

Graduação Pós-Graduação

Artigo completo Relato de prática Resumo expandido

EMPREENDEDORISMO FEMININO: características, motivações e competências que fundamentam o sucesso das mulheres empreendedoras nos mais diversos setores da economia.

Fernanda Vitória da Silva Araujo
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
fernanda_araujo@ufms.br

Jenyffer Sandrine de Oliveira
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
sandrinejenyffer5@gmail.com

Lia Moretti e Silva
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
lia.silva@ufms.br

Amélia de Lorena Stanzani
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
amelia.stanzani@ufms.br

Alexandre Honig Gonçalves
Instituto Federal de Mato Grosso do Sul
alexandrehgongcalves@gmail.com

Jéssica Romagnoli Freire Campos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
jessica.rsf@hotmail.com

RESUMO

O empreendedorismo feminino no mercado, aborda a crescente participação da mulher no mundo dos negócios, impulsionada tanto pela necessidade quanto pela busca de oportunidade. No entanto, apesar dos avanços nos últimos anos, ainda existem inúmeros desafios que dificultam o acesso das mulheres ao mercado de forma equitativa. Tais obstáculos revelam desigualdades estruturais que precisam ser debatidas e combatidas para que haja um ambiente mais justo e inclusivo no mundo dos negócios. Diante desse cenário, o presente estudo busca compreender as principais motivações que impulsionam as mulheres a empreender, bem como identificar as características que marcam sua atuação nos mais diversos setores da economia. Para tanto, foi desenvolvido uma pesquisa exploratória descritiva por meio de entrevista

estruturada on-line com quarenta e oito empreendedoras de Nova Andradina/MS de diferentes segmentos econômicos. Dentre os resultados observados se destacam a sistematização das competências empreendedoras femininas mais frequentes; a compreensão das dinâmicas de motivação no empreendedorismo feminino a contribuição para a formulação de programas de apoio e formação para mulheres.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Comércio e Serviços

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O empreendedorismo feminino tem ganhado relevância nos últimos anos como um fator de desenvolvimento econômico e social. No Brasil, segundo Sebrae (2022), as mulheres já representam 57% da população empreendedora, totalizando 30 milhões de empreendedoras. No entanto, a inserção dessas mulheres no mercado é marcada por desafios históricos e estruturais relacionados à desigualdade de gênero, à dupla jornada de trabalho e ao acesso limitado a recursos e redes de apoio.

As motivações que levam as mulheres a empreender são diversas e refletem tanto aspectos pessoais quanto contextuais. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o empreendedorismo é frequentemente impulsionado pela busca de independência e pela necessidade de conciliar a vida profissional com as demandas familiares, realidade que se manifesta de forma marcante entre as mulheres. Muitas delas iniciam um negócio por necessidade, como forma de gerar renda e garantir a subsistência familiar, especialmente em contextos de vulnerabilidade social. Um exemplo comum são mulheres que, diante da dificuldade de inserção no mercado formal de trabalho, começam pequenos negócios no setor de alimentação ou beleza, aproveitando habilidades já desenvolvidas no cotidiano. Por outro lado, há também aquelas que empreendem movidas pela oportunidade, buscando independência, flexibilidade de horários ou mesmo a realização de um projeto de vida alinhado com seus valores e competências.

Entre as principais características que definem o perfil da mulher empreendedora destacam-se a resiliência, a criatividade, a capacidade de adaptação e a habilidade para conciliar múltiplas funções. Essas competências são frequentemente desenvolvidas e aprimoradas ao longo da trajetória empreendedora, especialmente diante dos desafios impostos pela sobrecarga de responsabilidades familiares e profissionais.

Estudar o empreendedorismo feminino é fundamental para compreender as estratégias que mulheres utilizam para se manterem e crescerem no mercado, muitas vezes enfrentando preconceitos de gênero, dupla jornada, menor acesso a capital e redes de apoio limitadas. A compreensão das motivações pessoais e das competências empreendedoras femininas permite não apenas fomentar políticas públicas mais eficazes, mas também fortalecer a atuação das mulheres nos negócios.

Diante desse contexto, o presente projeto orienta-se como problema de pesquisa: Quais são as principais características, motivações e competências que definem o perfil das mulheres empreendedoras brasileiras, e como elas influenciam a sobrevivência e o sucesso dos seus negócios?

