



Graduação  Pós-Graduação  
 Artigo completo  Relato de prática  Resumo expandido

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM CUIABÁ:  
um estudo da relação entre formação acadêmica e iniciativa empreendedora.**

**Olga de Jesus Vieira Autor  
UFMT**

**Vanessa Stefani dos Santos Autor  
UFMT**

**Francisco Mirialdo Chaves Trigueiro Autor  
UFMT**

**RESUMO**

O avanço do empreendedorismo feminino no Brasil, aliado ao crescente acesso das mulheres ao ensino superior, torna-se relevante para compreender como a formação acadêmica influencia a decisão de empreender. Este estudo tem como objetivo analisar a influência do ensino superior sobre a intenção empreendedora de mulheres no município de Cuiabá-MT. A pesquisa teve abordagem quantitativa, aplicando questionário online a mulheres empreendedoras ou interessadas em empreender, todas com formação superior, totalizando 73 respondentes. Os dados foram analisados com foco na relação entre escolaridade, motivação para empreender, desafios enfrentados e percepção sobre o impacto da formação acadêmica na trajetória empreendedora. Observa-se que o ensino superior exerce uma influência moderada, porém relevante na formação da intenção empreendedora, especialmente ao estimular a inovação, a criatividade, a aquisição de conhecimentos técnicos e o fornecimento da autoconfiança. Ademais, as principais motivações para empreender incluem flexibilidade de horários, independência financeira e realização pessoal, enquanto desafios com sobrecarga de papéis e estresse emocional permanecem significativos. Conclui-se que, embora não seja o único determinante, o ensino superior contribui para fortalecer a mentalidade empreendedora e a consolidação de negócios em Cuiabá-MT.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino; Ensino superior; Intenção empreendedora.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um dos principais motivadores de inovação e transformação social no mundo. Nas últimas décadas, se observa uma expansão de novos negócios mostrando oportunidades para minorias. O empreendedorismo feminino vem ganhando cada vez mais espaço com conquistas. O Brasil bateu um recorde de novos negócios em 2024, com aproximadamente 4,3 milhões de empresas registradas, representando um crescimento de 12,3% em relação ao ano anterior (Experian, 2025). No país, segundo o Monitor Global de Empreendedorismo (GEM, 2024), cerca de 33% da população adulta com idade entre 18 e 54 anos têm algum tipo de empreendimento com até 3,5 anos de atividade empreendedora estabelecida (13,2%), sendo que a maioria ainda é formada por homens (53,2%) (Brito, 2025). Ademais, uma pesquisa realizada pela Agência Sebrae de Notícias (2023), divulgada por meio do Atlas dos Pequenos Negócios, destaca que entre os Microempreendedores Individuais (MEI), 37% são mulheres. Somando esse panorama, a pesquisa GEM 2024 revela que enquanto os homens continuam sendo maioria entre os empreendedores novos (55,7%) as mulheres vêm conquistando espaço nas fases iniciais dos empreendimentos (44,3%).

O empreendedorismo feminino no Brasil vem ganhando força nas últimas décadas, mas é marcado por desafios entre vida profissional e pessoal. O panorama traçado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDICS), junto com o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMEPP) mostra que, apesar das barreiras, muitas brasileiras veem uma alternativa para autonomia financeira e realização pessoal. Iniciativas como capacitação, redes de apoio e programas de mentoria têm sido essenciais para esses negócios (MDICS; MEMEPP, 2024). Embora o empreendedorismo esteja ligado à ideia de inovação e dinamismo econômico, ainda há desigualdade de gênero. Assim, empreendedoras costumam liderar empresas menores e com menor acesso a recursos tecnológicos e financeiros. O empreendedorismo feminino no Brasil ainda é marcado por fatores culturais como a dupla jornada de trabalho sendo mais desafiadora, mas não menos potente em termos sociais (Silva e Oliveira, 2023).

A presença feminina no empreendedorismo está ligada à sua luta por espaço no mercado de trabalho. Elas foram historicamente limitadas ao ambiente doméstico e buscaram no empreendedorismo uma forma de conquistar autonomia (Lima; Filho, 2019). Desse modo, o cenário revela desafios que ainda limitam as oportunidades reais para elas (Rosa; Orellana; Menezes, 2020). Mesmo diante das adversidades, as mulheres têm demonstrado cada vez mais interesse em iniciar seus próprios negócios, especialmente no contexto do ensino superior



(Cardoso; Souza, 2022). O ensino superior pode impulsionar o empreendedorismo ao oferecer um espaço que estimula a inovação e o desenvolvimento de habilidades práticas, com métodos como a Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP) e a abordagem STEAM (Ciência, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática), no qual estudantes vivenciam projetos reais que despertam protagonismo e criatividade. Isso os prepara melhor para os desafios sociais e tecnológicos, como destacam Gazoti e Guazzelli (2024).

Nesse cenário, o aprimoramento profissional é uma das saídas para o fortalecimento feminino, portanto, a formação acadêmica aparece como um fator estratégico. Segundo Fonseca e Nassif (2022), o incentivo à educação empreendedora e às redes de apoio faz toda a diferença, sendo que o ambiente acadêmico ajuda a transformar ideias em negócios. Vale destacar que o ensino superior vai além do conteúdo técnico ele forma pessoas preparadas. Isso o torna um aliado importante para quem deseja empreender com propósito e impacto (Cardoso; Souza, 2022; Gazoti; Guazzelli, 2024). O ensino superior no Brasil avançou entre 2000 e 2022, a proporção de adultos com 25 anos ou mais com diploma de nível superior passou de 6,8% para 18,4%. Esse crescimento foi impulsionado pela expansão da educação a distância, passando 1,7 mil de estudantes em 2000 para mais de 4,3 milhões em 2022. Apesar disso, o país ainda está distante da média da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que é de 48% (Jansen, 2025). As mulheres são a maioria entre os que completam o ensino superior, sendo 21,4%, contra 15,2% dos homens (Gomes, 2025).

Diante o exposto, este estudo tem como tema "O empreendedorismo feminino com foco na influência do ensino superior na intenção empreendedora de mulheres em Cuiabá". Assim, encontra-se a subárea da Administração relacionada ao comportamento empreendedor, com ênfase nas motivações e barreiras. Esse empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento econômico, mas enfrenta desafios na participação das mulheres nos negócios (Castro; Braz; Freitas, 2019). A educação superior, pode ser um fator decisivo ao fornecer conhecimentos e habilidades para empreender (Peñaloza, Diógenes, Sousa, 2008). No entanto, a literatura sobre essa temática em Cuiabá ainda é escassa. Dessa maneira, evidencia-se a seguinte pergunta problema: De que maneira o ensino superior influencia a decisão de mulheres iniciar no empreendedorismo no município de Cuiabá?

O objetivo geral deste artigo consiste em analisar a influência do ensino superior sobre a intenção empreendedora de mulheres no município de Cuiabá – MT. Como objetivos específicos, propõe-se: identificar o perfil empreendedor, sociodemográfico e o setor de atuação das mulheres que já empreendem ou manifestam interesse em empreender; examinar

os fatores e aspectos relacionados ao ensino superior que exercem influência e motivação para a abertura de um empreendimento; e investigar os principais desafios enfrentados por empreendedoras com formação superior na cidade.

A justificativa de escolha do tema desta pesquisa reside em destacar a relevância do impacto da educação superior na iniciação das mulheres no empreendedorismo. Assim, o estudo oferece uma compreensão detalhada de como a formação acadêmica impacta nas decisões de mulheres ao entrarem no mercado, especialmente na cidade de Cuiabá. Além disso, a viabilidade do estudo se baseia na crescente importância do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento econômico local e na geração de empregos. Do ponto de vista acadêmico, essa pesquisa contribui para ampliar a discussão sobre o gênero feminino, educação e empreendedorismo entre estudantes e sociedade, a fim de agregar valor a um tema importante em que ainda se encontra lacunas. Justifica-se ainda por promover uma análise crítica sobre o impacto do ensino superior no empreendedorismo de mulheres por meio de estudos e preenchendo falhas ainda existentes na literatura.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Esta seção do estudo se dedica a explorar o cenário do empreendedorismo feminino, dividida em três subseções. Dessa forma, para uma melhor compreensão é necessário conhecer os termos que serão usados no decorrer do trabalho. Logo, essa pesquisa será fundamentada nas literaturas relevantes desse tema e através de uma metodologia de coleta de dados, a fim de agregar nas lacunas da temática.

### 2.1 Empreendedorismo feminino: conceito, evolução, importância e fatores motivacionais

No Brasil, o empreendedorismo feminino tem crescido significativamente nos últimos anos, revelando-se destaque em vários âmbitos, tanto no mercado de negócios quanto no meio acadêmico e nas políticas públicas (Campos, 2025; Lima et al., 2021). O empreendedorismo feminino é um termo que se refere a participação de mulheres na liderança e que iniciam uma atividade empreendedora assumindo riscos de um negócio (Silva e Oliveira, 2023).

