REVISTA ERR01 ISSN: 2595-1378

PROTAGONISMO FEMININO: TRANSFORMANDO PICOS/PI

FEMALE PROTAGONISM: TRANSFORMING PICOS/PI

PROTAGONISMO FEMENINO: TRANSFORMANDO PICOS/PI

https://doi.org/10.56238/ERR01v10n5-007

Maria Jackeline de Moura Luz
Especialista em História do Brasil
Instituição: Universidade Estadual do Piauí (UESPI)
E-mail: Jackyuz31@gmail.com
Orcid: https://orcid.org/0009-0005-0745-3752

Marissol Lopes Soares
Mestre em Psicologia Social
Instituição: Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Universidade Estadual do Piauí
E-mail: marissolsoares@pcs.uespi.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-5266-7814

Laércio Ramon da Silva Nascimento
Mestre em Gestão Pública
Instituição: Universidade Estadual do Piauí (UESPI)
E-mail: laercioramondasilva@frn.uespi.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-8461-0222

Miriam dos Santos Lopes
Graduanda em Administração
Instituição: Universidade Estadual do Piauí (UESPI)
E-mail: Miriaam553@gmail.com
Orcid: https://orcid.org/0009-0004-9079-7857

Lyla Mara Gonzaga Alves
Especialista em Gestão Pública
Instituição: Universidade Estadual do Piauí
E-mail: lylaalves@urc.uespi.br
Orcid: https://orcid.org/0009-0007-1014-9246

Tales Antão de Alencar Carvalho
Mestrado profissional em Formação de Professores e Práticas Interdisciplinares
Instituição: Universidade Estadual do Piauí (UESPI)
E-mail: talesantao@ccsa.uespi.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-7700-8938

ISSN: 2595-1378

Samaira Cristina Souza Chagas
Especialista em Neuropsicopedagogia Clínica e Institucional
Instituição: Universidade Estadual do Piauí (UESPI)
E-mail: admsamairasouza@urc.uespi.br
Orcid: https://orcid.org/0009-0004-8059-2698

RESUMO
Este estudo, intitulado "Protagonismo feminino: histórias de empreendedorismo e transformação em Picos/PI", analisou o papel das mulheres empreendedoras na cidade de Picos, Piauí, destacando os desafios e os impactos de suas trajetórias. Utilizando uma metodologia mista (quali-quantitativa), a pesquisa mostrou que a maioria das empreendedoras tem entre 25 e 44 anos, alto nível de escolaridade e, frequentemente, assume o papel de principal provedora do lar. A busca por independência financeira e a necessidade de renda são as principais motivações. Apesar da resiliência e da contribuição social percebida, muitas enfrentam solidão na tomada de decisões e desconhecem políticas públicas de apoio. O estudo reforça que o empreendedorismo feminino é um vetor de transformação social, mas depende de redes de apoio e de políticas eficazes que promovam a formalização e a autonomia.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Protagonismo Feminino. Desenvolvimento Local.

ABSTRACT
This study, "Female Protagonism: Stories of Entrepreneurship and Transformation in Picos/PI", analyzed the role of women entrepreneurs in the city of Picos, Piauí, highlighting the challenges and impacts of their journeys. Using a mixed-methods approach (qualitative and quantitative), the research revealed that most entrepreneurs are between 25 and 44 years old, have a high level of education, and often act as the main household providers. The pursuit of financial independence and the need for income are their primary motivations. Despite their resilience and perceived social contribution, many face loneliness in decision-making and are unaware of public support policies. The study reinforces that female entrepreneurship is a vector for social transformation, but it depends on effective support networks and policies that promote formalization and autonomy.

Keywords: Entrepreneurship. Female Protagonism. Local Development.

