



RELISE

A INFLUÊNCIA DE FATORES ESTRUTURAIS NA RENDA DE MULHERES EMPREENDEDORAS NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO COM BASE EM DADOS SECUNDÁRIOS¹

*THE INFLUENCE OF STRUCTURAL FACTORS ON THE INCOME OF
WOMEN ENTREPRENEURS IN BRAZIL: A CASE STUDY BASED ON
SECONDARY DATA*

Maria Eduarda Caetano de Sousa²

Igor Martins³

RESUMO

O empreendedorismo feminino no Brasil tem se consolidado como uma relevante força econômica e social, refletindo a busca das mulheres por autonomia financeira e protagonismo no mercado de trabalho. Apesar dos avanços, persistem desafios estruturais, como o acesso limitado ao crédito, a conciliação entre vida profissional e doméstica, a escassez de redes de apoio e os preconceitos de gênero. A pandemia de covid-19 intensificou essas dificuldades, afetando especialmente os pequenos negócios liderados por mulheres nos setores de comércio, serviços e economia informal. Em contrapartida, observou-se a ampliação do uso de tecnologias digitais e redes sociais como estratégias de reinvenção. Neste cenário, políticas públicas voltadas à capacitação, inclusão digital e crédito facilitado tornaram-se fundamentais. Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, de abordagem qualitativa e descritiva, com base no Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil (2024), buscando compreender a influência de fatores estruturais na renda das empreendedoras e os significados atribuídos ao ato de empreender. Conclui-se que o fortalecimento do empreendedorismo feminino exige ações articuladas entre Estado, iniciativa privada e sociedade civil, a fim de promover igualdade de oportunidades e sustentabilidade dos negócios.

Palavras-Chave: desafios, empreendedorismo feminino, políticas públicas.

¹ Recebido em 30/05/2025. Aprovado em 25/06/2025. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.17062316

² Universidade Estadual da Paraíba. maria.caetano@aluno.uepb.edu.br

³ Universidade Estadual da Paraíba. igormartins@servidor.uepb.edu.br



RELISE

196

ABSTRACT

Female entrepreneurship in Brazil has emerged as a significant economic and social force, reflecting women's pursuit of financial autonomy and leadership in the labor market. Despite recent progress, structural challenges persist, such as limited access to credit, the need to balance professional and domestic responsibilities, lack of support networks, and enduring gender biases. The COVID-19 pandemic exacerbated these obstacles, particularly impacting small businesses led by women in commerce, services, and the informal economy. On the other hand, the crisis also spurred the adoption of digital tools and social media as means of business reinvention. In this context, public policies focused on training, digital inclusion, and facilitated access to credit are essential. This study is characterized as a qualitative and descriptive case study, based on the Panorama of Female Entrepreneurship in Brazil (2024), aiming to understand the influence of structural factors on the income of female entrepreneurs and the meanings attributed to entrepreneurship. The study concludes that strengthening female entrepreneurship requires coordinated actions by the government, private sector, and civil society to promote equal opportunities and business sustainability.

Keywords: female entrepreneurship, gender inequality, public policies.

INTRODUÇÃO

A mulher é com toda convicção, desde os tempos remotos até a contemporaneidade, um ator indispensável no processo de transformação histórica, econômica, social, cultural e científica da sociedade. No entanto, o seu protagonismo e importante papel na formação da sociedade nem sempre teve o devido reconhecimento. Através de fotografias memoráveis, a representação da mulher na sociedade sempre esteve associada às atribuições domésticas e familiares, sendo objeto de exploração e privada dos seus direitos civis (Rodrigues *et al.*, 2021).

Só a partir da segunda metade do século XX, particularmente após a 2ª Guerra Mundial, que se observam mudanças regulares no estilo de vida da população e nos padrões sociais, e isso despertou o comportamento da mulher



RELISE

em buscar maior independência e visibilidade na sociedade. Foi então nesse período pós-guerra que nasceram os primeiros movimentos feministas, onde as mulheres, organizadamente, iniciaram lutas por seus direitos e pela igualdade de oportunidades de trabalho (Rodrigues *et al.*, 2021).

Com isso, desde a década de 1980, observa-se um aumento expressivo ao redor do mundo do exercício da atividade empreendedora feminina, cenário que tem despertado o interesse de pesquisadores a respeito do tema, fato que indica se tratar de um fenômeno sustentável e não apenas de uma tendência passageira (Oliveira, 2017). Esse cenário também é mencionado por Duarte (2018), ao afirmar que o crescimento de pesquisas com a inserção da mulher no setor de empreendimentos tem aumentado em quantidade, em importância e na área de atuação.

Nesse sentido, o contexto onde a mulher busca empreender influencia no tipo, na indústria e no foco do mercado do negócio. Portanto, é de suma importância compreender que as exigências das mulheres empreendedoras são adaptadas pela interseção de diversas categorias sociais (Global Entrepreneurship Monitor, 2024).

Contudo, um ponto que merece ser destacado é que muitas mulheres decidem empreender somente quando se veem desempregadas, por necessidade, de forma provisória ou para conciliar a vida familiar e profissional. Além desses fatores, muitas vezes quando a mulher busca empreender não recebe apoio e/ou não está com o pensamento inicial de autorrealização (Brandão, 2019).

Portanto, essas condições fazem com que as mulheres abandonem seus empreendimentos após um tempo, sem que antes seja possível consolidar o negócio. Além disso, outro fator que impede que o negócio ultrapasse o estágio inicial para o estabelecido são os aspectos socioculturais, a exemplo do



RELISE

envolvimento de atividades domésticas para muitas mulheres empreendedoras (GEM, 2020).

Nos últimos cinco anos, o empreendedorismo de modo geral foi afetado pela pandemia da COVID-19 que impactou diversas esferas sociais, econômicas, políticas e culturais, causando desemprego estrutural e conjuntural. Em contrapartida a esses impactos, a pandemia impulsionou o empreendedorismo feminino, particularmente no segmento da estética e beleza, considerando a aplicabilidade de ajustes na prestação de serviços e adequações em produtos (Nazario; Lobo, 2024).

E de acordo com o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2021), diversas mulheres começaram seus negócios atuais durante o período pandêmico em virtude do desemprego e da falta de renda. Foi nesse período de crise sanitária e econômica que muitas mulheres visualizaram o momento ideal para alavancar um novo negócio ou impulsionar um empreendimento já existente, objetivando aumentar os lucros. No entanto, é importante ressaltar que o empreendedorismo feminino enfrenta muitas dificuldades para alcançar sua estabilidade (GEM, 2020).

Nesse sentido, percebe-se a necessidade de responder a uma pergunta em particular: Quais fatores estruturais influenciam a renda média das mulheres empreendedoras nas diferentes regiões do Brasil? Apontando quais as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres nesse segmento e como é possível superá-las, tendo em vista que muitos desses entraves podem ser comuns para grande parte das empreendedoras no Brasil. Situações que podem ser respondidas com a análise do Panorama do Empreendedorismo feminino no Brasil, publicado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), que traça um apanhado geral sobre o empreendedorismo feminino no Brasil.



RELISE

Assim, o presente estudo tem como objetivo principal analisar a influência de fatores como formalização, tempo dedicado, motivação por necessidade, acesso ao crédito, mentoria e escolaridade na renda média de mulheres empreendedoras. Tendo como objetivos específicos: Identificar os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras nas regiões brasileiras; verificar a relação entre formalização e rendimento médio; Avaliar o impacto de variáveis sociais e estruturais sobre o desempenho econômico das empreendedoras e, por fim, refletir sobre políticas públicas que possam ampliar a renda e a sustentabilidade dos negócios femininos.