Historicamente, as primeiros conceitos e visões sobre empreendedorismo era fundamentada quase que exclusivamente por homens, pois havia baixo apoio e participação feminina nesse universo (Santos e Ferreira, 2021). Conforme Lima e Gomes Filho (2019), destacam que, historicamente, as mulheres foram direcionadas a funções domésticas e privadas,



com pouca ou nenhuma participação na economia formal. No entanto, a evolução social feminista ao longo do século XX e a inserção de mulheres ao ensino superior contribuíram para a mudança dos papéis tradicionalmente atribuídos às elas (Peñaloza et al, 2008; Lucas e Ancelmo, 2022).

O estudo no âmbito brasileiro sobre empreendedorismo feminino ganhou visibilidade na década de 1990 sendo impulsionado pela necessidade de verificar mais precisamente quais elementos estimulam as mulheres nos negócios (Santos e Ferreira, 2021). O processo de adesão das mulheres no mercado vem obtendo um crescimento de negócios liderados por elas através de modificações na estrutura familiar e no âmbito trabalhista, e assim, assumindo mais papéis como empregadoras (Amorim e Batista, 2012; Silva et al, 2016). Dessa forma, atualmente, o empreendedorismo feminino vem contribuindo com um papel importante para o crescimento socioeconômico do país, assim, não somente impacta no contexto econômico, mas também na visibilidade feminina (Santos et al, 2024).

Há uma convergência ao destacar a evolução histórica e o fortalecimento do empreendedorismo feminino no Brasil. Enquanto alguns autores focam nas raízes históricas da exclusão feminina e nas conquistas de poder, outros evidenciam a relevância das mulheres no mercado e sua contribuição para a economia e o avanço social. Assim, a literatura reforça que além de gerar renda, o empreendedorismo feminino promove empoderamento, autorrealização e reconhecimento, portanto, se torna um instrumento de transformação social muito importante nesse cenário.

A atuação das mulheres como empreendedoras é uma ferramenta crucial para o empoderamento e a mudanças das estruturas sociais e econômicas do Brasil (Castro et al, 2019). No setor da economia e social, o empoderamento feminino desempenha um papel ativo na oportunidade de trabalho e na geração de rendas (Santos et al, 2024). O empreendedorismo é uma força propulsora que contribui para o progresso econômico e o desenvolvimento social sustentável, como também na inovação dos negócios, sendo assim, a presença feminina nesse cenário é indispensável (Souza et al, 2025). No Brasil, os pequenos e micro empreendedores representam a principal fonte de empregos e respondem por uma fatia significativa da remuneração total no país (MDICS; MEMEPP, 2024).

Ademais, empreender representa uma via de conquista de independência financeira e pessoal, permitindo que as mulheres realizem seus sonhos, descubram suas potencialidades, e assim possa alcançar seu crescimento em várias áreas da vida (MDICS; MEMEPP, 2024). A jornada de empreender proporciona um desenvolvimento individual, profissional e econômico,

gerando satisfação pessoal e autorrealização, além de liberdade criativa (Silva et al, 2016). Além disso, mulheres empreendedoras tornam-se inspirações no seu ciclo social e são catalisadores de transformação positivas (MDICS; MEMEPP, 2024).

O empreendedorismo liderado por mulheres é visto como uma estratégia legítima de promoção da equidade de gênero e promover o respeito social. Reconhecer o impacto da ascensão das mulheres no mundo do negócio é essencial para que o empreendedorismo feminino seja valorizado como força transformadora da economia brasileira, para isso é necessário fomentar uma mudança cultural que reconheça e valorize o papel das mulheres nos negócios, promovendo histórias de sucesso e incentivando cada vez mais mulheres a seguirem esse caminho (Souza et al, 2025).

Dessa forma, alguns autores ressaltam a importância da atuação das mulheres na economia, pois geram renda, inovação e independência pessoal. Enquanto outros destacam o impacto coletivo no meio social e econômico e sobre o emocional e pessoal. Por fim, observa-se que os fatores motivacionais para empreender vão além da renda, pois envolvem a busca por autonomia, reconhecimento e transformação tanto individual quanto social. A partir disso, deve ser estudado mais detalhadamente a discussão sobre o que realmente impulsiona essas mulheres a empreender.

Os motivos que impulsionam as mulheres a iniciar seus próprios negócios são diversos e complexo, geralmente combina aspectos entre a demanda pessoal e oportunidade. Entre os principais fatores é o desejo de busca pela independência financeira, libertando-se de situações desconfortáveis de vínculos com terceiros (Prazeres et al, 2016). A possibilidade de autonomia para trabalhar de forma flexível e a liberdade de gerenciar o próprio horário é altamente valorizado, mesmo que tenham responsabilidades intensas e carga de trabalho de grande esforço (Santos e Ferreira, 2021).

Outro fator que muitas das mulheres empreendedoras encontram no empreendedorismo é a forma de expressar suas ideias, valores e identidade, indo além das motivações econômicas (Oliveira et al, 2022). O desejo de realizar atividade que proporciona o bem-estar e a satisfação pessoal é um dos que impulsiona a iniciar o próprio negócio (Prazeres et al, 2016). De acordo com a GEM 2024, foram identificadas motivações que levam a empreender, como o desejo de “fazer a diferença no mundo” (74,6%), seguida por “ganhar a vida porque os empregos são escassos” (73,9%) e “construir uma grande riqueza ou renda muito alta” (69,3%) (Brito, 2025).

O caminho do empreendedorismo feminino pode ser motivado tanto pela percepção de oportunidade promissora no mercado quanto por situações de necessidade, como a busca por



sustento ou de complementar da renda familiar (Santos et al, 2024). Questões como desemprego, experiências negativas com trabalhos anteriores e a frustração com a falta de perspectiva de crescimento no setor formal também influencia fortemente essa escolha (Rosa et al, 2020). Além disto, o apoio familiar embora não seja o principal fator primário para decisão de empreender, desempenha um papel fundamental para reduzir a carga de tarefas domésticas, esse apoio contribui para que as mulheres empreendedoras se dediquem com mais foco nas suas atividades de negócio (Campos, 2025).

Ademais, as mulheres empreendedoras, geralmente tendem apresentar níveis de escolaridade mais elevados em comparação aos homens, buscando aprimorar sua educação para se preparar melhor para os desafios do mercado (Cardoso e Souza, 2022). A educação acadêmica é vista com um diferencial importante, especialmente quando se trata de tomar decisões estratégicas na gestão dos negócios (Oliveira et al, 2022).

Há uma diferença textual dos autores ao mostrarem que o empreendedorismo feminino é movido por uma mistura de fatores, que vão desde a busca por independência financeira e de carga horária até a realização pessoal. Já outros escritores destacam a autonomia, necessidade, escolaridade, desemprego e insatisfação com o mercado formal como aspectos estimuladores e possíveis diferenciais competitivos. Assim, esses elementos ajudam a entender por que o empreendedorismo feminino cresce, pois além da renda é um conjunto de desejos, necessidades e experiências.

O empreendedorismo feminino tem apresentado uma trajetória de crescimento constante no Brasil. Em 2018, o país ocupava a 7ª colocação entre 49 nações quanto a participação de mulheres entre os empreendedores em fase inicial, nesse mesmo ano, elas representavam 34% dos proprietários de negócios e 48% microempreendedores individuais (MEIs), como forte presença nos segmentos de estética, vestuário e alimentação (Cardoso e Souza, 2022). Esse avanço contribui significativamente para o progresso econômico e social do país, mesmo diante dos obstáculos que ainda precisam ser superados (Rocha e Reis, 2024).

## 2.2 Barreiras, desafios e oportunidades ao empreendedorismo feminino

Apesar da crescente representatividade das mulheres no âmbito empreendedor, ainda continuam enfrentando barreiras e desafios significativos, mas apesar dos obstáculos há algumas oportunidades, como as incubadoras (Souza et al, 2025). As barreiras e desafios enfrentados pelas mulheres são categorizadas em diversas dimensões, como culturais, sociais, familiares, financeiras, econômicas, emocionais e de saúde (Campos, 2025). Assim, à medida



que os negócios se consolidam, a presença feminina tende a diminuir: elas correspondem a 50% entre os iniciais, caem para 44,3% entre os novos e representam apenas 38,2% entre os estabelecidos. Portanto, as mulheres enfrentam mais obstáculos para manter e expandir seus negócios (Brito, 2025).

Os desafios culturais e sociais são marcados pelo preconceito de gênero acarretando um tratamento diferente por serem mulheres. A sociedade, muitas vezes, esquece que mulheres obtêm competências significativas sobre o empreendedorismo, ou seja, associa liderança a figuras masculinas. Além disso, enfrentam uma baixa representatividade feminina limitando as redes de apoio e oportunidades de crescimento. Outro desafio relevante é o conservadorismo que tem a visão da mulher somente no ambiente doméstico e familiar, acarretando a conhecida dupla jornada de trabalho, pois além de se conceder ao trabalho também precisa focar nos afazeres de casa (Souza et al, 2025; Cardoso e Souza, 2022; Silva e Oliveira, 2023).