Como objetivo principal: descrever as características e motivações das mulheres empreendedoras de Nova Andradina/MS, buscando compreender os fatores sociais, econômicos e pessoais que as levaram ao empreendedorismo. Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo pode ser entendido como “a capacidade de idealizar, coordenar e implementar negócios ou projetos que agreguem valor e inovação”. No caso das mulheres, esse processo pode ser impulsionado por questões que vão além da simples identificação de oportunidades de mercado. Especificamente: a) identificar os fatores motivacionais que impulsionam mulheres a empreender; b) mapear as competências empreendedoras mais comuns entre as mulheres entrevistadas; c) avaliar os desafios enfrentados por essas mulheres e suas estratégias de superação; d) compreender o impacto do gênero na construção da identidade empreendedora feminina.

2 DESENVOLVIMENTO

De acordo com Vergara (2005), delimitar a pesquisa significa estabelecer o recorte espacial e temporal do fenômeno a ser estudado, o que contribui para um foco mais preciso da investigação. A pesquisa foi realizada com mulheres empreendedoras que atuam em Nova Andradina/MS, abrangendo diferentes ramos como alimentação, estética, moda, entre outros.

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa exploratória descritiva, já que visa conhecer melhor a realidade das empreendedoras locais e levantar hipóteses sobre suas motivações e características. Conforme Vergara (2005), a pesquisa exploratória “é apropriada para proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

A coleta ocorreu no mês de junho de 2025, exclusivamente por meio digital. O principal instrumento utilizado foi um questionário *online*, com perguntas fechadas (objetivas) e abertas (dissertativas), elaborado e aplicado via *Google Forms*.

A amostra da pesquisa foi composta por 48 mulheres empreendedoras de diferentes segmentos econômicos da cidade de Nova Andradina/MS.

2.1 Análise de Dados

A pesquisa contou com a participação de 48 mulheres empreendedoras da cidade de Nova Andradina/MS. Considerando essa amostra e adotando um nível de confiança de 95%, a margem de erro estimada é de aproximadamente $\pm 14,1\%$. Essa margem representa a variação máxima esperada entre os dados obtidos na amostra e os resultados reais da população. Assim, ao interpretar os percentuais apresentados nos gráficos e tabelas, é importante considerar que os valores reais podem variar até 14,1 pontos percentuais para mais ou para menos. Isso confere maior precisão e confiabilidade às análises realizadas a partir da amostra coletada.

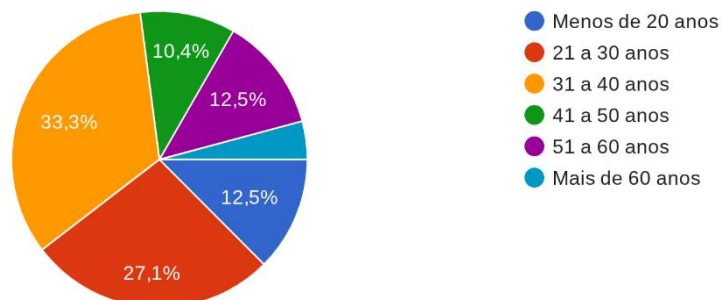
Com base nas respostas obtidas, identificou-se que a maioria das empreendedoras pertencem à faixa etária entre 21 a 30 anos, seguida pela faixa de 31 a 40 anos (gráfico 1). Tal distribuição etária sugere uma concentração de mulheres jovens adultas no campo do empreendedorismo, o que, segundo Silva (2020), pode estar relacionado ao aumento do acesso à informação e à busca por autonomia financeira desde cedo.

Quanto ao nível de escolaridade, verificou-se um predomínio de mulheres com ensino superior incompleto ou completo e pós-graduação (Gráfico 2). Esse dado está alinhado com as observações de Dornelas (2020), que afirma que o grau de instrução tende a influenciar positivamente na propensão ao empreendedorismo, uma vez que contribui para maior preparo técnico e estratégico das empreendedoras.