Diante dos avanços e desafios do empreendedorismo feminino no Brasil, compreender os fatores estruturais que influenciam a renda das mulheres empreendedoras é essencial para promover a equidade de gênero, fortalecer a economia e orientar políticas públicas eficazes. Este estudo se justifica pela necessidade de oferecer subsídios para a criação de estratégias que favoreçam a consolidação e o crescimento dos negócios liderados por mulheres, especialmente em um cenário marcado por desigualdades regionais, sociais e econômicas.

EMPREENDEDORISMO: ALGUNS APONTAMENTOS

O empreendedorismo é uma temática amplamente discutida atualmente, muito em razão dos estudos e novos tipos de interesses que surgem na sociedade, impulsionando a criatividade daqueles que querem construir negócios consolidados. Sendo compreendido como uma arte de identificar as oportunidades, transformando-as em empreendimentos de sucesso, sejam negócios novos ou já existentes (Gomes *et al.*, 2011).

De acordo com Dornelas (2018), a criação do termo empreendedorismo data do século XVII, sendo o economista Richard Cantillon, o responsável pela terminologia e sua diferenciação do que seria um empreendedor e um capitalista.



RELISE

200

Um conceito enfatizado por Jean Baptiste-Say, que entendia os empreendedores como pessoas que assumiam riscos por investirem em seus negócios com seu próprio capital. Estando ambos preocupados não somente com a área econômica, mas também empresarial e de gerenciamento desses novos modelos de negócios.

Silva *et al.* (2024) explicam o empreendedorismo moderno como uma abordagem ou atividade capaz de ser aplicada em variados setores comerciais e industriais, sempre visando o constante crescimento e a quebra de paradigmas. Trata-se de um conceito importante por impulsionar a inovação, a tecnologia e trazer impactos socioambientais positivos, estando em constante crescimento.

Se outrora o empreendedorismo era visto como um risco econômico em que o empresário estava disposto a apostar seu capital. Nos dias atuais, entende-se o empreendedorismo como um criador de riquezas sociais, sendo um meio de enxergar oportunidades pouco ou ainda não exploradas (Dornelas, 2018).

No Brasil, esse empreendedorismo é fruto das transformações trazidas com a abertura da economia na década de 1990, proporcionando a criação de vários órgãos voltados para essa temática, a exemplo do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) ou mesmo do Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), ressaltando um novo ambiente político-social propício para auxiliar os empreendedores em suas jornadas, uma vez que são responsáveis por prestar assessoria e suporte a quem deseja empreender (Dornelas, 2018). Nesse contexto, Coleti *et al.* (2021, p.3) ressaltam que o “Brasil possui uma quantidade expressiva de pequenos empreendedores que participam ativamente da geração de riquezas do país, influenciando diretamente os negócios no Brasil”.



RELISE

Para o próprio Sebrae (2021), esse empreendedorismo não se limita somente a criar empresas e pequenos negócios, mas também envolve atitudes inovadoras e a capacidade de transformação de ideias em soluções práticas, independentemente do setor onde está inserido.

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, no ano de 2024, estimou-se que “46,9 milhões de brasileiros, com idades entre 18 e 64 anos, estavam envolvidos com negócios em fase inicial ou já estabelecidos”, representando uma Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) de 33,4% da população adulta, demonstrando o caráter empreender do brasileiro (GEM, 2024, p.8).

É preciso ressaltar que nesse processo de empreender que, para Silva *et al.* (2024, p.5), pode ser conceituado como um processo “de identificar, desenvolver e implementar oportunidades para criar valores através da inovação” deve seguir determinados processos e etapas, que vão além da identificação de oportunidades, passando pelas pesquisas de mercado, desenvolvimento de planos de negócios e obtenção de financiamentos para criação e expansão dos negócios.

Além disso, deve ser visto como um fenômeno que é impulsionado por uma série de fatores, como a facilidade de acesso à informação e os incentivos governamentais. O empreendedorismo no Brasil também está ligado a programas de capacitações e a disseminação de uma cultura relacionada ao protagonismo individual, enfrentando diversos desafios, a exemplo da carga tributária, a burocracia e a instabilidade econômica (Coleti *et al.*, 2021).

É oportuno mencionar que mesmo com todas as dificuldades, o empreendedorismo é uma realidade em diversas regiões brasileiras, marcando histórias de transformações estruturais e culturais, em especial, na população mais vulnerável que encontra nele um caminho para subsistência, fazendo com que exista uma quantidade imensa de empreendimentos no país. Entretanto,



RELISE

muitas são as dificuldades encontradas nesse percurso que diminuem o sucesso desses estabelecimentos (Silva *et al.*, 2022).

Sendo assim, tem-se que existem diferentes tipos de empreendedorismo no Brasil, fazendo-se necessário um recorte mais direcionado ao objetivo desse trabalho que é tratar sobre as nuances do empreendedorismo feminino.

O empreendedorismo feminino: breves aspectos

De antemão, é preciso ressaltar que a inserção das mulheres brasileiras no mundo dos negócios está profundamente relacionada aos movimentos sociais por igualdade de direitos e à evolução do papel feminino na sociedade. Essa reivindicação aos direitos iguais permitiu o acesso ao mercado de trabalho e ao próprio empreendedorismo (Rosa *et al.*, 2021). Se antes, a mulher estava limitada apenas ao espaço doméstico com acesso restrito à educação e ao trabalho formal; atualmente, a mulher brasileira está inserida em um dos grupos que mais empreendem do mundo (Silva *et al.*, 2024).

Durante os anos 1990, como resultado da globalização e das políticas neoliberais, muitas mulheres passaram a encarar o empreendedorismo como uma ferramenta de geração de renda, especialmente diante do desemprego estrutural e da informalidade. Além disso, pode-se ressaltar que esse período também foi marcado pelo surgimento das primeiras políticas públicas e programas de apoio à mulher empreendedora, como linhas de crédito específicas, capacitações e redes de apoio, dentre outras (Silva *et al.*, 2022).

Considerando a constante expansão do mercado empreendedor, as mulheres acabaram ganhando destaque nesse cenário como donas de seus próprios negócios. Para Carrijo e Ferreira (2017), a maior parte dos novos empreendimentos nascidos no Brasil são idealizados por mulheres. Trata-se de um perfil que varia conforme o contexto socioeconômico e a região na qual ela está inserida, como enfatizam Souza *et al.* (2025, p.6):



RELISE

203

A diversidade de perfis evidencia como o empreendedorismo feminino é influenciado por fatores locais, como o nível de escolaridade, a infraestrutura disponível e as oportunidades econômicas. Enquanto algumas empreendedoras veem seus negócios como uma alternativa à falta de emprego formal, outras os enxergam como uma oportunidade de explorar novos mercados e desenvolver habilidades específicas.

Para Silva e Oliveira (2023), o empreendedorismo feminino tem ganhado bastante visibilidade por representar não somente uma parcela significativa da população, mas também pelos impactos trazidos – sociais, econômicos e culturais. O empreendedorismo feminino é reconhecidamente uma forma de autonomia financeira e realização pessoal, além de ser vista como uma forte ferramenta de combate à desigualdade de gênero. Todavia, é preciso enfatizar que o número de mulheres empreendendo é bem inferior ao de homens nas mesmas condições, ressaltando que muitos desses problemas – a desigualdade de renda e discriminação, principalmente – ainda são imperativos no mundo dos negócios.

Nesse contexto, pode-se definir o empreendedorismo feminino como a atividade exercida por mulheres que envolva criação, gestão ou inovação de negócios, objetivando gerar valor econômico e social (Coleti *et al.*, 2021). Uma ação pela qual se busca novas oportunidades, estabelecendo e organizando recursos indispensáveis que assegurem a abertura desses negócios próprios capaz de trazer melhoria de vida, satisfazendo necessidades e desejos (Carvalho, 2018).

