? \***

Vestuário

Serviços

Beleza

Alimentação

Outro

---

**3- Qual sua faixa etária? \***

Menos de 25 anos

25 a 40 anos

40 a 55 anos

Mais de 55 anos

---

**4- Qual seu estado civil? \***

Solteira

Casada

Divorciada

Viúva

---

**5- Possui Filhos? \***

Sim

Não

---

**6- Qual é o seu nível de escolaridade? \***

Ensino Fundamental

Ensino Médio

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior completo

Pós-graduação

---

**7 - Possui formação acadêmica ou curso de especialização na área de administração de empresas? \***

Sim

Não

---

**8- A quanto tempo você empreende? \***

5 anos ou menos

5 a 8 anos

8 a 10 anos

Mais de 10 anos

---

**9 - Classifique de 1 a 5 a importância dos itens abaixo em relação a sua motivação inicial para empreender (sendo: 1 "pouco importante" e 5 "muito importante") \***

	1	2	3	4	5
Alcançar a independência financeira	<input type="radio"/>				
Paixão por um setor específico ou ideia inovadora	<input type="radio"/>				
Necessidade econômica ou falta de emprego formal	<input type="radio"/>				
Desejo de impactar positivamente a sociedade/comunidade	<input type="radio"/>				
Inspiração por histórias de outras mulheres empreendedoras bem-sucedidas	<input type="radio"/>				
Apoio familiar e amigos próximos	<input type="radio"/>				
Livros, cursos ou palestras sobre empreendedorismo	<input type="radio"/>				
Redes sociais e influenciadores digitais	<input type="radio"/>				

**10- Classifique de 1 a 5 a relevância dos desafios que você enfrentou ao iniciar seu negócio (sendo: 1 "pouco relevante" e 5 "muito relevante") \***

	1	2	3	4	5
Falta de capital inicial	<input type="radio"/>				
Preconceito ou discriminação por ser mulher	<input type="radio"/>				
Falta de apoio familiar ou social	<input type="radio"/>				
Dificuldade em encontrar clientes ou parceiros	<input type="radio"/>				
Falta de conhecimento técnico ou gerencial	<input type="radio"/>				
Insegurança por não conseguir conciliar família e trabalho	<input type="radio"/>				

**11- Classifique de 1 a 5 o tipo de apoio que você recebe ao longo da sua trajetória como empreendedora. (Sendo 1 "recebo pouco" e 5 "recebo muito") \***

	1	2	3	4	5
Apoio familiar e emocional	<input type="radio"/>				
Mentorias ou consultorias especializadas	<input type="radio"/>				
Financiamento ou investimento externo	<input type="radio"/>				
Networking com outros empreendedores	<input type="radio"/>				

**12 - Classifique de 1 a 5 a importância dos itens abaixo em relação a sua motivação para continuar empreendendo (sendo: 1 "pouco importante" e 5 "muito importante") \***

	1	2	3	4	5
Crescimento financeiro do negócio	<input type="radio"/>				
Realização pessoal e profissional	<input type="radio"/>				
Impacto positivo na comunidade ou sociedade	<input type="radio"/>				
Reconhecimento e valorização como empresária	<input type="radio"/>				

**13- Classifique de 1 a 5 a importância de ações que facilitariam a jornada das mulheres empreendedoras? (sendo: 1 "pouco importante" e 5 "muito importante") \***

	1	2	3	4	5
Maior acesso a crédito e financiamento	<input type="radio"/>				
Programas de capacitação técnica e gerencial	<input type="radio"/>				
Combate ao preconceito e estereótipos no mercado	<input type="radio"/>				
Incentivos fiscais ou tributários específicos para mulheres	<input type="radio"/>				

**14- Como você imagina o futuro do empreendedorismo feminino nos próximos anos? \***

- Com crescimento significativo e mais oportunidades
- Com crescimento moderado, mas ainda com desafios
- Sem grandes mudanças em relação ao cenário atual

**15- Resuma em 3 palavras a sua experiência como empreendedora, e dê 3 conselhos para mulheres que querem empreender. \***

Sua resposta \_\_\_\_\_