Gráfico 1: Idade das Empreendedoras

1. Idade:

48 respostas

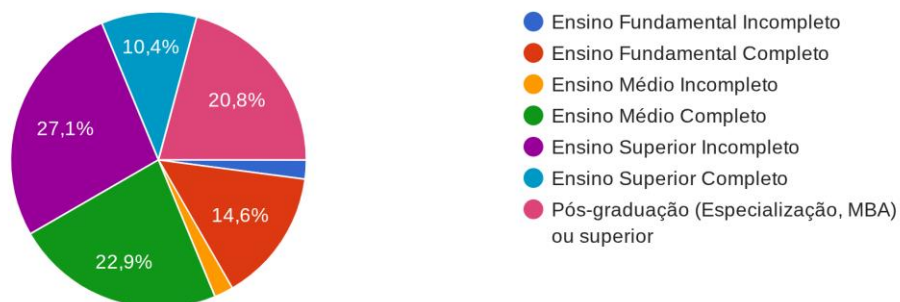


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 2: Nível de escolaridade das entrevistadas

2. Qual nível de escolaridade?

48 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores

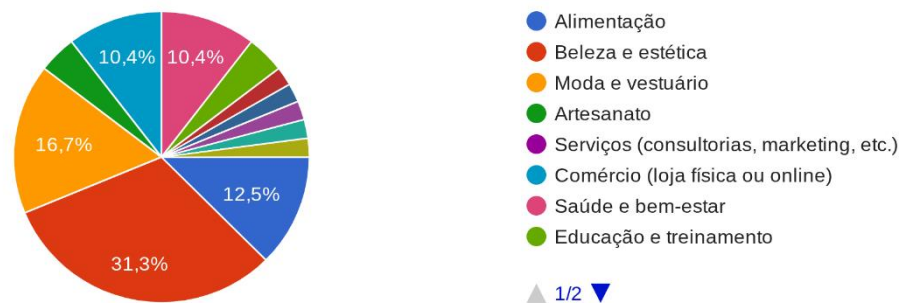
As áreas de atuação mais recorrentes foram: comércio (loja física ou *online*), beleza e estética, moda e vestuário, e saúde e bem-estar (Gráfico 3). Tais setores refletem tendências historicamente presentes no empreendedorismo feminino, muitas vezes associados a habilidades interpessoais e à gestão de serviços (SEBRAE, 2022). Isso demonstra como as mulheres utilizam competências pessoais para criar oportunidades de negócio em nichos

específicos.

Gráfico 3: Nível de escolaridade das entrevistadas

3. Área de atuação do seu negócio:

48 respostas



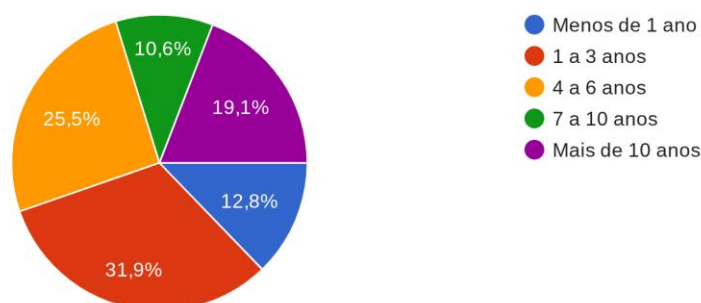
Fonte: Elaborado pelos autores

O tempo de atuação variou entre iniciantes (menos de 1 ano) e empreendedores experientes (mais de 10 anos) (Gráfico 4). A diversidade nos níveis de experiência indica um ambiente com diferentes estágios de maturidade empreendedora, o que permite compreender tanto os desafios do início quanto os obstáculos enfrentados na manutenção do negócio.

Gráfico 4: Tempo de Atuação como empreendedoras

4. Há quanto tempo você atua como empreendedora?

47 respostas



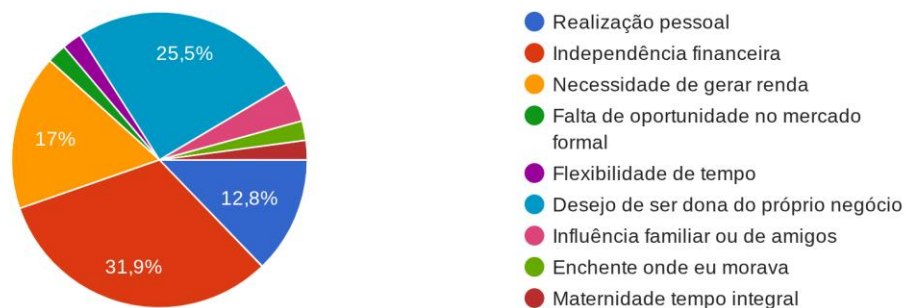
Fonte: Elaborado pelos autores

Em relação à motivação para empreender, destacaram-se razões como desejo de independência financeira, realização pessoal e ser dona do próprio negócio (gráfico 5). Esses elementos estão alinhados à literatura sobre empreendedorismo por oportunidade, no qual a decisão de empreender é pautada por um desejo de realização e autonomia (FILION, 2000).