Para Oliveira e Santos (2024), o empreendedorismo feminino pode ser definido como a participação da mulher na gestão e tomada de decisão de negócios independentes capazes de trazer aumento de riqueza e, por consequência, redução da pobreza, promovendo maior desenvolvimento econômico e social.

De acordo com o Sebrae (2025), as mulheres empreendedoras geralmente iniciam seus negócios por necessidade, havendo um crescimento



RELISE

constante do grupo que empreende por oportunidade, ou seja, atuam identificando nichos de mercado e promovendo soluções inovadoras para os problemas ali encontrados. Nesse ponto, as mulheres acabam empreendendo por duas situações, em particular: oportunidade e necessidade.

Para Coutinho *et al.* (2019), o empreendedorismo por necessidade é aquele que acontece como fruto direto da busca por subsistência familiar e não pela melhor oportunidade de trabalho, enquanto o empreendimento por oportunidade segue o caminho oposto, nascendo do fato de alguém enxergar no mercado a chance de criar um negócio de sucesso. “O empreendedorismo muitas vezes é motivado pela necessidade por parte das mulheres, fazendo com que elas busquem por uma atividade que será exercida somente até a melhora da renda familiar” (Fernandes *et al.*, 2023, p.5), que completa:

Um fato que ilustra bem o cenário do empreendedorismo por necessidade pelas mulheres é o recente cenário da pandemia que teve seu início no ano de 2020. Com o surgimento da pandemia, muitas empresas tiveram suas atividades reduzidas o que impactou na taxa de desocupação no Brasil. As mulheres foram as mais impactadas, tendo uma taxa de desocupação de 16,8% em 2020, contra 12,8% dos homens. Como efeito dessa taxa de desocupação, muitas mulheres decidiram por começar novos empreendimentos de modo que pudessem contribuir com a renda familiar. Dados do GEM (2021), trazem que o maior número de empresas nascentes no Brasil no ano de 2020 foi de mulheres tendo uma taxa de 11,2% enquanto dos homens foi de 9,2% em relação ao ano anterior. Já quando se fala de negócios estabelecidos, as mulheres tiveram uma redução de mais de 60% enquanto os homens não atingiram nem a taxa dos 35% (GEM, 2021).

Nesse ponto, percebe-se que o empreendedorismo feminino por necessidade tornou-se muito mais amplo durante e no pós-período pandêmico, sendo uma consequência direta da necessidade de aumentar a renda familiar para fins de sobrevivência. Uma das características mais fortes desse tipo de empreendimento feminino está em buscar mecanismos de ajuste e aumento de renda para suas famílias (Araújo *et al.*, 2018).



RELISE

O empreendedorismo feminino possui ainda características bem próprias, como uma maior preocupação com o impacto social, buscando uma gestão mais colaborativa e equilibrada entre a vida profissional e pessoal (Rosa *et al.*, 2021). É o que corroboram Oliveira e Santos (2024, p.3), ao apontarem o empreendedorismo feminino como um agente de mudanças sociais:

O empreendedorismo feminino destaca-se porque as mulheres são agentes de mudança social, não só para si mesmas, mas também para aqueles que as rodeiam. Isso porque o empreendedorismo feminino estimula a economia e ajuda a mudar a realidade de outras mulheres que podem contribuir para a economia e ainda se sentem incentivadas a agir e deixar de lado diversos paradigmas relacionados ao gênero, preconceito e a falta de oportunidade.

Nas últimas duas décadas, o empreendedorismo feminino no Brasil passou por um processo de consolidação e transformação. Modificando a perspectiva de que a mulher estaria destinada às atividades domésticas e a educação dos filhos. Essas características de mulheres empreendedoras é fruto de um esforço conjunto de ações realizadas ao longo do tempo e da própria conciliação desses novos papéis (Silva *et al.*, 2022).

Para Silva e Oliveira (2024), as mulheres empreendedoras enxergam na abertura de seus negócios uma melhor perspectiva do que as encontradas em empregos formais, até mesmo com relação a diferença salarial, sem contar as constantes discriminações no ambiente corporativo. Sendo esses fortes motivadores para o protagonismo e engajamento das mulheres no mundo do empreendedorismo. É mister apontar que seus negócios ainda impactam positivamente a economia regional e nacional.

Percebe-se, portanto, que o empreendedorismo feminino se tornou uma forma de melhorar a renda familiar, mas também de trazer maior independência para as mulheres. Sendo ainda um importante mecanismo econômico e social para os lugares onde estão inseridos. (Araújo *et al.*, 2018). Ou seja, esses negócios refletem a busca das mulheres por autonomia econômica e



RELISE

emancipação social, contribuindo diretamente para a diversificação da economia local.

Construindo um breve perfil

Os dados trazidos pelo Sebrae (2022) apontam que as mulheres empreendedoras brasileiras são, em sua maioria, chefes de família, com bom grau de escolaridade e com forte presença em setores como beleza, moda, alimentação e serviços. No entanto, enfrentam desafios como a falta de acesso a crédito, preconceito de gênero, sobrecarga de trabalho doméstico e falta de apoio institucional, fatores que acabam impedindo o crescimento desses negócios.

Santos *et al.* (2021) reiteram essa questão e classificam o empreendedorismo feminino como o principal impulsionador pela busca de independência financeira, além de ser um fator de superação de barreiras socioeconômicas. E que, em geral, trata-se de um tipo de empreendedorismo que apresenta um estilo de gestão mais colaborativo, dando ênfase à construção de relações interpessoais, com mais empatia e melhor comunicação com os funcionários (Cruz, 2023).

Outra característica marcante desse tipo de empreendedorismo é a busca por equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, situação que influencia diretamente nos tipos de modelos de negócios escolhido por muitas empreendedoras, em sua maioria voltados ao setor de serviços ou negócios de menor escala, que oferecem maior flexibilidade de tempo (Silva *et al.*, 2024).

Esse perfil da mulher empreendedora brasileira, segundo dados divulgados pelo Sebrae (2022) é bem diverso, abrangendo faixas etárias diferentes, níveis de escolaridade e contexto socioeconômicos específicos. Podendo-se apontar que a maioria das empreendedoras brasileiras está na faixa dos 30 aos 50 anos, possui ensino médio completo ou superior e que iniciaram



RELISE

seus negócios por necessidade ou para conciliar trabalho e cuidado com a família, ainda que exista um número significativo de empreendimentos surgindo por oportunidade.

Outro aspecto do perfil empreendedor feminino diz respeito ao fato de que as mulheres tendem a reinvestir parte significativa dos lucros em conhecimento, se capacitando e melhorando seus negócios, o que demonstra visão estratégica a longo prazo, estando também mais abertas a mudanças estruturais e formações continuadas sobre seus negócios (Cruz, 2023). “As mulheres, de um modo geral, possuem como característica natural ter maior sensibilidade, maior empatia, lidam com maior comprometimento em suas organizações” (Carvalho, 2018, p.12).

A região onde estas mulheres residem também ajuda a definir o seu papel e o tipo de negócios em que decidem atuar, nas regiões menos desenvolvidas e mais rurais há uma tendência a serem mulheres mais velhas e com menos escolaridade, já em centros urbanos, esse perfil se altera, sendo mulheres mais jovens e com maiores níveis de escolaridade, com formação em administração, tecnologia e comunicação (Souza *et al.*, 2025). Um ponto a ser melhor abordado em momento posterior nessa pesquisa.