No âmbito familiar, a sobrecarga de papéis se destaca como grande entrave, pois empreendedoras necessitam conciliar as demandas do negócio com as responsabilidades do lar. Dessa maneira, esse conflito trabalho-família gera exaustão física e sentimento de culpa, inclusive, se os casos obtiverem a ausência de redes de apoio estruturadas, como o próprio meio familiar, agravando a situação (Campos, 2025; Cardoso e Souza, 2022; Souza et al, 2025).

Outro ponto crítico são as barreiras financeiras e econômicas como o acesso restrito a crédito e empréstimos bancários são corriqueiros na vida profissional de mulheres, pois são barradas por preconceitos ou histórico financeiro, por exemplo. Conforme O panorama traçado pelo MDICS e MEMEPP (2021) 42% das mulheres tiveram sua solicitação de crédito negadas. Além disso, outras dificuldades recorrentes que impactam no sucesso são a falta de planejamento, baixo capital e rendimento inferior, logo, limitam o crescimento inicial das empresas e aumentam as diferenças de gênero (Souza et al, 2025; Cardoso e Souza, 2022; Bolson et al, 2018).

Por fim, no aspecto emocional e de saúde, o estresse e a insegurança representam barreiras significativas para as empreendedoras, pois aguentar demandas pessoais e profissionais pode desencadear problemas de ordem psicológica. A luta de conquistar o reconhecimento no ambiente de negócios possui entraves como o preconceito, desvalorização e desrespeito, gerando frustração que pode ser agravado pela falta de autoconfiança, o que acarreta na desmotivação (Silva e Oliveira, 2023; Oliveira et al, 2022).

Os autores abordam que embora haja avanços na presença feminina no empreendedorismo, ainda existem barreiras. Eles destacam desafios sociais, familiares,



financeiros e emocionais que dificultam o crescimento dos negócios das empreendedoras. Já outros estudos mostram uma queda da participação feminina no mercado à medida que os empreendimentos se consolidam, além da dificuldade de acesso ao crédito e da sobrecarga da dupla jornada. Apesar disso, há oportunidades e estratégias que promovem um fortalecimento estável do empreendedorismo feminino.

Apesar dos desafios, as mulheres empreendedoras demonstram resiliência e adaptabilidade. Dessa forma, o empreendedorismo feminino tem ganhado cada vez mais destaque por influência de elementos que fortalecem suas trajetórias, como redes de apoio, competências empreendedoras, planejamento, educação, incentivos e visibilidade (Cardoso e Souza, 2022; Campos, 2025).

As redes de apoio, como o suporte familiar, é um papel fundamental na jornada da mulher empreendedora, pois pode auxiliar nas responsabilidades domésticas, ou seja, possibilita um equilíbrio entre vida pessoal e profissional. A participação de associações de empreendedoras oferece um espaço valioso para networking, experiências e aumento do empoderamento feminino no meio dos negócios (Campos, 2025; Castro et al, 2019).

Em seguida, a mulher apresenta muitas competências empreendedoras, por exemplo, resiliência e adaptabilidade se destacam, pois permite lidar com desafios e se adequar a mudanças e inovações. Além disso, são detectadas características como persistência e comprometimento que são essenciais para o sucesso de um negócio (Souza et al, 2025; Lucas e Ancelmo, 2022).

Para conseguir se diferenciar e atender a multiplicidade de papéis, mulheres utilizam estratégias eficazes de organização e planejamento para o controle do tempo e gestão dos recursos. Ademais, para se distinguir e inovar investem em capacitação constante para o desenvolvimento profissional e do negócio, assim, permitindo que estejam preparadas para enfrentar desafios do mercado (Santos e Ferreira, 2021; Campos, 2025).

As políticas públicas, como os programas de incentivo, têm uma grande importância na sociedade e na concretização da equidade de gênero no mercado de trabalho. Pode-se ter como iniciativas as incubadoras, aceleradoras e programas governamentais, a exemplo da Estratégia Elas Empreendem, que buscam auxiliar empreendedores comuns com ambiente mais favorável, como ampliar o acesso ao crédito (Souza et al, 2025; Campos, 2025; MDICS; MEMEPP, 2024). A visibilidade de histórias de mulheres que conquistaram o mercado de negócios é fundamental para encorajar novas iniciativas e quebrar estereótipos de gênero. Dessa forma, a presença de mulheres em mídias e eventos importantes trazem essa inspiração (Souza et al, 2025; Rocha e

Reis, 2024).

Diante do exposto, os autores convergem ao mostrar que o avanço do empreendedorismo feminino está ligado a fatores como redes de apoio, competências pessoais e incentivos públicos e privados. Outros abordam que a visibilidade, resiliência e capacidade de adaptação, com destaque nos investimentos em educação são estratégias importantes. Logo, isso mostra um cenário em que o ensino superior pode ser um fator decisivo na intenção empreendedora ainda na formação acadêmica e promover conhecimentos e habilidades.

### 2.3 Ensino superior e intenção empreendedora

A educação superior tem desempenhado um papel crescente na formação de futuros empreendedores e no desejo de empreender. No entanto, persistem obstáculos e lacunas a serem abordados, especialmente quando se trata da participação feminina nesse contexto (Lima et al, 2016).

A presença feminina no mercado de trabalho e o aumento do acesso das mulheres ao ensino superior têm contribuído significativamente para a transformações dos papéis sociais que historicamente lhe foram atribuídos (Peñalozza et al, 2008). Desde 2006, a educação superior, é considerada pela União Europeia como uma das oito competências essenciais para o aprendizado contínuo, sendo vista como fundamental para o desenvolvimento pessoal, a inclusão na sociedade e o exercício pleno da cidadania (Fonseca e Nassif, 2022).

As Instituições de Ensino Superior (IES) desempenham um papel estratégico na promoção da educação voltada para o empreendedorismo, contribuindo para o desenvolvimento de negócios e inovações tecnológicas (Ribeiro et al, 2014). O interesse crescente das mulheres por oportunidades evidencia a importância das universidades em abrir caminhos e fomentar transformações estruturais, mesmo que esses avanços ainda não sejam suficientes (Morais et al, 2024). A formação acadêmica atua com um aliado na construção da mentalidade empreendedora, oferecendo não apenas competências técnicas, mas também fortalecendo a confiança necessária para superar os desafios no mundo empresarial (Souza et al, 2025).

Há um crescimento do ensino prático focando na formação de empreendedores e indo além das salas de aulas. Assim, a evolução do ensinamento sobre empreendedorismo tem apresentado variedades de métodos. Para isso, as abordagens precisam ser apropriadas, pois observa-se uma tendência de preparar carreiras de sucesso e grandes empresas (Rocha e Freitas, 2014).

Dessa forma, existem propostas em desenvolver habilidades de comunicação,

persuasão, estratégia e estimular o networking. Para o incentivo dessas práticas há as Atividades Educacionais de Formação em Empreendedorismo (AEFE) que contém palestras, estudos de caso, visitas técnicas em empresas, simulações e planos de negócios. Portanto, instituições de ensino, como universidades, devem adotar práticas mais ativas, vivenciais e experimentais para desenvolver nos alunos atitudes, comportamentos e pensamentos empreendedores (Rocha e Freitas, 2014; Almeida et al, 2019).

Desse modo, os autores convergem ao destacar a relevância da educação superior na formação da mentalidade empreendedora. Há um consentimento de que as IES têm papel fundamental na oferta de conhecimentos técnicos e estímulos à autoconfiança e protagonismo feminino. Nesse contexto, a intenção empreendedora surge como um reflexo direto dessas formações e estímulos, através de métodos práticos e transformação social da presença feminina.

A intenção empreendedora precisa ser estudada para compreender quais aspectos são mais determinantes na formação dos indivíduos visionários, ou seja, obtêm-se fatores como demográficos, psicológicos e contextuais (Lima et al, 2016). Pode-se observar que no meio contextual a procura por conhecimento como a participação em atividades educacionais e trajetórias profissionais potencializam o pensamento e o comportamento de uma pessoa. Logo, aprender sobre a criação de uma empresa juntamente com experiência adquirida influenciam na formação da intenção empreendedora. O estímulo que instituições de ensino superior aplicam em estudantes sobre o empreendedorismo são fatores positivos para o incentivo dos futuros egressos no mundo dos negócios (Lima et al, 2016; Rocha e Freitas, 2014; Gazoti e Guazzelli, 2024).

Os aspectos sociodemográficos tem sido amplamente discutido na literatura como influência na decisão de empreender, muitas vezes o desejo de conciliar a vida profissional e familiar como umas preferências por ocupação com maior flexibilidade de tempo. Em algumas pesquisas, fatores sociodemográficos, como por exemplo ter o pai como empreendedor no caso de homens, ou a renda familiar no caso de mulheres, mostraram-se fatores relevantes na intenção empreendedora entre os gêneros (Peñaloza et al, 2008). De acordo com Rosa, Orellana e Menezes (2020), os aspectos como cor, escolaridade, ser chefe de família e o número de horas dedicadas aos afazeres domésticos impactam diretamente na probabilidade de uma mulher tornar-se empreendedora.