RESUMEN
Este estudio, "Protagonismo femenino: historias de emprendimiento y transformación en Picos/PI", analizó el papel de las mujeres emprendedoras en la ciudad de Picos, Piauí, destacando los desafíos y los impactos de sus trayectorias. Utilizando una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa), la investigación mostró que la mayoría de las emprendedoras tienen entre 25 y 44 años, un alto nivel educativo y, a menudo, asumen el rol de principal sostén del hogar. La búsqueda de independencia financiera y la necesidad de ingresos son sus principales motivaciones. A pesar de su resiliencia y la contribución social percibida, muchas se sienten solas en la toma de decisiones y desconocen las políticas públicas de apoyo. El estudio refuerza que el emprendimiento femenino es un vector de transformación social, pero depende de redes de apoyo y políticas eficaces que promuevan la formalización y la autonomía.

Palabras-clave: Emprendimiento. Protagonismo Femenino. Desarrollo Local.

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo, intitulado *"Protagonismo feminino: histórias de empreendedorismo e transformação em Picos/PI"*, analisa o papel das mulheres empreendedoras na cidade de Picos-PI, destacando os impactos de suas trajetórias para a transformação socioeconômica local. Para tanto, utilizou-se pesquisa bibliográfica e de campo.

No Brasil, a inserção feminina no mercado de trabalho passou por diversas transformações, impulsionadas por movimentos sociais e políticas públicas. A partir dos anos 2000, o empreendedorismo feminino ganhou maior visibilidade, apoiado por iniciativas como as do SEBRAE, que aponta que as mulheres representam cerca de 34% dos empreendedores no país, muitas delas iniciando negócios por necessidade (SEBRAE, 2022). O Brasil é o sétimo país em número de empreendedores, com mais de 24 milhões de mulheres gerenciando seus próprios negócios e movimentando a economia (RIBEIRO et al., 2023).

No Piauí, esse protagonismo também se evidencia, com mulheres liderando empreendimentos que contribuem para a geração de empregos, inovação e desenvolvimento local. Entretanto, persistem desafios, como o acesso restrito a crédito, a conciliação entre vida profissional e pessoal, preconceitos de gênero e a necessidade de fortalecer redes de apoio (SEBRAE, 2022).

Diante desse cenário, a pesquisa busca responder: quais são os desafios, estratégias e impactos do protagonismo feminino no empreendedorismo em Picos/PI, e de que forma suas histórias contribuem para a transformação socioeconômica local?

A relevância do estudo está em ampliar a compreensão sobre o papel das mulheres na economia, sobretudo em contextos do interior nordestino, ainda pouco explorados na literatura. Além da contribuição acadêmica, os resultados podem subsidiar políticas públicas e inspirar outras mulheres a empreender, fortalecendo a igualdade de gênero no mercado de trabalho.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o protagonismo feminino no empreendedorismo em Picos/PI, por meio de histórias de mulheres empreendedoras e os impactos de suas trajetórias na transformação socioeconômica local.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras em Picos/PI e as estratégias adotadas para superá-los.
- Compreender como o empreendedorismo feminino contribui para o desenvolvimento social e econômico da região.

- Analisar o papel das redes de apoio, políticas públicas e iniciativas locais no fortalecimento do empreendedorismo feminino.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 O EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

O empreendedorismo feminino tem avançado no Brasil, mas ainda enfrenta barreiras estruturais e culturais, como o acesso desigual a crédito, a ausência de redes de apoio consolidadas e o preconceito de gênero no mercado de trabalho. Apesar disso, as mulheres têm demonstrado resiliência e criatividade na superação dessas dificuldades, transformando obstáculos em oportunidades de fortalecimento de seus negócios.

Um dos principais desafios é o acesso a crédito. Mulheres, especialmente negras e moradoras de periferias, enfrentam maiores restrições no acesso a financiamentos, em razão da ausência de garantias patrimoniais e da discriminação de gênero no setor financeiro (SOUZA; LIMA, 2021). Essa limitação compromete a expansão dos empreendimentos e amplia desigualdades no setor.