Souza *et al.* (2025, p.8) apontam a resiliência e capacidade de inovação como outros aspectos a serem observados no perfil empreendedor feminino, especialmente em cenários de crise:

Durante a pandemia de COVID-19, muitas empreendedoras foram forçadas a repensar seus modelos de negócios para se adaptarem às novas condições do mercado. Aquelas que conseguiram inovar em seus produtos ou serviços, investir em vendas online e adaptar suas estratégias de marketing não apenas sobreviveram, mas também prosperaram em um ambiente altamente desafiador. Esse período evidenciou a importância da flexibilidade e da capacidade de adaptação como características fundamentais para o sucesso das empreendedoras em um mercado em constante transformação.



RELISE

Dessa forma, o empreendedorismo feminino possui características bem definidas que vão da criatividade à resiliência, passando pela capacidade de multitarefa ou mesmo maiores habilidades de comunicação e empatia com o público e os funcionários (Carvalho, 2018). A forte orientação para o relacionamento interpessoal e o foco em resultados mais sustentáveis são fatores importantes e bem próprio de seus negócios, tendo uma tendência a atuarem em setores de serviços, como educação, saúde, moda, estética, alimentação, dentre outros (Dornelas, 2018).

Estudos como os do GEM Brasil 2022 apontam que as mulheres empreendedoras brasileiras possuem maior tendência à inovação e ao foco em impactos sociais e ambientais, reforçando seu papel transformador no contexto do desenvolvimento sustentável (GEM, 2022). Em sua pesquisa, Marques (2016) conseguiu identificar características inerentes à mulher empreendedora, estando entre elas, a atenção aos detalhes, um preparo maior, facilidade de relacionamento, sensibilidade e multitarefas.

Fernandes *et al.* (2023, p.6) reiteram a resiliência e capacidade de inovação em cenários de crise como aspectos relevantes do papel de empreendedoras brasileiras, principalmente durante a pandemia de Covid-19, onde muitas se viram forçadas a repensar seus próprios modelos de negócios e se adaptarem as novas realidades e condições de mercado:

Aquelas que conseguiram inovar em seus produtos ou serviços, investir em vendas online e adaptar suas estratégias de marketing não apenas sobreviveram, mas também prosperaram em um ambiente altamente desafiador. Esse período evidenciou a importância da flexibilidade e da capacidade de adaptação como características fundamentais para o sucesso das empreendedoras em um mercado em constante transformação.

Para Carvalho (2018), o empreendedorismo feminino é capaz de se adaptar e se reinventar diante de dificuldades, aparecendo como totalmente inovador. Além disso, pode-se ressaltar outras características bem próprias em



RELISE

seus negócios, que permitem um ambiente mais flexível e voltado ao bem-estar dos funcionários, algo que faz com que as mulheres se destaquem mais no mundo dos negócios.

Nesse contexto, muitas são as peculiaridades apresentadas na construção do perfil empreendedor feminino. Entretanto, é preciso apontar que se trata de um perfil em constante modificação, frequentemente impulsionado pelas mudanças socioeconômicas, tecnológicas e culturais. “A crescente digitalização da economia tem aberto novas oportunidades para mulheres em todo o país, permitindo que muitas delas expandam seus negócios para além das fronteiras locais e alcancem mercados nacionais e internacionais” (Souza *et al.*, 2015, p.11).

Ainda sobre esse perfil feminino e empreendedor é evidente que a mulher tem um papel cada vez mais importante no seu seio familiar. Ao se tornarem donas de seus negócios, elas assumem um papel que antes era reservados aos homens sendo capazes de atuar com mais liberdade e independência nos cuidados de suas famílias (Souza *et al.*, 2025). Outro ponto importante a ser ressaltado é o fato de que mulheres empreendedoras tendem a contratar mais mulheres para seus negócios (Silva; Oliveira, 2023).

Diante desse cenário, tem-se que o perfil empreender feminino, de forma resumida, apresenta características próprias ligadas à capacidade de criar negócios pensando não somente na esfera econômica, mas também social, empregando mais mulheres em seus estabelecimentos, melhorando a renda familiar de suas famílias, sendo mais proativas e resilientes diante de dificuldades.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa que se caracteriza como um estudo de caso descritivo com abordagem qualitativa, visando o aprofundamento da



RELISE

compreensão sobre a influência de fatores estruturais na renda de mulheres empreendedoras no Brasil, privilegiando a análise interpretativa e a identificação de padrões e relações contextuais. O objetivo do estudo é reunir e analisar os significados atribuídos ao empreendedorismo feminino, identificando as principais motivações que levam as mulheres a empreenderem e, por fim, apontar os desafios enfrentados nesse contexto.

Como aponta Gil (2017), a pesquisa tem como objetivo principal descrever as características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relações entre variáveis. Algo que somente é possível por primeiro ocorrer o estudo e, somente de forma posterior, a análise do objeto estudando, sendo os dados registrados e interpretados no final.

A pesquisa utilizará dados secundários extraídos do relatório "Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil" (2024), documento que consolida informações estatísticas e analíticas sobre a situação do empreendedorismo feminino no país, desagregadas por região.

Quanto aos procedimentos, tem-se que será por meio da análise interpretativa dos dados regionais relacionados à variáveis estruturais e econômicas como padrões regionais e fatores de desigualdade; relações entre níveis de escolaridade, formalização, acesso a crédito/mentoria e variações de renda; impactos da motivação empreendedora (oportunidade/necessidade) nos resultados econômicos e, por fim, os indícios de desigualdade estrutural, considerando fatores como região, grau de formalização e suporte ao empreendedorismo.

Desse modo, busca-se entender os elementos que influenciam a renda das mulheres empreendedoras que é essencial para propor políticas públicas mais eficazes, fortalecer o empreendedorismo feminino e reduzir desigualdades sociais e econômicas.



RELISE

ANÁLISE E DISCUSSÃO

Impulsionado pelas diversas mudanças sociais, econômicas e culturais, o empreendedorismo feminino no Brasil tem ganhado bastante destaque nas últimas décadas. Para as mulheres, empreender significa autonomia financeira, empoderamento e realização pessoal. É o que demonstra o Panorama do Empreendedorismo feminino no Brasil, publicado em 2024 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), objeto de estudo dessa pesquisa.

Para Rocha e Reis (2024, p.257), mesmo com as dificuldades, o empreendedorismo feminino vem demonstrando força, evidenciando que elas têm conquistado mais espaço e notoriedade nesse mundo de negócios, enfatizando que muitas “delas transformaram completamente suas vidas e as de suas famílias ao se tornarem empresárias, seja como colaboradoras em empresas ou como proprietárias de seus próprios empreendimentos”. Entretanto, ressaltam a informalidade como uma das maiores dificuldades enfrentadas por essas mulheres, já que muitas vezes seus negócios operam nesses termos.

Entretanto, é preciso enfatizar que as mulheres empreendedoras ainda enfrentam desafios significativos para consolidar seus negócios em um ambiente historicamente marcado por desigualdades de gênero. Segundo dados do SEBRAE (2023), cerca de 10,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil, representando 34% dos empreendedores do país. Apesar desse crescimento, os empreendimentos femininos ainda são, em sua maioria, de menor porte, com menor faturamento e concentrados em setores tradicionalmente femininos, como beleza, moda e alimentação. Esse cenário evidencia não apenas a força das mulheres no mercado, mas também os limites impostos por questões socioculturais.



RELISE

De acordo com o Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil (2024), as mulheres empregadoras e que trabalham por conta própria ganham em média 20% a menos que os homens com seus negócios, uma diferença que é considerada grande, uma vez que as mulheres tendem a ter uma maior escolaridade. Segundo esse mesmo relatório (Brasil, 2024, p.20),

[...] as mulheres que trabalham por conta própria têm rendimento médio de R\$ 1.459 enquanto para as empregadoras chega a R\$ 4.818. A partir disso, calcula-se que o rendimento mensal médio das empreendedoras, isto é, conta própria e empregadoras, é de R\$ 3.139, uma diferença de quase 25% em relação ao rendimento dos homens empreendedores.