A área psicológica empreendedora inicia desde a educação na infância no ambiente familiar com valores e princípios transmitidos, como a cultura de que erros fazem parte do

sucesso. No entanto, dentro de instituições de ensino superior pode-se desenvolver esses elementos apresentados pelas famílias e até desenvolver aspectos diferentes em universitários. Isso mostra que a universidade, ao atuar de forma estratégica, pode contribuir significativamente para que os indivíduos reconheçam oportunidades e se preparem para transformar ideias em negócios de impacto (Fonseca e Nassif, 2022).

Por fim, vale destacar que o ensino superior prepara os estudantes para lidar com as incertezas do mercado, com capacidade de se adaptar, inovar e se reinventar diante de desafios. A abordagem pedagógica que coloca o discente no centro do processo de aprendizagem é fundamental para o desenvolvimento dessas competências. Assim, o ensino superior não é apenas um conjunto de saberes, mas um âmbito de possibilidades para propósitos e impactos e redes de apoio que incentivam a intenção empreendedora (Cardoso; Souza, 2022; Gazoti e Guazzelli, 2024).

Portanto, literaturas sobre o empreendedorismo feminino no ensino superior ainda possui lacunas, como a escassez de dados sobre o tema e a influência da figura empreendedora na sociedade. Assim, a sociedade, políticas públicas e instituições de ensino precisam reconhecer e apoiar essas mulheres, a fim de obterem um ambiente favorável e acesso facilitado a todos (Souza et al, 2025).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem da pesquisa foi do tipo quantitativa, pois buscou obter dados objetivos e mensuráveis, e descritiva, no qual procurou identificar e analisar as características levantadas (Lakatos e Marconi, 2017; Gil, 2002). Sobretudo, o objetivo foi identificar e caracterizar o perfil do empreendedorismo feminino em Cuiabá/MT e compreender o impacto do ensino superior sobre essas mulheres. Diante disso, o procedimento optado foi um levantamento, pois coletou os dados diretamente com os participantes, e no caso deste estudo, foi por meio de um questionário (Lakatos e Marconi, 2017; Gil, 2002).

A pesquisa teve como foco o âmbito empreendedor feminino, assim, a amostra da pesquisa foi composta por mulheres, sendo em específico:

- Empreendedoras ou com interesse em empreender residentes em Cuiabá/MT;
- Estudantes e egressas do ensino superior;
- Maiores de 18 anos.

Em vista disso, foram incluídas mulheres com esse perfil na cidade com o intuito de avaliar a influência da educação nessa trajetória. A amostragem adotada foi não probabilística,

ou seja, os participantes foram escolhidos sem sorteio ou seleção aleatória. Além disso, foi utilizada a técnica por acessibilidade que seleciona os indivíduos com acesso mais fácil e disponível sobre o contexto do estudo (Gil, 2002; Prodanov e Freitas, 2013).

A técnica adotada para a coleta de dados foi o levantamento do tipo survey, um método de pesquisa quantitativa utilizada para coletar dados de um grupo de pessoas, através de questionários padronizados como o objetivo de descrever, comparar e explicar as informações coletadas (Gil, 2008). O método de contato foi online, por meio de divulgação em redes sociais e envio direto do questionário para as empreendedoras da cidade de Cuiabá.

No período de pré-teste, participaram cinco mulheres do dia 21/08/2025 até o dia 22/08/2025. Nessa etapa, foram sugeridos alguns ajustes no questionário, como a inclusão da opção “renda extra” na questão sobre motivação e da opção “não influencia” na questão referente ao impacto do ensino superior no empreendimento. A fase definitiva de coleta de dados foi iniciada no dia 22/08/2025 até o dia 27/09/2025, totalizando 35 dias, com a divulgação do questionário em grupos de redes sociais e por meio de visitas a estabelecimentos com potenciais empreendedoras. Ao todo, participaram 68 mulheres nessa etapa, totalizando 73 respondentes e um período total de coleta de 37 dias.

O instrumento utilizado foi um questionário fechado que continha perguntas com respostas limitadas e fixas que foram escolhidas pelos participantes, como múltipla escolha (opções de respostas já elaboradas). As questões abordaram aspectos com dados sociodemográficos, dificuldades enfrentadas no processo de empreender, motivação para o empreendedorismo e a percepção sobre o impacto do ensino superior. (Prodanov e Freitas, 2013; Hair et al, 2009).

O questionário foi estruturado em três seções temáticas, cujas questões foram elaboradas com base na literatura abordada no referencial teórico, totalizando 18 perguntas. O Quadro 1 detalha como o instrumento de pesquisa foi elaborado.

**Quadro 1 – Elaboração do instrumento de pesquisa**

Seção/nº de perguntas	Objetivo	Autores referenciados
1- Perfil Sociodemográfico e Empreendedor /11 perguntas.	Identificar o perfil sociodemográfico e as principais características empreendedoras das mulheres empreendedoras de Cuiabá.	Rosa, Orellana, Menezes (2020); Brito (2025); Cardoso e Souza (2022); GEM (2024)
2- Fatores motivacionais relativos ao ensino superior na decisão de empreender /3 perguntas.	Analisar como a formação no ensino superior motiva e influencia a decisão das mulheres em iniciar um negócio próprio.	Peñaloza, Diógenes, Sousa (2008); Fonseca e Nassif (2022); Gazoti e Guazzelli (2024); Lima

		et al (2016)
3- Desafios e oportunidades no empreendedorismo /4 perguntas.	Investigar os desafios enfrentados e as oportunidades percebidas pelas mulheres empreendedoras no contexto local.	Souza et al (2025); Silva e Oliveira (2023); Campos (2025).

Fonte: elaborado pelas autoras (2025)

Após a coleta, os dados foram analisados com base na estatística descritiva que visa descrever as características dos fatos através da tabulação sem interferir nos dados e organiza as amostras em tabelas e números para a compreensão, por exemplo, através de medidas de tendência central (média, mediana e moda) e medidas de dispersão (desvio padrão e coeficiente de variação), visando o perfil das participantes e de suas respostas (Gil, 2002; Lakatos e Marconi, 2017; Hair et al, 2009). Dessa forma, os dados foram analisados e os resultados foram interpretados para desenvolver uma conexão com o referencial teórico, fazendo assim uma comparação entre as respostas e as literaturas. Ademais, foi utilizado o Excel como ferramenta de suporte.

#### 4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção aborda o perfil e o contexto do empreendedorismo feminino em Cuiabá e a influência direta e indireta da formação acadêmica nos empreendimentos. Além disso, será apresentado as principais barreiras e desafios enfrentados pelas empreendedoras e, por fim, um diagnóstico sobre a relação entre formação e empreendedorismo com as implicações para a capital matogrossense.

##### 2.1 Perfil e contexto do empreendedorismo feminino em Cuiabá

A análise do perfil revela que a amostra está concentrada nas faixas etárias de 25 a 34 anos (35,6%) e 65 anos ou mais (23,3%), somando 58,9% das respondentes. Em relação ao estado civil, o grupo de casadas (49,3%) supera ligeiramente o de solteiras (42,5%). Essas informações são significativas, pois é marcado por um período da vida de mulheres que estão tanto no desenvolvimento de suas carreiras quanto na fase de constituição familiar. A Tabela 1 detalha todos os dados.

O perfil empreendedor demonstra que a maioria das participantes já é empreendedora (65,8%) ou já empreendem e buscam expandir/innovar (20,5%), totalizando 86,3% com negócios ativos. Os setores de atuação predominantes são Serviços (50,8%) e Comércio (47,6%). Dentro da categoria serviços a área de estética e beleza correspondente a 7,9%,

apresentando uma tendência em atividades associadas ao público feminino e cuidado pessoal. Além disso, no setor de comércio observa-se maior concentração nos ramos de alimentação (12,7%) e vestuário (6,3%), segmentos que apresentam alta demanda e baixo custo inicial de investimento.