Outro ponto crítico é a falta de redes de apoio e mentoria. O sucesso empresarial está frequentemente relacionado à capacidade de estabelecer conexões sólidas com mentores, investidores e outros empreendedores (AHL, 2019). Contudo, muitas mulheres, sobretudo iniciantes, têm dificuldades de acesso a esses espaços, o que prejudica o crescimento e a profissionalização de seus negócios.

O preconceito de gênero também persiste, reforçando a percepção do ambiente empresarial como masculino e gerando desconfiança quanto à competência das mulheres na gestão de grandes negócios. Estudos apontam que essa subestimação afeta decisões estratégicas e relações com investidores e clientes (DANGELICO; PANNI, 2020).

Apesar desses entraves, surgem iniciativas que transformam desafios em oportunidades, como a criação de redes e coletivos de mulheres empreendedoras. Esses espaços fortalecem vínculos, promovem trocas de experiências e ampliam as possibilidades de atuação em diferentes setores, consolidando o protagonismo feminino no empreendedorismo.

3.2 O PROTAGONISMO FEMININO

O protagonismo feminino consolidou-se como pauta central nas lutas por equidade de gênero e justiça social, associado não apenas à presença em espaços de poder, mas à participação ativa em decisões e ações transformadoras (RIBEIRO, 2019). Historicamente marginalizadas, as mulheres enfrentam barreiras estruturais que limitam seu acesso à política, mercado de trabalho e ciência, agravadas pela interseccionalidade de gênero, raça e classe (AKOTIRENE, 2018).

Apesar disso, políticas públicas e movimentos feministas têm ampliado o acesso a posições de liderança, à produção acadêmica e ao empreendedorismo, ainda que tais conquistas demandem mudanças estruturais para assegurar diversidade e inclusão (NASCIMENTO, 2021). Para hooks (2020) e Ribeiro (2019), a consolidação desse protagonismo exige educação crítica e políticas efetivas de equidade.

No campo econômico, o empreendedorismo feminino tem sido uma via de emancipação, possibilitando autonomia financeira, liderança e transformação social (AHL, 2019; KABEER, 2019). Mulheres empreendedoras ampliam sua visibilidade, desafiam normas de gênero e se afirmam como protagonistas da economia (SILVA; OLIVEIRA, 2022).

3.3 O EMPREENDEDORISMO FEMININO E O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO LOCAL

O empreendedorismo feminino consolidou-se como vetor de desenvolvimento socioeconômico em diferentes regiões, especialmente em contextos interioranos como o semiárido piauiense. Em municípios como Picos-PI, mulheres vêm assumindo papéis centrais na geração de renda e dinamização da economia. Programas como o Fomento Mulher, da Agência de Fomento e Desenvolvimento do Piauí (Badespi), investiram mais de R$ 21 milhões em 2024, beneficiando mais de 1.300 mulheres em 300 municípios, com microcrédito, capacitação e orientação técnica (SILVA; OLIVEIRA, 2022).

Um caso emblemático é o da picoense Elaine Maria Vitoriano, homenageada em 2025 com o Prêmio Nacional de Inclusão Socioeconômica, após expandir seu negócio com apoio da Badespi, gerando emprego e renda em sua comunidade. Esse exemplo demonstra o potencial de transformação social do empreendedorismo quando acompanhado de políticas públicas e suporte institucional.

Estudos como *"Mulheres que empreendem: um estudo realizado no setor de vestuário na cidade de Picos-PI"*, da UFPI, mostra que a maioria das empreendedoras locais tem entre 25 e 45 anos, ensino médio completo e atua tanto por necessidade quanto por desejo de independência. Contudo, enfrentam limitações em gestão financeira, marketing digital, formalização e acesso contínuo à capacitação (SILVA; OLIVEIRA, 2022).