É preciso considerar também a diferença dessas rendas a depender da região em que o negócio gerido por uma figura feminina está estabelecido, por exemplo, há uma discrepância das regiões sul e sudeste com as demais, sendo a região norte a que apresenta o menor valor, como aponta a tabela 1.

Tabela 1 – Panorama geral sobre o empreendedorismo feminino

Região	Renda Média	Formalização (%)	Dedicação semanal <40h %
Sudeste	R\$ 2.706,00	41	49
Nordeste	R\$ 1.852,00	24	59
Sul	R\$ 2.600,00	38	50
Centro-Oeste	R\$ 2.500,00	36	51
Norte	R\$ 1.900,00	26	58

Fonte: Brasil, 2024.

Dentro desse contexto, ao se considerar o tempo de dedicação semanal ao trabalho tem-se que as empreendedoras da região norte e nordeste acabam tendo mais horas de trabalho dedicadas a seus empreendimentos, em compensação, a renda média não reflete esse número.

Outro desafio para os empreendimentos femininos reside na pouca renda para criação ou manutenção do estabelecimento. Para Souza (2024), esses negócios geridos por mulheres tendem a ser de pequeno porte, dispendo de pouco capital inicial que geralmente é a poupança familiar.

Esse ponto evidencia um dos principais desafios para a mulher empreendedora que é a falta de acesso ao crédito, considerando que há uma



RELISE

213

dificuldade maior em comparação aos homens, seja por barreiras estruturais ou falta de garantias. É possível verificar que há uma desconfiança sobre esses empreendimentos, especialmente, sua capacidade de sobreviverem e crescerem. O Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil (2024, p.23) menciona que as startups fundadas por mulheres acabam recebendo menos de 12% de incentivos e investimentos no país. E, sobre a dificuldade de obtenção de crédito, completa:

Essas mulheres têm menos acesso ao sistema bancário tradicional que os homens, o que implica menor acesso ao crédito. Por exemplo, uma pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (2021) mostra que 42% das mulheres empreendedoras da pesquisa que pediram crédito tiveram suas solicitações negadas. Essa dificuldade é intensificada pelas garantias que são, frequentemente, solicitadas pelos bancos e às quais as mulheres têm menos acesso, pois as propriedades são, muitas vezes, registradas no nome do cônjuge masculino.

Por essa razão, elas recorrem à renda familiar ou mesmo a empréstimos com amigos e, em especial, com o marido. Não raramente, elas se sentem desmotivadas por nem sempre conseguirem esse apoio familiar e precisar obter créditos de outras formas para viabilizar seus negócios (Souza, 2024). Para Barone e Zouain (2019), essa falta de acesso ou mesmo a limitação de crédito é um fator determinante que ora dificulta ou mesmo impede o crescimento desses pequenos negócios, sendo um dos principais responsáveis pela sua extinção.

Esse problema cria um distanciamento entre empreendedorismo de subsistência dessas mulheres que se veem mais distante das instituições financeiras, se sentindo menos confortáveis em solicitar esse tipo de crédito, se engajando nessas negociações de empréstimos financeiros (Brasil, 2024). É o que demonstra a tabela 2.



RELISE

214

Tabela 2 – Acesso a créditos negados (em porcentagem) às empreendedoras por região

Região	Acesso a crédito negado (%)
Sudeste	35
Nordeste	42
Sul	36
Centro-Oeste	38
Norte	44

Fonte: Brasil, 2024.

Outro desafio enfrentado por essas mulheres ao gerirem seus próprios negócios está na desigualdade de gênero, uma questão social e cultural que ainda limita o reconhecimento da liderança feminina e afeta diretamente sua confiança e o próprio crescimento dos negócios. Uma situação que muitas vezes dificulta a mulher de exercer seu papel de liderança dentro do empreendimento ou mesmo de ser vista como líder pelas demais pessoas (Souza, 2024). Nas palavras de Silva *et al.* (2024, p.7):

Além disso, destacam-se os estereótipos de gênero que ainda persistem no mundo dos negócios, o que pode prejudicar as mulheres empreendedoras, que podem ser vistas como menos capazes ou menos sérias em comparação com empreendedores do sexo masculino, o que pode afetar suas oportunidades de negócios e acesso a recursos. Outra dificuldade diz respeito à desigualdade estrutural que as mulheres enfrentam, como licenças maternidade, desigualdade salarial e falta de acesso a redes de profissionais influentes, que podem impactar sua capacidade de iniciar e crescer um negócio.

Nesse ponto, para os autores supramencionados, a falta de crédito financeiro é uma das consequências diretas dessa desigualdade de gênero. Assim, as mulheres acabam enfrentando uma série de dificuldades culturais extras para criar e estabelecer os seus negócios

Além disso, estudos indicam que a regionalidade outrora mencionada, está fortemente ligada com a questão racial. As mulheres brancas das regiões sul, centro-oeste e sudeste tem uma maior representação no conjunto de empreendedoras quanto comparadas as regiões norte e nordeste, como aponta a Tabela 1. Pelos dados obtidos pelo Panorama do Empreendedorismo feminino no Brasil (2024, p. 29), nas regiões norte e nordeste essa perspectiva



RELISE

215

empreendedora está mais nas mulheres com níveis de educação mais baixos, podendo-se relacionar isso ao empreendedorismo por necessidade, motivado pela baixa oferta de empregos formais para essas mulheres. E completa:

No Centro-Oeste e Sudeste, por sua vez, não se observa relação significativa entre anos de escolaridade e probabilidade de empreender. Na Região Sul, as mulheres com 12 ou mais anos de escolaridade têm maior participação no segmento de empreendedorismo, o que pode indicar uma presença mais forte de empreendedorismo impulsionado por oportunidades. Em comparação com mulheres empreendedoras de outras regiões, as do Nordeste têm menos renda e dirigem negócios menores, estão em maior número no total de mulheres que dirigem negócios informais e mostram níveis mais baixos de bem-estar subjetivo.

A questão racional condiciona, por exemplo, a abertura de mais empreendimento por necessidade. Assim, mulheres negras abrem mais negócios por esse motivo se comparadas às mulheres brancas, sendo de 50% e 35% respectivamente (Sebrae, 2021). Segundo os dados do PNADC (2021), os negócios geridos por mulheres negras são menores e possuem menor percentual de formalização, havendo diferenças significativas entre empreendedoras negras e brancas. “Enquanto 24% dos negócios das empreendedoras negras são formalizados, a proporção dos negócios formalizados de mulheres brancas chega a 41%”. Um ponto que afeta diretamente na sobrevivência desses negócios e na própria cobertura da previdência social. “No total, 49% das mulheres brancas contribuem para a previdência social, enquanto apenas 27% das mulheres negras contribuem.” (Brasil, 2024).

As mulheres empreendedoras ainda enfrentam a dupla jornada, já que acumulam responsabilidades dos negócios e tarefas domésticas, além da criação dos filhos e cuidados com idosos, questões que impactam tanto a sua produtividade quanto a sua saúde mental por trazer uma sobrecarga, gerando um conflito trabalho-família (Silva, 2021).



RELISE

Encontrar o equilíbrio entre a vida profissional e vida pessoal acaba se mostrando um grande desafio a ser enfrentado por essas mulheres, já que muitas vezes, elas estão tentando encontrar formas de expandir seus negócios sem deixar de cuidar de suas famílias, fator que pode gerar críticas em razão das inúmeras barreiras culturais e sociais que existem com relação ao papel feminino na sociedade, situação que pode ensejar em um desencorajamento para essas mulheres na busca de oportunidades de negócios (Silva *et al.*, 2024).