Gráfico 5: Motivação para empreender

5.O que te motivou a abrir seu próprio negócio?

47 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores

A maioria das entrevistadas afirmou ter empreendido por oportunidade, enquanto outras indicaram que a motivação foi ambivalente, envolvendo também necessidade (Gráfico 6). De acordo com Sebrae (2022), essa distinção é importante, pois empreendedores por oportunidade tendem a apresentar maior sustentabilidade em seus negócios, enquanto aqueles que empreendem por necessidade enfrentam mais barreiras estruturais.

Ainda sobre a trajetória, a maior parte das participantes declarou que já possuía vontade prévia de empreender, embora uma parcela tenha ingressado nesse universo motivada pelas circunstâncias (Gráfico 7). Isso evidencia que o empreendedorismo feminino é impulsionado tanto por projetos de vida quanto por situações de vulnerabilidade ou falta de acesso ao mercado de trabalho formal (MATOS,2010).

Gráfico 6: Por que as entrevistadas migraram para o empreendedorismo

6. Sua decisão de empreender foi:

47 respostas

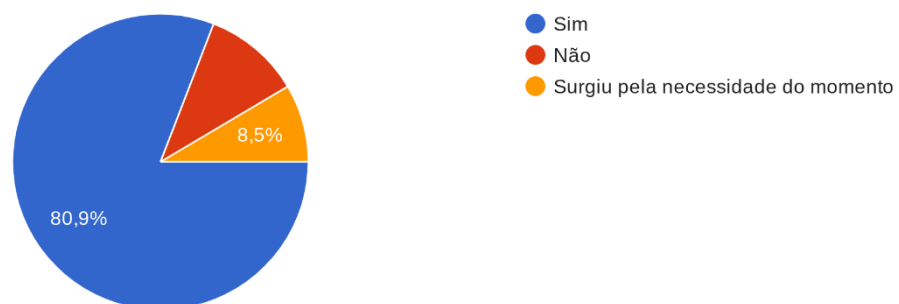


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 7: Vontade de empreender

7. Antes de abrir seu negócio, você já tinha vontade de empreender?

47 respostas



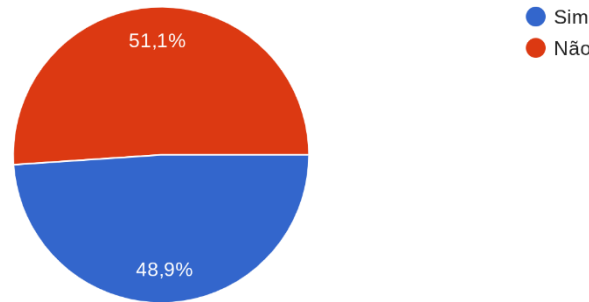
Fonte: Elaborado pelos autores

No que tange à questão do preconceito ou dificuldades por ser mulher no mercado, a maioria relatou não ter enfrentado tais problemas, porém algumas indicaram experiências de desvalorização ou discriminação (gráfico 8). Como destaca Costa (2013), apesar dos avanços, o ambiente empresarial ainda carrega desigualdades de gênero que limitam o crescimento de muitas mulheres empreendedoras.