Apesar das fragilidades, os impactos são expressivos. Em setores como alimentação, moda, estética e serviços de tecnologia, as mulheres têm ampliado a diversidade econômica de Picos, reduzido desigualdades e promovido inovação. Esse movimento reforça a importância de políticas que unam crédito acessível, inclusão digital e qualificação técnica, garantindo sustentabilidade e equidade no desenvolvimento local.

3.4 REDES DE APOIO, POLÍTICAS PÚBLICAS E INICIATIVAS LOCAIS

As redes de apoio e políticas públicas são fundamentais para fortalecer o empreendedorismo feminino e ampliar sua autonomia econômica. Estudos bibliométricos (SILVA; BECCARI; SOUSA, 2023) mostram o crescimento das pesquisas sobre gênero, ambições e desafios vividos por empreendedoras no Brasil.

Entre as iniciativas nacionais, destacam-se o PRONAF Mulher, que financia agricultoras familiares, e o SEBRAE Delas, que em dois anos alcançou mais de 3,8 milhões de mulheres, oferecendo capacitação, crédito e mentoria (CANDELLO et al., 2024). Nesse cenário, a Rede Mulher Empreendedora (RME) conecta mais de 500 mil empreendedoras por meio de cursos, eventos e marketplace, ampliando visibilidade e protagonismo. Pesquisas recentes ressaltam ainda o papel da tecnologia: sistemas digitais podem facilitar o acesso ao microcrédito e reduzir barreiras financeiras, inclusive com uso de inteligência artificial (CANDELLO et al., 2024).

No Piauí, iniciativas locais consolidam esse ecossistema. O Circuito Estadual de Empreendedorismo Feminino (2024–2025) percorreu cidades como Floriano, Teresina e Picos, promovendo oficinas e lançando o *Prêmio Mulher de Negócios*. Em Picos, a FEMMEPI reuniu centenas de empreendedoras em 2024, enquanto o programa Fomento Mulher, da Badespi em parceria com Sebrae e Jucepi, já beneficiou mais de 1.300 mulheres com crédito, capacitação e suporte técnico. O caso de Elaine Maria Vitoriano, reconhecida nacionalmente, exemplifica o impacto socioeconômico dessas ações (SILVA; BECCARI; SOUSA, 2023).

No campo do empreendedorismo de forma geral, pesquisas recentes ajudam a compreender fatores que motivam ou dificultam a intenção de empreender. Viana et al. (2025), em estudo com estudantes de ambos os sexos, identificaram que o desejo por independência financeira foi a motivação mais expressiva, sendo apontada por 52,38% dos respondentes de forma plena e por 23,81% parcialmente.

Assim, redes públicas, privadas e coletivas, quando combinam crédito, formação e apoio técnico, tornam-se decisivas para reduzir desigualdades e promover transformação social. Para Souza e Lima (2024), a eficácia do microcrédito depende da integração com gestão e educação financeira, enquanto Candello et al. (2024) reforçam a importância de ferramentas digitais nesse processo.

4 MATERIAL E MÉTODOS

4.1 TIPO DE ESTUDO

A escolha metodológica em uma pesquisa é decisiva para garantir a profundidade e a abrangência necessárias à compreensão dos fenômenos sociais. No estudo intitulado *"Protagonismo feminino: histórias de empreendedorismo e transformação em Picos/PI"*, a abordagem mista se revela

ISSN: 2595-1378

especialmente eficaz, por permitir a combinação entre a mensuração estatística de dados e a interpretação aprofundada das vivências subjetivas das mulheres empreendedoras da região.

De acordo com Creswell e Creswell (2023), a abordagem mista — ou qualiquantitativa — é útil quando se deseja compreender um fenômeno de forma mais completa, unindo a objetividade dos números com a riqueza das narrativas.

No caso do protagonismo feminino em contextos empreendedores, isso é essencial, pois além de mapear dados como idade, escolaridade, tempo de atuação e tipos de negócio, é fundamental escutar as histórias dessas mulheres: seus desafios, motivações, estratégias de superação e impactos sociais gerados.