De acordo com estudo realizado pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (2022), 70% das empreendedoras apontam o cuidado com a casa e os filhos como uma das maiores dificuldades para expandir seus negócios. Essa sobrecarga é um reflexo da desigualdade de gênero que persiste nas relações familiares e sociais.

Eis os dados apontados pelo Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil (2024, p.23) sobre essa perspectiva:

De fato, dados da PNADC de 2021 revelam que as microempreendedoras dedicam, em média, 17% menos tempo em seus negócios que os empreendedores do sexo masculino. As mulheres empreendedoras também acabam sendo afetadas pelo aumento do cansaço, estresse e tempo insuficiente para se dedicar ao negócio e a cursos de treinamento que oferecem ferramentas de gestão e conhecimento.

Como se abordou anteriormente, a questão de gênero no ambiente empresarial e financeiro é uma barreira importante a ser considerada. Mulheres enfrentam, com frequência, descrença quanto à sua capacidade de liderar e inovar em seus negócios, o que dificulta a conquista de investidores e parcerias. Segundo a pesquisa “Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil” do IBGE (2021), ainda há uma sub-representação feminina em cargos de liderança e tomada de decisão, o que reforça estereótipos e limita as oportunidades de crescimento para esse grupo.



RELISE

Além dos desafios sociais e culturais já estruturados, é preciso pontuar que a pandemia da Covid-19 também intensificou alguns dos problemas relacionados ao empreendedorismo. A pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2021) revelou que durante a pandemia, 55% das mulheres empreendedoras tiveram que suspender temporariamente suas atividades, contra 50% dos homens. Isso demonstra a vulnerabilidade dos negócios liderados por mulheres, muitas vezes de menor porte e com menor capital de giro.

Em contrapartida, a crise sanitária acabou abrindo espaço para o surgimento de novas oportunidades, acelerando a transformação digital, de forma que muitas mulheres acabaram fazendo uso das redes sociais como uma ferramenta de vendas e melhoramento do relacionamento com clientes (Lucena; Rodrigues, 2022). Segundo dados do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2021), 73% das mulheres empreendedoras passaram a utilizar canais digitais durante a pandemia, impulsionando a criatividade e inovação nos modelos de negócio, demonstrando a capacidade de adaptação, além visões para enxergarem oportunidades de negócios dentro desse cenário.

No entanto, é preciso apontar dois empecilhos com relação ao uso da tecnologia por mulheres em seus negócios, como os problemas de cobertura de internet no país e o baixo letramento digital. Fatores que fazem com que nem todos os empreendimentos se beneficiem dessas novas formas de empreender (Brasil, 2024). Ainda considerando o que aponta o “Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil”, tem-se que a inclusão digital é benéfica por ajudar a superar limitações relacionadas ao tempo e mobilidade física, auxiliando no equilíbrio da dupla função social e familiar dessas mulheres.

Sendo assim, no pós-pandemia, pode-se observar novas configurações relacionadas ao empreendedorismo feminino, marcadas pela busca por autonomia, digitalização e valorização do consumo consciente (Lucena;



RELISE

Rodrigues, 2022). Entretanto, resta claro que esses obstáculos impostos por esse período também expuseram a necessidade de políticas públicas que promovam a equidade de gênero no empreendedorismo, bem como o fortalecimento de programas de capacitação voltados especificamente para mulheres.

Para Silva e Oliveira (2023), essas oportunidades só serão plenamente aproveitadas quando houver investimentos adequados em políticas públicas que promovam a inclusão digital, a capacitação profissional e a redução da desigualdade de gênero no ambiente empreendedor. Apenas assim, poderá se construir cenários mais igualitários e promissores para o empreendedorismo feminino no país, fortalecendo a economia, mas também o papel das mulheres como agentes transformadores da sociedade.

É o que reitera o Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil (2024, p.26) ao enfatizar os benefícios que a tecnologia e a utilização da internet podem trazer para os empreendimentos femininos:

Neste sentido, cabe realçar que as mulheres, após o período da pandemia, foram as que mais investiram em conhecimento digital. Há, então, a oportunidade de continuar a fomentar esse movimento, provendo às mulheres, em particular às empreendedoras, recursos para explorar, plenamente, as oportunidades que o ambiente *online* oferece, em termos de educação, exercício da cidadania e inserção no mercado de trabalho.

Ou seja, para que essas mudanças se consolidem, é essencial a formulação de políticas públicas que promovam a igualdade de oportunidades, acesso a crédito com condições favoráveis e programas de apoio específicos para mulheres empreendedoras, sobretudo aquelas em situação de vulnerabilidade social (Silva, 2021).

Como uma dessas iniciativas, pode-se citar o programa “Ela Pode”, desenvolvido pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora com apoio da ONG Mulheres, que promove capacitação e apoio a mulheres em situação de



RELISE

vulnerabilidade que desejam empreender (IRME, 2025). Além disso, há uma série de incentivos criados pelo governo brasileiro que são destinados a apoiar e melhorar o ecossistema empreendedor, como o programa InovAtiva Brasil (2014) ou Pronampe (2021) que fornecem apoio financeiro e consultoria para negócios, promovendo o desenvolvimento de negócios (Fleitas *et al.*, 2024).

É importante enfatizar que um passo importante para esses projetos é justamente mapear as boas práticas de apoio ao empreendedorismo feminino, capazes de subsidiar políticas de promoção para esses negócios (Brasil, 2024).

Dentre essas iniciativas, pode-se enumerar ainda a ‘Estratégia Elas Empreendem’ (Brasil, 2024), que visa incentivar a inclusão social, além de fortalecer o papel das mulheres no desenvolvimento econômico, auxiliando em seus negócios e que tem como objetivos:

Fomentar ambiente de negócios favorável ao desenvolvimento de empreendimentos e empresas liderados por mulheres; Promover a ampliação da renda, da produtividade e da sustentabilidade dos empreendimentos liderados por mulheres; Facilitar o acesso das mulheres a políticas e serviços públicos de empreendedorismo; Promover ambiente institucional e normativo favorável ao empreendedorismo feminino; e Incentivar a produção de dados e a disseminação de informações sobre o empreendedorismo feminino.

Evidenciando a importância de se criar políticas públicas voltadas para auxiliar esse público nos seus empreendimentos, especialmente no fortalecimento das redes de apoio e capacitações, pode-se citar ainda “Prêmio Sebrae Mulher de Negócios”, “CAIXA Pra Elas” e “Brasil Para Elas” (Sebrae, 2025). Além disso, iniciativas de organizações da sociedade civil, como programas de mentoria, cursos de qualificação e redes de *networking*, desempenharam papel fundamental na manutenção e recuperação dos empreendimentos femininos (IRME, 2021).

É mister ressaltar ainda que crescimento das redes de apoio feminino tem se mostrado fundamental para fortalecer o ecossistema empreendedor das mulheres no Brasil. Devendo-se considerar a importância da transformação



RELISE

digital, que auxiliou na democratização do acesso a ferramentas de gestão, vendas e marketing, permitindo que mulheres empreendam de casa, conciliando seus negócios com outras responsabilidades. Plataformas como *Instagram*, *WhatsApp Business* e *marketplaces* digitais têm sido aliados importantes para impulsionar negócios femininos, especialmente após a pandemia da COVID-19 (Fleitas *et al.*, 2024).

Para Silva *et al.* (2014, p.8), mesmo com todas as dificuldades e desafios que o empreendedorismo feminino enfrenta é importante reconhecer que essas mulheres continuam transpondo essas barreiras e prosperando nesse setor de negócios. Enfatizando a importância de se criar e aplicar políticas públicas adequadas.