Gráfico 8: Preconceitos e dificuldades no mercado

8. Você já sofreu algum tipo de preconceito ou dificuldade no mercado por ser mulher?

47 respostas



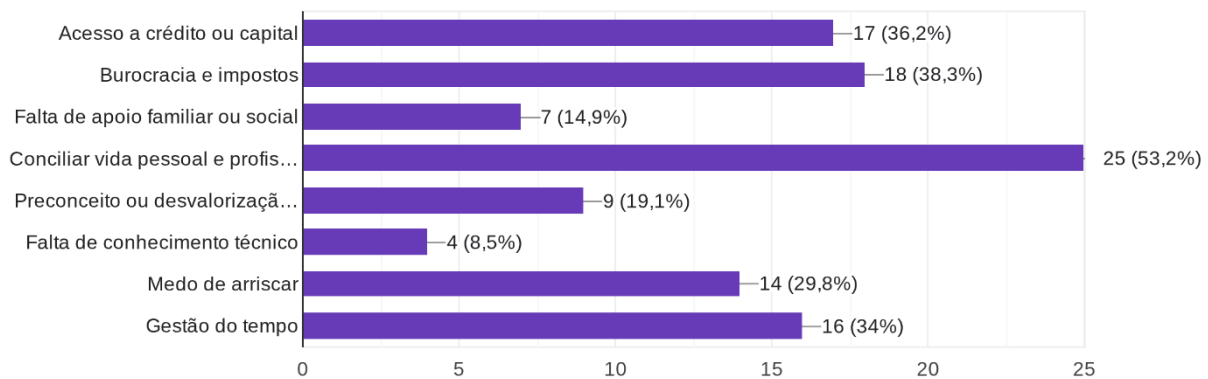
Fonte: Elaborado pelos autores

As principais dificuldades enfrentadas incluem: burocracia e impostos, acesso a crédito, falta de conhecimento técnico e conciliar vida pessoal e profissional (Gráfico 9). Esses dados estão alinhados com os apontamentos de Silva (2020), que destacam que, apesar do avanço do empreendedorismo feminino no Brasil, ainda há desafios estruturais relacionados à desigualdade de gênero, à carga mental e ao acesso limitado a redes de apoio e financiamento. Tais barreiras não apenas restringem o crescimento dos negócios liderados por mulheres, como também afetam a sustentabilidade e visibilidade de suas iniciativas.

Gráfico 9: Dificuldades como empreendedoras

9. Quais foram (ou são) suas maiores dificuldades como empreendedora?(marque até 3)

47 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores

3 RESULTADOS, DESAFIOS E APRENDIZADO

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como um importante fenômeno social e econômico, impulsionado principalmente pela busca de autonomia financeira, realização pessoal e melhoria da qualidade de vida. No Brasil, as mulheres representam aproximadamente 57% das pessoas à frente de empreendimentos, o que evidencia sua crescente participação no mundo dos negócios (SEBRAE, 2022).

Muitas mulheres enfrentam a dupla jornada, o que limita seu tempo e energia para investir em carreiras e negócios. A promoção da corresponsabilidade nas tarefas domésticas e no cuidado com os filhos é essencial para mudar esse cenário.

A questão final do formulário foi aberta e teve como objetivo compreender, com base na percepção das próprias participantes, quais são os principais fatores que ainda impedem as mulheres de conquistarem maior espaço e apoio no mundo dos negócios. As respostas revelam aspectos importantes como a falta de apoio governamental e institucional, preconceitos de gênero, a dupla jornada de trabalho, falta de incentivo familiar e a ausência de oportunidades de capacitação e acesso ao crédito. Alguns participantes também destacaram que muitas não recebem o reconhecimento como empreendedoras, o que contribui para a manutenção das desigualdades. Essas demandas vão ao encontro da necessidade de fortalecimento de redes de apoio e de ações afirmativas que promovam a igualdade de condições entre homens e mulheres no ambiente empresarial.

REFERÊNCIAS

COSTA, A. A. A. O movimento feminista no Brasil: dinâmicas de uma intervenção política. *Revista Gênero*, Niterói, v. 5, n. 2, p. 1-20, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revistagenero/article/view/31137>. Acesso em: maio/2025.

DORNELAS, J. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Editora Atlas, São Paulo, 2020.

FILION, L. J.; DOLABELA, F. *Boa Idéia! E Agora? Plano de Negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa*. São Paulo: Editora de Cultura, 2000.

HISRICH, R.D.; PETTERS, M.P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. Editora Grupo A. São Paulo, 2009.

MATOS, G. I. de. Estudos de gênero e feminismos: uma análise bibliométrica da Revista Estudos Feministas. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Marília, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/152680>. Acesso em: 26 jun. 2023.

SEBRAE: Empreendedorismo Feminino – Sebrae Delas 2022.

SILVA, S. V. da. Os estudos de gênero no Brasil: algumas considerações. Biblio 3W: revista bibliográfica de geografia y ciencias sociales, Barcelona, v. 5, n. 262, 2000. Disponível em: <http://repositorio.furg.br/handle/1/1212>. Acesso em: maio/2025.

VERGARA, S. C. Métodos de Pesquisa em Administração. Editora Atlas, São Paulo, 2005.