A dimensão quantitativa fornecerá suporte para análises mais amplas, como a identificação de padrões sociodemográficos, frequência de comportamentos e correlações entre variáveis, como renda, tempo de atuação e impacto econômico. Com isso, Marconi e Lakatos (2022), destacam que o uso de instrumentos quantitativos, como questionários estruturados, amplia a confiabilidade da pesquisa e contribui para a generalização de tendências, desde que aliados a uma interpretação crítica dos dados.

Portanto, ao investigar o protagonismo feminino em Picos/PI a partir de histórias de empreendedorismo e transformação, a abordagem mista se mostra a mais adequada, por articular números que mostram a realidade com narrativas que a explicam, revelando assim as múltiplas dimensões do fenômeno estudado e atendendo plenamente aos objetivos propostos na pesquisa.

Ainda assim, o uso de relatos narrativos e da análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2016), permite interpretar as falas das mulheres com base em categorias emergentes dos dados empíricos. Essa técnica é particularmente eficaz para revelar elementos como liderança, inovação, resiliência, redes de apoio, motivações pessoais e superação de desafios, ampliando a compreensão sobre os impactos do empreendedorismo feminino no contexto social e econômico de Picos/PI.

Esses dados, segundo Gil (2023), cumprem uma função complementar, ao situar e contextualizar os sujeitos da pesquisa sem comprometer a profundidade interpretativa das análises quantitativas.

Desse modo, a natureza qualiquantitativa, com ênfase na dimensão exploratória, é explicitada como um recurso metodológico que articula subjetividade e objetividade para melhor captar as múltiplas dimensões do fenômeno estudado. A convergência entre os dados narrativos e os dados descritivos contribui para ampliar a validade e a riqueza das interpretações, conforme apontado por Creswell e Creswell (2023), que reforçam o valor da triangulação metodológica em pesquisas sociais.

ISSN: 2595-1378

4.2 CAMPO E SUJEITOS DA PESQUISA

O campo de estudo foi delimitado na cidade de Picos, Piauí, reconhecida pelo crescimento recente do empreendedorismo feminino, conforme pesquisas da Jucepi (2023) e estudos acadêmicos da UFPI (2022).

Os sujeitos da pesquisa são mulheres empreendedoras residentes em Picos, que atuam em diferentes setores econômicos, com perfis diversos em termos de idade, escolaridade e tempo de atividade empreendedora.

Essa escolha tem respaldo em autores como Minayo (2019), que destaca a importância de considerar o contexto social e econômico dos sujeitos para a compreensão aprofundada dos fenômenos.

4.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE PESQUISA

A coleta de dados foi realizada por meio de questionários online estruturados, aplicados via Google Forms, instrumento que facilita o acesso remoto e o preenchimento voluntário, especialmente importante em contextos de pandemia ou limitações geográficas, conforme sugerem Santos *et al.* (2023) e Silva & Oliveira (2022).

O questionário contemplou perguntas abertas e fechadas, visando capturar dados quantitativos (perfil socioeconômico, ramo de atuação, tempo de atividade) e qualitativos (relatos sobre motivações, desafios, conquistas e percepções pessoais).

4.4 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados quantitativos coletados na pesquisa foram tratados por meio de análises estatísticas descritivas, com foco em frequências absolutas, percentuais e representações gráficas. Esse tratamento teve como objetivo caracterizar o perfil sociodemográfico e profissional das mulheres empreendedoras participantes, além de identificar padrões relevantes à compreensão do contexto local.

Segundo Gil (2023), a estatística descritiva é adequada para estudos exploratórios que envolvem dados quantitativos pontuais, pois permite organizar e apresentar os resultados de forma clara e objetiva. Nesse sentido, analisaram-se variáveis como faixa etária, nível de escolaridade, setor de atuação, tempo de funcionamento dos empreendimentos, e faixa de renda.