A implementação de políticas e programas que promovam a igualdade de gênero e ofereçam suporte específico para mulheres empreendedoras pode ajudar a enfrentar esses desafios e promover um ambiente mais inclusivo e justo para o empreendedorismo feminino. Falar de empreendedorismo é levar em consideração o espaço em que as pessoas estão inseridas, as características regionais, as dificuldades e oportunidades que envolvem aquele ambiente.

Dessa forma, o empreendedorismo feminino no Brasil, impulsionado e também impactado pela pandemia de Covid-19, se apresenta como um fenômeno complexo, que exige uma abordagem multidimensional. É preciso reconhecer e enfrentar os desafios enfrentados por essas mulheres que decidem empreender, ao mesmo tempo em que se potencializam as oportunidades emergentes, fatores essenciais para se construir um ambiente mais justo e sustentável para o empreendedorismo no país.

Em síntese, as mulheres empreendedoras no Brasil trilham um caminho marcado por resiliência, criatividade e inovação, mas também por desafios estruturais que precisam ser enfrentados com políticas públicas efetivas, educação empreendedora e promoção da igualdade de gênero. O futuro do empreendedorismo feminino está intrinsecamente ligado à construção de uma



RELISE

sociedade mais justa, que valorize e potencialize o protagonismo feminino no desenvolvimento econômico e social

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável que o empreendedorismo feminino no Brasil representa importante força para o desenvolvimento econômico e social do país e isso fica claro ao se analisar o “Panorama do Empreendedorismo feminino no Brasil”. Considerando o objetivo principal dessa pesquisa de entender a influência de fatores que determinam o perfil empreendedor feminino e a criação e longevidade de seus empreendimentos, pode-se notar que as mulheres enfrentam inúmeros desafios na sua jornada empreendedora.

Assim, a formalização, o acesso a crédito, mentorias e capacitações, a renda a depender da localização geográfica em que o negócio está estabelecido, entre outros, são fatores que dificultam a capacidade de empreender e manter os negócios elaborados por mulheres. Por exemplo, ao se comparar os negócios mantidos por mulheres, o nível de escolaridade influencia diretamente no tipo de empreendimentos que elas irão construir. Havendo ainda uma diferença nos lucros e renda a depender da região em que os estabelecimentos são criados, prevalecendo-se uma renda maior para mulheres que tem negócios no sul e sudeste sobre as demais regiões.

Além disso, segundo os dados trazidos pelo “Panorama do Empreendedorismo feminino no Brasil”, a empreendedora precisa lidar com outros desafios evidentes como a persistência dos estereótipos de gênero do mundo dos negócios, a falta de apoio institucional adequado, dificuldade de obtenção de crédito para investimento e a sobrecarga de tarefas relacionadas ao cuidado familiar, a falta de capacitações, dentre outras. Situações que dificultam a criação, o crescimento e, principalmente, a sustentabilidade dos seus negócios.



RELISE

Apesar dos desafios mencionados dificultarem a vida empreendedora dessas mulheres, esse tipo de negócio é um fenômeno em crescimento constante impulsionado pela busca por independência financeira, pela criatividade e pela resiliência das mulheres. Isso, em conjunto com a capacidade de reinvenção em momentos difíceis e do desejo de impactar positivamente a sociedade, são fatores que levam muitas mulheres a empreender mesmo diante de um cenário desafiador e, não raramente, desanimador.

Entretanto, apesar dos avanços, ainda há um longo caminho para que a igualdade de oportunidades e condições justas para as mulheres empreendedoras seja alcançada. Necessitando-se de investimento direto em políticas públicas exclusivas para esse grupo, crédito facilitado, educação empreendedora e redes de apoio capazes de garantir que o empreendedorismo feminino continue evoluindo como ferramenta de transformação social e econômica no país.

Até porque, como se abordou ao longo desse estudo, o fortalecimento do empreendedorismo feminino não beneficia apenas as mulheres, mas contribui de forma significativa para a geração de renda, inovação e inclusão social no país. Portanto, é imprescindível reconhecer, valorizar e apoiar as mulheres empreendedoras como agentes transformadoras da realidade econômica e social brasileira, promovendo um ecossistema mais justo, diverso e sustentável.

Quanto às limitações dessa pesquisa, pode-se verificar certa escassez de estudos e dados que possibilitem um aprofundamento maior nas questões voltadas às desigualdades estruturais que afetam os negócios liderados por mulheres, especialmente quando se busca complementações sobre suas experiências subjetivas e impactos sociais trazidos por esses empreendimentos.

Com relação a estudos futuros, recomenda-se uma ampliação na abordagem para explorar melhor como a classe social, o fator racial e a



RELISE

223

localização territorial influenciam a trajetória empreendedora das mulheres brasileiras, se fazendo necessário investigar ainda o papel das políticas públicas e educação empreendedora voltada para esse grupo em particular e como elas afetam o empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, I. T.; MIRANDA, A. L. B. B.; FREIRE, B. G. O.; SILVA, A. W. P.; RIBEIRO, A. W. A. **Empreendedorismo Feminino: O Contexto Social e Perfil Empreendedor de Mulheres no Nordeste Brasileiro**. RELISE –Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 3, n. 6, p. 108-127, Nov./Dez. 2018. ISSN 2448-2889. Disponível em: <http://relise.eco.br/index.php/relise/article/view/197/182>. Acesso em: 12 abr. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARONE, F. M.; ZOUAIN, D. M. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise**. RAP. Rio de Janeiro. Jan./fev. 2019

BRANDÃO, A.M. “Gênero, Empreendedorismo e Autonomização Profissional”. *Gestão e Sociedade*, vol.13, n.35, 2019.

BRASIL. Lei n.14.161, de 2 de junho de 2021. **Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe)**. Brasília: Planalto, 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14161.htm Acesso em: 17 abr. 2025.

BRASIL. **Programa InovAtiva Brasil**. Brasília: Enap, 2014. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/2146>. Acesso em: 17 abr. 2025.

BRASIL. Agência Gov. **Governo cria plano para impulsionar empreendedorismo feminino**. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202404/governo-cria-plano-para-impulsionar-empreendedorismo-feminino>. Acesso em: 17 abr. 2025.

BRASIL. **Panorama do Empreendedorismo feminino no Brasil**. Ministério do desenvolvimento, indústria, comércio e serviços (MDIC), 2024. Disponível em:



RELISE

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreeudem/panorama-do-empreeendedorismo-feminino-no-brasil/estudo-do-empreeendedorismo-feminino.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2025.

BRASIL. PNADC, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2023/>. Acesso em: 28 abr. 2025.

CARVALHO, G. P. M. **Características e desafios do empreendedorismo feminino**. Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br/server/api/core/bitstreams/fea11218-122a-44d4-a44a-cfbbf8b61b05/conte>. Acesso em: 20 mar. 2025

CARRIJO, M. de C.; FERREIRA, S. R. R. (2017). **Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise a partir de dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, 6(6), 200-225. 12.pdf (fatece.edu.br)

COLETI, J. C.; SILVA, J.; MORAIS, L. S. **Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil com as mulheres empreendedoras de Frutal - MG**. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/download/50171/30130/179034>. Acesso em: 10 abr. 2025.

COUTINHO, W. F.; TORRES, E. F., PINTO, L. A.; CASTRO, F. R. de A. **O empreendedorismo feminino no Polo Cerâmico de Teresina/PI. Encontro de estudos organizacionais da associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração**. 2019.

CRUZ, M. D. **O empreendedorismo feminino no interior do Maranhão: desafios e avanços**. 2023.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

DUARTE, A. P. A importância do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho brasileiro. 2018. 31f. Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade Anhanguera, Pelotas, 2018. Disponível em: <https://repositorio.pgsscogna.com.br/bitstream/123456789/22749/1/ANA+PAUL+A+CUADRADO+DUARTE%20Defesa.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2025.