**Tabela 1:** Perfil sociodemográfico e empreendedor

<b>Idade</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Estado Civil</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
18-24 anos	17	23,3%	Casada	<b>36</b>	<b>49,3%</b>
25-34 anos	<b>26</b>	<b>35,6%</b>	Solteira	31	42,5%
35-44 anos	12	16,4%	Divorciada	2	2,7%
45-54 anos	14	17,8%	União Estável	4	5,5%
55-64 anos	5	6,8%			
<b>Filhos</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Status do Ensino Superior</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Sim	35	47,9%	Sim, concluí o ensino superior	<b>56</b>	<b>76,7%</b>
Não	<b>38</b>	<b>52,1%</b>	Sim, estou cursando o ensino superior	17	23,3%
<b>Grau de instrução</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Modalidade do Curso</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Ensino Superior Incompleto	16	21,9%	Educação à distância – EAD	2	2,7%
Ensino Superior Completo (Graduação)	<b>32</b>	<b>43,8%</b>	Presencial	<b>70</b>	<b>95,9%</b>
Mestrado e Doutorado	3	4,1%	Semi presencial	1	1,4%
Pós-Graduação (Especialização/MBA)	22	30,1%			
<b>Área do Curso</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Instituição do Curso</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Ciências Humanas e Sociais	28	38,4%	Privada	<b>46</b>	<b>63%</b>
Ciências Exatas e Tecnológicas	12	16,4%	Pública	27	37%
Ciências Biológicas e da Saúde	9	12,3%	<b>Status Empreendedor</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Ciências Agrárias	1	1,4%	Já sou empreendedora	<b>48</b>	<b>65,8%</b>
Ciências Sociais Aplicadas	<b>31</b>	<b>42,5%</b>	Tenho interesse em empreender	10	13,7%
			Ambos (Já é e quer expandir)	15	20,5%
<b>Tempo de atuação como empreendedora</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Sector de atuação do empreendimento</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Menos de 1 ano	4	6,3%	Serviços	<b>32</b>	<b>50,8%</b>
1 a menos de 3 anos	14	22,2%	Comércio	30	47,6%
3 a menos de 5 anos	<b>24</b>	<b>38,1%</b>	Outro (não identificado)	1	1,6%
5 anos ou mais	21	33,3%			

**Fonte:** Resultado da Pesquisa (2025).

Essas informações são cruciais, pois reflete a alta participação feminina em áreas de microempreendimentos, já que exigem menor capital inicial e oferecendo maior flexibilidade de tempo. Além disso, percebe-se uma predominância de mulheres que já possuem um negócio



(86,3%) em relação àquelas que ainda pretendem abrir (13,7%), mostrando uma consolidação da presença feminina no empreendedorismo. Esses dados mostram o impacto social no contexto regional, quebrando paradigmas de que o empreendedorismo era exclusivamente conduzido por homens, conforme abordam Santos e Ferreira (2021) e Lima e Gomes Filho (2019).

Em relação à atuação das 86,3% mulheres já empreendedoras, 33,3% atuam há 5 anos ou mais e 38,1% entre 3 e 5 anos. Isso significa que há empreendimentos bem estabelecidos na cidade de Cuiabá, apresentando uma discrepância na pesquisa da GEM (2024) e de Brito (2025). Segundo essas fontes, a maioria das mulheres empreendedoras atua nas fases iniciais dos negócios (44,3%), enquanto os empreendimentos com mais de 3,5 anos de atuação no mercado são geridos por homens (53,2%). Portanto, este estudo apresenta uma perspectiva diferente, ao mostrar aumento de mulheres atuantes por mais tempo no mercado do que somente na fase inicial.

No que tange ao perfil acadêmico, observa-se que a maior parte já concluiu o ensino superior (76,7%), sendo que 43,8% possuem Ensino Superior Completo e 30,1% têm Pós-graduação. Dessa forma, apresenta uma base sólida da influência do ensino superior na iniciativa empreendedora dessas mulheres, principalmente, em que há uma maior tendência em níveis de escolaridade mais elevadas que os homens (Cardoso e Souza, 2022). Além disso, pode-se compor uma relação com a estabilidade de atuação no mercado, revelando o diferencial em decisões estratégicas (Oliveira et al, 2022).

A preferência pela formação em IES na modalidade presencial (95,9%) sugere uma busca por instituições e experiências tradicionais de ensino. Já as áreas de conhecimento mais representadas são Ciências Sociais Aplicadas (42,5%) e Ciências Humanas e Sociais (38,4%). Assim, levando em consideração uma maior porcentagem em Ciências Sociais Aplicadas mostra-se um investimento em cursos de gestão empresarial. Conforme Ribeiro et al (2014), Souza et al (2025) e Moraes et al (2024), essa tendência evidencia tanto o impacto da formação acadêmica no desempenho dos negócios quanto o crescimento feminino no meio acadêmico, que tem sido utilizado como oportunidade e estratégia de desenvolvimento profissional. Dessa forma, observa-se, juntamente com a pesquisa uma conexão entre o grau de instrução, a decisão empreendedora e tempo de atuação no mercado.

O perfil das mulheres empreendedoras em Cuiabá revela uma atuação já estabelecida no mercado e com formação acadêmica já concluída, principalmente em áreas de Ciências Sociais Aplicadas, como Administração. Assim, a amostra apresenta que a duração e sucesso dos empreendimentos confirmam o papel crucial da educação nessa trajetória e na superação dos

desafios com estratégias. Assim, o próximo tópico se dedicará a analisar, através das respostas das participantes, os fatores motivacionais para essa iniciativa.

## 2.2 Fatores e aspectos relativos á formação acadêmica na iniciativa de empreendedoras

Para compreender de forma mais aprofundada a relação entre a formação acadêmica e a decisão das mulheres empreender, foram elaboradas três perguntas, sendo uma delas no formato de escala Likert de 1 a 5, em que 1 representa nenhuma influência e 5 influência total do ensino superior sobre a iniciativa empreendedora, possibilitando assim mensurar o grau de impacto percebido pelas participantes em relação á sua trajetória educacional e o despertar da intenção empreendedora. As demais perguntas analisam os fatores e aspectos do ensino superior considerados mais relevantes para o desenvolvimento da capacidade empreendedora. A partir das respostas apresentadas, foi possível identificar as motivações predominante e compreender de que maneira o ambiente acadêmico contribui para o fortalecimento das mulheres no contexto do empreendedorismo em Cuiabá.

Entre as 73 mulheres participantes da pesquisa, o fator flexibilidade de horários/conciliação vida pessoal e profissional apresentou o maior percentual de respostas, com (63%), em seguida, destacou a busca por independência financeiras com (52,1%) e em terceiro lugar a realização pessoal/expressar ideias e valores, com (45,2%). Na Tabela 2, é possível visualizar a distribuição desses resultados, vale destacar que as duas primeiras perguntas permitiam que as participantes marcassem até três opções, por esse motivo a soma dos percentuais ultrapassa 100%. Sendo assim, os resultados refletem a frequência com quem cada fator foi mencionado, e não uma divisão exclusiva entre elas.

Estes resultados evidenciam que os fatores motivacionais mais relevantes estão fortemente relacionados à autonomia e ao equilíbrio entre as diferentes esferas da vida, aspectos que vão além do simples retorno financeiro. Conforme destacam Prazeres et al (2016) e Santos e Ferreira (2021), as motivações femininas para o empreendedorismo transcendem o aspecto econômico, abrangendo também a busca por autonomia, satisfação e autorrealização. Dessa forma, os dados da pesquisa confirmam a importância desses elementos na decisão das mulheres em empreender.

No que se refere, aos aspectos do ensino superior que mais contribuíram para o desenvolvimento da intenção e da capacidade empreendedora, destacaram-se o estímulo à inovação e criatividade, (46,6%) os conhecimentos técnicos e teóricos da área de estudo,

(45,2%) e o fortalecimento da autoconfiança, (27,4%). Os dados expostos demonstram que a influência do ensino superior vai além da transmissão de conteúdos teóricos, sendo percebido como um espaço de experimentação e fortalecimento de competências pessoais, o que está em consonância com os estudos de Cardoso e Souza (2022); Gazoti e Guazzelli (2024) e Lima et al. (2016), no qual afirmam que a universidade tem papel central na formação da mentalidade empreendedora, ao desenvolver não apenas o conhecimento técnico, mas também as habilidades sociais e emocionais necessárias para liderar um negócio.

**Tabela 2:** Fatores e aspectos relativos ao ensino superior na decisão de empreender

Fatores para decidir cursar o ensino superior	Nº	%	Aspectos do ensino superior importantes para a empreender	Nº	%
Flexibilidade de horários / Conciliação vida pessoal e profissional	46	63%	Estímulo à inovação e criatividade	34	46,6%
Busca por independência financeira	38	52,1%	Conhecimentos técnicos e teóricos da área de estudo	33	45,2%
Realização pessoal / Expressar ideias e valores	33	45,2%	Fortalecimento da autoconfiança	20	27,4%
Fazer a diferença no mundo / Impacto social	19	26%	Oportunidades de networking (conexão com outros profissionais e empreendedores)	18	24,7%
Identificação de uma oportunidade de mercado	15	20,5%	Preparação para enfrentar incertezas e desafios do mercado	16	21,9%
Influência familiar	10	13,7%	Desenvolvimento de habilidades práticas	14	19,2%
Renda extra	10	13,7%	Desenvolvimento de autonomia e protagonismo	14	19,2%
Necessidade	7	9,6%	Incentivo à educação empreendedora (disciplinas, palestras, eventos)	12	16,4%
			Nenhuma das opções	7	9,6%
<b>Item</b>	<b>MED</b>	<b>MD</b>	<b>MO</b>	<b>DP</b>	<b>CV</b>
Influência do ensino superior na decisão de iniciar um empreendimento	3,26	5	4	1,60	49,08%

**Legenda:** MED (Média), MD (Mediana), MO (Moda), DP (Desvio Padrão), CV (Coeficiente de Variação)

**Fonte:** Resultado da Pesquisa (2025).

Quanto à influência do ensino superior na decisão de iniciar um empreendimento, observa-se que a média atribuída foi de 3,26, entre uma escala de 1 a 5, indicando que o ensino superior exerce influência moderada na decisão de empreender. No entanto, a mediana atingiu

pontuação máxima (5) e a moda foi alta, com pontuação 4, mostrando que uma boa parte das participantes atribuiu uma nota alta sobre a influência do ensino superior, ou seja, o grupo está cada vez mais percebendo que o ensino superior é uma iniciativa importante para empreender, mesmo que algumas respostas tenham reduzido a média da pesquisa. O desvio padrão (1,60), corroborado pelo alto coeficiente de variação (CV 49,08%), indicam que há variação nas experiências sugerindo que o impacto do ensino superior não é muito similar, porém, algumas mulheres sentiram o ensino com fator decisivo.

Esse resultado confirma o que os autores Rocha e Freitas (2014) e Almeida et.al (2019) relatam sobre o quanto o ensino superior contribui para a formação da mentalidade empreendedora, especialmente as vivências práticas e uso de metodologias ativas no ambiente acadêmico, favorecendo o desenvolvimento de competências empreendedoras como inovação, autonomia e capacidade de resolução de problemas. Logo, os resultados evidenciam que o ensino superior exerce um papel significativo na formação de uma mentalidade empreendedora entres os estudantes.

Dessa forma, a análise dos dados empíricos permite constatar que o ensino superior tem papel decisivo na consolidação da intenção empreendedora feminina em Cuiabá, ao proporcionar um ambiente favorável à inovação, ao aprendizado prático e o desenvolvimento de habilidades práticas e o fortalecimento da autonomia, e não se trata apenas da transmissão de conteúdos técnicos, mas da criação de um espaço de experimentação, reflexão e construção de confiança, elementos essenciais para que as mulheres se reconheçam capazes de empreender e liderar seus próprios projetos.

### **2.3 Desafios e oportunidades no empreendedorismo feminino**

Este tópico será abordado sobre os desafios, oportunidades e estratégias no empreendedorismo feminino. A presença da mulher empreendedora vem crescendo no mercado e com isso o objetivo é analisar as principais barreiras enfrentadas, identificar as oportunidades e mostrar as estratégias mais eficazes (Campos, 2025). Assim, busca-se apresentar os aspectos que impactam no caminho empreendedor feminino e as estratégias adotadas por essas empreendedoras. Para tanto, foram elaboradas assertivas relacionadas a esses temas utilizando uma escala Likert de 1 a 7 presentes nas Tabelas 3 e 4, sendo 1 para discordo totalmente, 2 para discordo, 3 para discordo parcialmente, 4 para neutro, 5 para concordo parcialmente, 6 para concordo e 7 para concordo totalmente.

Na Tabela 3, pode observar que nenhuma das variáveis apresentou uma média superior a 4,7, ou seja, os valores que mostram impactos e desafios não são muito expressivos. Por outro lado, destaca-se que todas as variáveis apresentam alta dispersão nas respostas com um coeficiente de variação acima de 45%. Esse comportamento estatístico indica uma forte divergência nas percepções das respondentes, evidenciando que as experiências relacionadas aos desafios do empreendedorismo feminino variam consideravelmente dentro da amostra analisada.

**Tabela 3: Impacto das barreiras/desafios no empreendedorismo feminino em Cuiabá**

Itens	MED	MD	MO	DP	CV
Preconceito de gênero / Tratamento diferente por ser mulher	3,27	1	2	2,25	68,81%
Conservadorismo social / Visão da mulher apenas no ambiente doméstico	3,13	1	2	2,25	72,04%
Sobrecarga de papéis (dupla jornada de trabalho, responsabilidades domésticas e familiares)	4,70	7	5	2,23	47,31%
Acesso restrito a crédito e empréstimos bancários	3,22	1	3	1,99	61,68%
Falta de planejamento e baixo capital inicial	3,82	3	4	2,07	54,23%
Estresse e insegurança / Problemas de ordem psicológica	4,24	7	4	2,30	54,40%
Falta de autoconfiança	3,81	1	3	2,33	61,21%

Legenda: MED (Média), MD (Mediana), MO (Moda), DP (Desvio Padrão), CV (Coeficiente de Variação)

Fonte: Resultado da Pesquisa (2025).

Os dados da Tabela 3 mostram que o maior desafio enfrentado pelas empreendedoras de Cuiabá é a sobrecarga de papéis (dupla jornada trabalho e responsabilidades domésticas e familiares), alcançando a média (4,70) e moda (5) mais altas, além da pontuação máxima na mediada (7) e o coeficiente de variação mais baixo (CV 47,31%) mostrando uma menor dispersão nas respostas. Essa informação é crucial ao apresentar o desafio familiar e social destacando sobre a sobrecarga e o conflito de papéis como barreiras. Dessa forma, a dupla jornada mostra a dificuldade de conciliação durante o dia a dia da mulher (Campos, 2025; Souza et al, 2025; Cardoso e Souza, 2022).

Em seguida, o impacto dos desafios de emocionais é considerado, sendo que o estresse e insegurança/problemas de ordem psicológica é o segundo item com maior média (4,24). Já a mediana com a pontuação máxima (7), indica que boa parte das respondentes classificou esse desafio com altamente relevante, isso revela que grande parte das participantes vivenciam

níveis elevados de pressão emocional no processo empreendedor. Esses dados articulados com a literatura sobre a saúde mental apontam que fatores como sobrecarga de papéis, pressão por reconhecimento, desvalorização profissional, baixo valor de capital e outros fatores geram frustração, medo e ansiedade (Silva e Oliveira, 2023; Oliveira et al, 2022).

Por outro lado, a variável falta de planejamento e baixo capital inicial (média = 3,82) é vista como um obstáculo de baixo impacto, assim, isso é caracterizado pelo fato de estar próximo do ponto neutro da escala. A mediana igual a 3 sugere que para metade das participantes a percepção é de que o impacto desse fator é moderado ou baixo. No entanto, há aquelas que reconhecem as dificuldades financeiras e estruturais como barreiras que precisam ser superadas.

Destaca-se ainda com valores mais baixos, as variáveis “conservadorismo social/visão da mulher apenas no ambiente doméstico” com média 3,13, mediana 1 e a moda 2, e “acesso restrito ao crédito e empréstimos bancários” (média = 3,22, mediana = 1 e moda =3). Isso mostra que embora tais barreiras existam elas foram consideradas pela amostra geral como de menor impacto, a mediana 1 para as ambas indica que metade das respondentes afirmou discordar da presença forte desses obstáculos, e a moda com pontuação baixa reforça esse entendimento. Ambas apresentam um coeficiente de variação alto, sendo 72,04% e 61,68% respectivamente, indicando alta dispersão nas respostas e a falta de convergência na opinião das participantes.

Em contrapartida dos desafios mencionados anteriormente, também foi coletado dados sobre fatores que fortalecem o trajeto das empreendedoras de Cuiabá. Posto isso, na Tabela 4 são apresentados as principais oportunidades e estratégias utilizadas pelas mulheres para superarem as barreiras enfrentadas, assim, fortalecendo o empreendedorismo feminino.

**Tabela 4: Oportunidades e estratégias que fortalecem o empreendedorismo feminino**

**Legenda: MED (Média), MD (Mediana, MO (Moda), DP (Desvio Padrão), CV (Coeficiente de Variação)**

Itens	MED	MD	MO	DP	CV
Rede de apoio	5,49	7	7	2,10	38,21%
Competência empreendedoras	5,58	7	7	1,82	32,60%
Planejamento e organização para conciliar múltiplos papéis	5,67	7	7	1,77	31,25%
Investimento contínuo em educação e capacitação	5,59	7	7	1,74	31,06%
Políticas públicas e privadas de incentivo	4,66	7	5	2,15	46,14%

Visibilidade de histórias de sucesso de mulheres empreendedoras	5,27	7	6	1,89	35,93%
---	------	---	---	------	--------

Fonte: Resultado da Pesquisa (2025).

Na Tabela 4, observa-se que as médias foram relativamente altas, com valores acima de 5 em quase todas as variáveis. Além disso, todas apresentaram mediana igual a 7, e falta frequência (moda). Ressalta-se também que os coeficientes de variação foram elevados, variando entre 31% e 46%, o que evidencia uma dispersão nas respostas, ou seja, as opiniões das empreendedoras não são homogêneas.

Assim, o fator planejamento e organização com média 5,67, mediana 7 e moda 7 indicam que a maior parte das participantes considera essa variável altamente relevante para o cotidiano empresarial. Esse resultado se relaciona diretamente ao desafio da sobrecarga de papéis apresentado na Tabela 3 (média =4,70), uma vez que a dupla jornada envolve responsabilidades profissionais, domésticas e familiares o que exige da mulher uma rotina mais estruturada e previsível, assim esses dados confirma a estratégia como forma de conciliação de múltiplos papéis e relatando a procura por uma divisão pessoal e empresarial planejada e organizada (Santos e Ferreira, 2021; Campos 2025). Junto a isso, observa-se que há uma incidência sobre as competências empreendedoras (média = 5,58, mediana = 7 e moda = 7), evidenciando a relação entre esses dois fatores ao mostrar que mulheres tendem a ter a tática profissional essencial para gerenciar seus negócios com responsabilidade e sustentabilidade (Souza et al, 2025; Lucas e Ancelmo, 2022).