RELISE

225

FERNANDES, M. A.; SILVA, E. A.; AKEGAWA, A. A. D.; AKEGAWA, R. C. D. Mulheres empreendedoras: desafios, oportunidades e perspectivas. Disponível em: <https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/615/9>. Acesso em: 10 abr. 2025

FLEITAS, J. A.; BENITES, D.; FAUSTINO-DIAS, Álvaro F.; MORAIS, M.; RECH, L. R. **Empreendedorismo feminino e marketing digital em territórios de fronteira durante a pandemia da Covid-19**. Boletim de Conjuntura (BOCA), Boa Vista, v. 19, n. 55, p. 579–600, 2024. DOI: 10.5281/zenodo.13855258. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/5542>. Acesso em: 17 abr. 2025

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. reimpr. 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: 2019. Curitiba: IBPQ, 2020. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. GEM. **Relatório Executivo Brasil 2024**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-VF.pdf>. Acesso em: abr. 2025.

GOMES, D.T., GUERRA, P.V., VIEIRA, B.N. **O desafio do empreendedorismo feminino**. 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. (2021). **Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101784>. Acesso em: 10 abr. 2025

IRME - Instituto Rede Mulher Empreendedora. **Empreendedorismos femininos: uma análise interseccional**. São Paulo: IRME, 2021. Disponível em: <https://institutorme.org.br/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

IRME - Instituto Rede Mulher Empreendedora. **Pesquisa sobre o impacto da pandemia no empreendedorismo feminino no Brasil**. São Paulo, 2021.



RELISE

226

Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1635449371Pesquisa_IRME_2021.pdf. Acesso em: 17 abr. 2025.

IRME - Instituto Rede Mulher Empreendedora. (2022). **Relatório Ela Pode**. Disponível em: <https://institutorme.org.br/wp-content/uploads/sites/2/2023/10/Relatorio-de-atividades-IRME-2022-compactado.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2025

IRME - Instituto Rede Mulher Empreendedora. **Ela pode**. Disponível em: <https://elapode.com.br/>. Acesso em: 17 abr. 2025.

LUCENA, P. F.; RODRIGUES, D. F. **Empreendedorismo feminino na cidade de João Pessoa - PB: dificuldades enfrentadas no período do Covid- 19**. Disponível em: <https://periodicos.iesp.edu.br/campodosaber/article/view/468>. Acesso em: 11 abr. 2025.

MARQUES, M. **Empreendedorismo Feminino – conheça os desafios!** Disponível em: <http://marcusmarques.com.br/empreendedorismo/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 08 abr. 2025.

NAZARIO, L. S.; LOBO, E.A. Motivações ao empreendedorismo feminino na área da beleza e estética. **Destarte**, v.13, n.1, p.110-137, 2024. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/destarte>. Acesso em: 18 mar. 2025.

OLIVEIRA, J. H. A. Empreendedorismo Feminino - uma revisão dos artigos de maior impacto na literatura internacional entre os anos de 2010 e 2017. **South American Development Society Journal**, v.3, n.9, p.235-248, 2017. Disponível em: <http://doi.org/10.24325/issn.2446-5763.v3i9p235-248>. Acesso em: 18 mar. 2025.

ROCHA, M. A.; REIS, L. E; M. **O empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e oportunidades no período de 2019 até 2024**. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/facefpesquisa/article/viewFile/2868/1985>. Acesso em: 14 abr. 2025.

RODRIGUES, A.S.M.; GASPAR, L.C.S.; RODRIGUES, D.R.; AFONSO, H.C.A.G. Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino. **Espacio Abierto**, v. 30, n. 1, p. 75-96, 2021.



RELISE

227

<https://www.redalyc.org/journal/122/12266352004/12266352004.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2025.

ROSA, S. S. da.; ORELLANA, V. dos S. Q.; MENEZES, G. R. Determinantes do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Regiões. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, [S. l.], v. 14, n. 4, p. 690–713, 2020. DOI: 10.54766/rberu.v14i4.643.

SANTOS, I. A.; FLORENCIO, M. N. S.; ESCOBAR, M. A. R.; COSTA, B. M. G.; OLIVEIRA JÚNIOR, A. M. Produção científica internacional em empreendedorismo sustentável: características, análise de citação e rede de colaboração. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação**. S. B. do Campo, v. 6, n. 2, p. 44-63, julho – dezembro, 2021.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **A força do empreendedor brasileiro**. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemso_mos#:~:text=A%20for%C3%A7a%20do%20empreendedor%20brasileiro.,R%24%204%2C8%20milh%C3%B5es. Acesso em: abr. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo feminino no Brasil: relatório de análise de dados**. Brasília: SEBRAE, 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 10 abr. 2025

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sebrae Em Dados - Empreendedorismo Feminino**. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-empreendedorismo-feminino>. Acesso em 12 abr. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios**. Brasília: SEBRAE, 2021. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/d479c8cbe9240a25fbc3e9f00edda84/\\$File/31055.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/d479c8cbe9240a25fbc3e9f00edda84/$File/31055.pdf) Acesso em 16 abr. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Programas de incentivo e apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil**.



RELISE

228

Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/programas-de-incentivo-e-apoio-ao-empreendedorismo-feminino-no-brasil,687b6c3b30816810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 17 abr. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo por raça, cor/gênero no Brasil. 2021 e 2023**. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/02/empreendedorismo-Raca-cor-Sexo-sebrae-2-trimestre-2022.pdf>. Acesso em: 28 de abr. 2025.

SILVA, M. A. **Mulheres empreendedoras: uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte - MG**. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/35928/3/Monografia%20Mariana%20Alves%20Silva%202020%20-%20Vers%C3%A3o%20Oficial.doc.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2025.

SILVA, J. A.; SOUZA, M. M.; KATO-CRUZ, E. M.; ENDO, G. Y. EMPREENDEDORISMO FEMININO: o papel das mulheres no ecossistema do Oeste Paulista. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, [S. l.], v. 6, n. 3, 2022. DOI: 10.30781/repad.v6i3.14357. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/14357>. Acesso em: 11 abr. 2025.

SILVA, L. R. SOUSA, R. M.; ESCOBAR, M. A. R.; FLORÊNCIO, M. N. S. **Empreendedorismo feminino e seus desafios e motivações: estudo de um grupo de mulheres empreendedoras na cidade de São Braz no Piauí**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/386538887_EMPREENDEDORISMO_FEMININO_E_SEUS_DESAFIOS_E_MOTIVACOES_ESTUDO_DE_UM_GRUPO_DE_MULHERES_EMPREENDEDORAS_DA_CIDADE_DE_SAO_BRAZ_NO_PIAUI. Acesso em: 11 abr. 2025.

SILVA, M. S.; OLIVEIRA, C. M. M. **Empreendedorismo feminino no Brasil e suas características comportamentais em empreendedoras: uma breve revisão de literatura**. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3389/2270>. Acesso em: 10 abr. 2025

SOUZA, C. J.; JESUS, Q. S. L.; BATISTA, V. C.; ZUQUI, V. Empreendedorismo feminino no Brasil: principais desafios enfrentados e perspectivas de



RELISE

229

crescimento. Disponível em: Acesso em:
<https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/7813/5646>. Acesso em: 10
abr. 2025.

SOUZA, G. F. **Os principais desafios no empreendedorismo feminino: uma
revisão bibliográfica.** Disponível em:
https://atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/spic/monography/1/1/OS_PRINCIPALIS_DESAFIOS_NO_EMPREENDEDORISMO_FEMININO__Uma_Revisao_Bibliografica__2024.pdf. Acesso em: 17 abr. 2025.