Além disso, as redes de apoio (média = 5,49, mediana = 7 e moda = 7) e a visibilidade de histórias de sucesso (média = 5,27, mediana = 7 e moda = 6) também obtiveram valores altos, mostrando assim a sua importância. Com isso, pode-se observar o papel fundamental do suporte familiar e da participação de eventos para networking encorajando as iniciativas e mudanças do padrão da sociedade (Campos, 2025; Castro et al, 2019; Souza et al, 2025; Rocha e Reis, 2024).

O aprendizado é utilizado como estratégia pelas empreendedoras, observa-se isso ao analisar os valores relacionados ao investimento em educação/capacitação (média = 5,59, moda =7) da Tabela 4. Destaca-se que as mulheres tendem a apresentar maior escolaridade e consideram a capacitação um diferencial importante, como abordam Cardoso e Souza (2022). Essa informação, somada ao fato de que 94,5% das mulheres (Tabela 5) afirmaram que buscaram, buscam ou buscarão capacitação para desenvolver habilidade, ou seja, a educação está ligada a ideia de que o conhecimento adequado fortalece o negócio. Dessa forma, vê-se

uma proatividade na busca por desenvolvimento se relacionando a ideia da autonomia e independência financeira como fatores motivacionais, conforme a Tabela 2 (Santos e Ferreira, 2021).

**Tabela 5: Busca por capacitação ou cursos extras para desenvolvimento de habilidades**

Itens	Nº	%
Sim, já busquei e concluí	35	47,9 %
Sim, estou buscando	21	28,8 %
Sim, pretendo buscar no futuro	13	17,8 %
Não, não busquei nem pretendo	4	5,5 %

Fonte: Resultado da Pesquisa (2025).

Na Tabela 6 mostra a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social de Cuiabá, sendo avaliada por meio de uma escala Likert, em cinco pontos: 1- nada importante, 2- pouco importante, 3- neutro, 4- muito importante e 5- extremamente importante. O resultado mostra que percepção das entrevistadas quanto a esse aspecto é muito alta (média = 4,82, mediana = 5 e moda = 5), mostrando que o empreendedorismo feminino tem um papel indispensável no crescimento socioeconômico, na vida de mulheres e na quebra de padrões (Rocha e Reis, 2024; Souza et al, 2025; Santos et al, 2024). O fortalecimento desse cenário é visto na capital mato-grossossense por iniciativas como o programa Sebrae Delas que auxilia mulheres em sua jornada empreendedora e segue pilares de desenvolvimento pessoal (EU), empresarial (MEU) e de rede (NÓS) (SEBRAE/MT, 2025).

**Tabela 6: Importância do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento econômico e social de Cuiabá**

Itens	MED	MD	MO	DP	CV
Percepção sobre a importância do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento econômico e social de Cuiabá	4,82	5	5	0,45	9,37 %

Fonte: Resultado da Pesquisa (2025).

Em síntese, o empreendedorismo feminino em Cuiabá é marcado por diversos desafios, porém as mulheres têm enfrentado essas barreiras por meio de planejamento, de organização e do investimento em formação superior. Além disso, a relevância do reconhecimento social e do impacto socioeconômico evidencia que empreender vai além de abrir um negócio. Trata-se

também de um movimento de redefinir a posição da mulher na sociedade, fortalecendo sua autonomia e ampliando sua participação no desenvolvimento local.

## 5 CONCLUSÕES

O estudo teve como objetivo geral analisar a influência do ensino superior sobre a intenção empreendedora de mulheres no município de Cuiabá, orientado pela pergunta-problema: “De que maneira o ensino superior influencia a decisão de mulheres iniciar no empreendedorismo no município de Cuiabá?”. Já os objetivos específicos buscavam identificar o perfil empreendedor, sociodemográfico e o setor de atuação das mulheres; examinar os fatores e aspectos relacionados ao ensino superior que exercem influência e motivação para a abertura de um empreendimento; e investigar os principais desafios enfrentados por empreendedoras com formação superior.

Com base nos dados coletados da pesquisa aplicada, os objetivos foram alcançados com resultados que demonstram que o ensino superior exerce influência moderada, porém significativa e importante na decisão de empreender. Embora a média geral de influência tenha sido 3,26, a mediana máxima (5) e a moda elevada (4), revelam que grande parte das mulheres percebe o ensino superior como um fator relevante nessa trajetória. Essa relevância é vista por meio do estímulo à inovação e criatividade, aquisição de conhecimentos técnicos e o fortalecimento da autoconfiança. Observa-se que a maioria dessas mulheres possui um tempo de atuação à frente de negócios acima a três anos, mostrando que obter ensino superior pode influenciar positivamente na questão de abertura de um negócio, ultrapassando as fases iniciais.

Os resultados permitiram identificar outros pontos importantes sobre o cenário do empreendedorismo feminino em Cuiabá: predominância de mulheres com nível superior concluído, e atuando nos setores de Serviços e Comércio, principalmente em estética/beleza, alimentação e vestuário, segmentos caracterizados por menor barreira de entrada. Ademais, é notado que o ensino superior é usado como elemento de fortalecimento e estratégia fortalecedora através do estímulo à inovação e criatividade, conhecimentos técnicos e teóricos e fortalecimento da autoconfiança que as instituições proporcionam.

Observou-se que as motivações predominantes para empreender foram a flexibilidade e conciliação da vida pessoal/profissional, independência financeira e a realização pessoal/expressão de valores, comprovando que é impulsionado não apenas por necessidade econômica, mas também por valores pessoais. No entanto, também foram encontrados desafios persistentes, sobretudo sociais e emocionais, como a sobrecarga de papéis das mulheres, com



atividades domésticas, cuidado familiar, e funções laborais.

A pesquisa contribuiu ao evidenciar a relação entre ensino superior e empreendedorismo feminino em Cuiabá, tema ainda pouco explorado na literatura. Assim, isso evidencia que mulheres com maior escolaridade tendem a apresentar maior estabilidade nos negócios e a compreensão do impacto socioeconômico do empreendedorismo feminino, já que as 73 participantes reconheceram sua importância para o desenvolvimento regional (média = 4,82). Conclui-se que o ensino superior contribui para o desenvolvimento empreendedor, embora não seja o único fator determinante. É observado que a modalidade de ensino superior em Ciências Sociais Aplicadas é a mais expressiva, isso ressalta o investimento dessas mulheres em cursos de gestão empresarial. Além disso, a grande maioria busca capacitação contínua, refletindo como diferencial importante e o interesse em desenvolver habilidades empreendedoras.

As limitações do estudo são a concentração exclusiva em mulheres residentes em Cuiabá, sem incluir comparações com outras cidades ou regiões e focar apenas em empreendedoras com ensino superior, excluindo mulheres sem escolaridade formal avançada. Diante disso, recomenda-se que as futuras pesquisas apliquem amostras entre diferentes cidades do estado de Mato Grosso e incluam mulheres sem ensino superior ampliando a representatividade dos resultados para compreender diferenças regionais e dos perfis educacionais no empreendedorismo feminino. Além disso, é viável realizar uma pesquisa que analise o impacto do curso de administração, a fim de entender a influência sobre um grupo focal.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, L. R. S.; CORDEIRO, E. P. B.; SILVA, J. A. G. Proposições acerca do ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino superior brasileiras: Uma revisão bibliográfica. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 109-122, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2018V20n52p109/pdf>. Acesso em: 12/07/2025
- AMORIM, R. O. BATISTA, L.E. **Empreendedorismo Feminino: Razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em: [http://www.uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](http://www.uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf) Acesso em: 10/07/2025
- BOLSON, S. B.; OLIVEIRA, L. M. P; VALE, M. P. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 02, p. 84-102, 2018. Disponível em: <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/176/250>. Acesso em: 08/07/2025
- BRITO, C. Quem é o empreendedor no Brasil? Veja perfil. **Pequenas empresas e grandes negócios**, 2025. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/empreendedorismo/noticia/2025/05/quem-e-o-empreendedor-no-brasil-veja-perfil.ghtml>. Acesso em: 25/06/2025
- CAMPOS, A.C.V. Desafios Invisíveis: As barreiras para o equilíbrio entre família e negócios no empreendedorismo feminino. **Revista Imersão: Capim Grosso - BA**, v. 1, n. 8, 2025. Disponível em: <https://www.fcgba.com.br/revista/index.php/1/article/view/104/76> Acesso em: 12/07/2025
- CARDOSO, M. S. G.; SOUZA, I. G. L. Dificuldades que as mulheres enfrentam ao empreender: O papel das competências empreendedoras e da resiliência humana na superação dessas barreiras. **Revista Gestão em Análise**, v. 11, n. 2, p. 77-92, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/4044>. Acesso em: 10/07/2025
- CASTRO, J.C.S.; BRAZ, A.F.; FREITAS, D. M. DM Empreendedorismo feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-MG. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 8, n. 8, p. 515-542, 2019. Disponível em: <https://fatece.edu.br/revista-empreendedorismo-volume-8>. Acesso em: 08/07/2025
- FONSECA, F.; NASSIF, M. E.; Informação e empreendedorismo: estudos de caso com acadêmicos brasileiros e canadenses. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 27, n. 4, p. 167-195, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/Y5BTW4Gf4NkTPNR54SNHhgQ/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 26/06/2025.
- GAZOTI, L. A.; GUAZZELLI, D. C, H, R.; Criatividade, inovação e empreendedorismo na formação acadêmica com aprendizagem baseada em projetos integrada ao STEAM. **Dialogia**, n. 50, p. 1-14, 2024. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/dialogia/article/view/27614>



. Acesso em: 26/06/2025.

GOMES, T.; Censo 2022: nível de instrução das mulheres supera o dos homens, CNN Brasil 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/educacao/censo-2022-nivel-de-instrucao-das-mulheres-supera-o-dos-homens/>. Acesso em: 30/06/2025.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo. Atlas, 2002. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 22/07/2025.

GIL, A. C. **Métodos de técnica de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo. Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf> Acesso em: 02/08/2025

HAIR, J. F.; BLACK, W.C.; BABIN, B.J.; ANDERSON, R, E.; TATHAM, R.L.; **Análise multivariada de dados**. Bookman editora, 6 ed, 2009. Disponível em: [https://ia903108.us.archive.org/33/items/kupdf.net\\_hair-j-f-anaacutelise-multivariada-de-dados-6ordf-ediccedilatildeopdf/kupdf.net\\_hair-j-f-anaacutelise-multivariada-de-dados-6ordf-ediccedilatildeopdf.pdf](https://ia903108.us.archive.org/33/items/kupdf.net_hair-j-f-anaacutelise-multivariada-de-dados-6ordf-ediccedilatildeopdf/kupdf.net_hair-j-f-anaacutelise-multivariada-de-dados-6ordf-ediccedilatildeopdf.pdf). Acesso em: 22/07/2025.

JANSEN, R. **Triplica número de pessoas com nível superior no Brasil; entenda o cenário**. CNN Brasil, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/educacao/triplica-numero-de-pessoas-com-nivel-superior-no-brasil-entenda-o-cenario/> . Acesso em: 26/06/2025.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. Ed. São Paulo. Atlas, 2017. Disponível em: [https://ia804601.us.archive.org/7/items/Fundamentos\\_de\\_metodologia\\_cientfica\\_8\\_ed\\_-www.meulivro.biz/Fundamentos\\_de\\_metodologia\\_cientfica\\_8\\_ed\\_-www.meulivro.biz.pdf](https://ia804601.us.archive.org/7/items/Fundamentos_de_metodologia_cientfica_8_ed_-www.meulivro.biz/Fundamentos_de_metodologia_cientfica_8_ed_-www.meulivro.biz.pdf) Acesso em: 22/07/2025.

LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6. Ed. São Paulo. Atlas. 2001.

LIMA, N. P. O.; FILHO, A. S. G. Mulheres Empreendedoras No Brasil: Um Estudo Bibliográfico. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, v.13, n. 48, p. 821-830, 2019. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/2208/3490> . Acesso em: 24/06/2025.

LIMA, J. M.; CORRÊA, R. O.; CHAGAS, D. A.; OLIVEIRA, T. S.; CARVALHO, G. D. G. Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino. **Revista tecnologia e sociedade**, Curitiba, v. 17, n. 48. P. 251-266, 2021. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/13462>. Acesso em: 08/07/2025

LIMA, S. H. O.; CEGILA, D. REBOUÇAS, S. M. D. P.; TEIXEIRA, A. A. C. Modelagem de intenção empreendedora de estudantes universitários usando equações estruturais. **Revista Pretexto**, v. 17, n. 2, p. 42-65, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5619794>. Acesso em: 08/07/2025

LUCAS, C. S.; ANCELMO, L.A. Os desafios do empreendedorismo feminino. **Research Society and Development**, v. 11, n. 17, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/38299/32118>. Acesso em: 08/07/2025

MDICS; MEMEPP. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços; Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Panorama do empreendedorismo feminino no brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreeudem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil>. Acesso em 26/06/2025.

MORAIS, M. O.; MEDEIROS, R. E.; FRANCO, E. G. Empreendedorismo feminino e inovação: Uma oportunidade de igualdade e desenvolvimento. **Research, Society and Development**, v. 13, n. 9, p. e9013946912-e9013946912, 2024. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/46912/37111>. Acesso em: 12/07/2025

OLIVEIRA, B. A.; PAIVA, V. V.; RAMOS, A. C. S. Empreendedorismo feminino: os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por empreendedoras no município de João Pessoa – PB. **Caderno de Gestão e Empreendedorismo**, v. 10, n.1 p. 30-47, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/55109/32912>. Acesso em: 10/07/2025

PEÑALOZA, V.; DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. A. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 151-167, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/jPD5ryMfM9xTj5m7tf4jRhg/?lang=pt>. Acesso em: 24/06/2025.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**, 2ª Edição. Editora Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf> Acesso em: 22/07/2025.

PRAZERES, L. G. N. S.; CASAS, S. F.; CASAS, J. L. S.; SILVA, P. K.; SIMÕES, L. S. Protagonismo feminino: um diagnóstico sobre ações empreendedoras no município de São Felipe-Bahia. **Revista Valores**, v.4, p. 492-508, 2019. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/387/289>. Acesso em: 08/07/2025.

RIBEIRO, R. L.; OLIVEIRA, E. A. A. Q.; ARAUJO, E. A. S. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3, 2014. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/1482/405>. Acesso em: 08/07/2025.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração contemporânea**, v. 18, n. 4, p. 465-486, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/RDg86kGXXNpFshX6spqYXDrG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 13/07/2025

ROCHA, M. A; REIS, L, E, M. O Empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e oportunidades no período de 2019 até 2024. **FACEF Pesquisa-Desenvolvimento e Gestão**, v. 27, n. 3, 2024. Disponível em: <http://periodicos.unifacem.com.br/facefpesquisa/article/view/2868/1985>. Acesso em:



13/07/2025

ROSA, S. S.; ORELLANA, V. S. Q.; MENEZES, G. R.; Determinantes do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Regiões. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, v. 14, n. 4, p. 690-713, 2020. Disponível em:

<https://revistaaber.org.br/rberu/article/view/643/333> . Acesso em: 24/06/2025

SANTOS, L. G. S.; FONTE, T. M.; SANTANA, E. L. Empreendedorismo Feminino Em Boca Do Acre-Am: Transformando Oportunidade Em Sucesso. **Revista Acadêmica Online**, v. 10, n. 51, p. 1-20, 2024. Disponível em:

<https://revistaacademicaonline.com/index.php/rao/article/view/154>. Acesso em: 08/07/2025.

SANTOS, R.S. FERREIRA, R. S. Os fatores condicionantes para o empreendedorismo feminino local: um olhar para o empreendimento em são José do Belmonte-PE. **Caderno de Gestão e Empreendedorismo**, v. 9, n. 1, 2021. Disponível em:

<https://pdfs.semanticscholar.org/79f7/03bb6554afef828c2464aa5f7565992b41d5.pdf> . Acesso em: 07/07/2025.

SEBRAE EXPERIAN. **Empreendedorismo recorde**: Brasil criou mais de 4,3 milhões de novos negócios em 2024, revela Serasa Experian. Serasa Experian, 2025. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/indicadores/empreendedorismo-recorde-brasil-criou-mais-de-43-milhoes-de-novos-negocios-em-2024-revela-serasa-experian/> . Acesso em: 25/06/2025.

SEBRAE/MT. Eu crio meu futuro – Progama DELAS. Sebrae, 2025. Disponível em: <https://cloud.divulga.sebraemt.com.br/sebraedelas>. Acesso em: 13/11/2025.

SEBRAE. **Perfil dos empreendedores brasileiros**. Agência Sebrae de Notícias, 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/perfil-dos-empreendedores-brasileiros/>. Acesso em: 26/06/2025.

SILVA, M. S.; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. W. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016. Disponível em:

<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370>. Acesso em: 07/07/2025.

SILVA, M. S; OLIVEIRA, C. M. M. Empreendedorismo Feminino No Brasil E As Características Comportamentais Empreendedoras: Uma Breve Revisão De Literatura. **Revista Foco Interdisciplinary Studies**. v.16, n. 10-125, 2023. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3389/2270> . Acesso em: 24/06/2025.

SOUZA, C. J.; JESUS, Q. S. L.; BATISTA. V. C.; ZUQUI, V. Empreendedorismo feminino no Brasil: Principais desafios enfrentados e perspectivas de crescimento. **Revista Foco**, v. 18 p. 3-049, 2025. Disponível em:

<https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/7813/5646>. Acesso em: 08/07/2025.