A análise quantitativa possibilitou a construção de indicadores descritivos que complementaram os achados qualitativos, contribuindo para uma compreensão mais ampla do fenômeno estudado. Conforme enfatizam Creswell e Creswell (2023), a combinação entre dados numéricos e qualitativos enriquece a interpretação dos fenômenos sociais, especialmente em pesquisas voltadas à temática do empreendedorismo, gênero e transformação social.

Dessa forma, o tratamento dos dados quantitativos foi realizado de maneira sistemática e fundamentada, contribuindo para a consistência analítica e a integração entre as diferentes dimensões da pesquisa.

Com relação a natureza mista a saturação teórica foi adotada como critério para delimitação da amostra na etapa qualitativa, a qual teve como foco principal a escuta e interpretação das experiências vividas pelas mulheres empreendedoras.

Segundo Minayo (2023), a saturação teórica é um princípio metodológico essencial na pesquisa qualitativa, sendo alcançada quando as entrevistas ou relatos deixam de apresentar novos elementos relevantes, indicando que os principais eixos temáticos do fenômeno estudado já foram suficientemente explorados. Esse critério foi fundamental para garantir profundidade interpretativa e coerência analítica, respeitando os princípios da análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016).

A adoção desse procedimento se justifica na medida em que, embora a pesquisa tenha incorporado dados quantitativos descritivos — utilizados para caracterizar o perfil sociodemográfico das participantes (como idade, escolaridade, área de atuação, tempo de atividade, etc.) —, a dimensão qualitativa foi determinante para compreender sentidos, motivações, desafios e estratégias adotadas pelas mulheres em suas trajetórias empreendedoras.

Como destacam Creswell e Creswell (2023), a abordagem mista busca integrar a mensuração objetiva de fenômenos sociais com a interpretação subjetiva das experiências, e nesse contexto, a saturação teórica atua como um marco de validade interna da etapa qualitativa.

4.5 ASPECTOS ÉTICOS

A pesquisa respeitou os princípios éticos preconizados pela Resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil), garantindo o anonimato, confidencialidade e privacidade das participantes, conforme orientam Flick (2020) e Fontanella *et al.* (2018).

Antes da aplicação do questionário, foi solicitado às participantes a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (disponível no Apêndice B), assegurando o direito de participação voluntária, a possibilidade de desistência a qualquer momento, e a garantia de que os dados coletados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos. O compromisso com a transparência e o respeito às mulheres envolvidas reforça o protagonismo e empoderamento das mesmas no processo de pesquisa.

ISSN: 2595-1378

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta parte do trabalho foram discutidos os resultados de nossa pesquisa acerca do protagonismo feminino: histórias de empreendedorismo e transformação em Picos/Pi. Para isso, foi utilizado o tipo de metodologia mista, quantiquali, com questionário estruturado, dividido em quatro partes, sendo perfil da empreendedora; características do negócio; desafios e apoio; e, percepções e impactos. No qual, os resultados procuraram-se ancorar no nosso aporte teórico escolhido e amplamente trabalhado no referencial teórico.

Os dados empíricos resultantes da aplicação do questionário, foram interpretados por meio da estatística descritiva, com a utilização de frequências absolutas e relativas, além da apresentação de tabelas e gráficos, dispostos em subseções.

5.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

No presente estudo, participaram 30 mulheres empreendedoras cujas principais características sociodemográficas estão resumidas em três tabelas a seguir. A Tabela 1 revela que a maioria das participantes possui entre 35 e 44 anos (40%), seguida por aquelas com idade entre 25 e 34 anos (30%), indicando um grupo em plena fase produtiva, conciliando carreira, maternidade e estabilidade pessoal, conforme discutem Oliveira (2021) e Silva (2023).

Tabela 1 – Idade

Faixa Etária	Quantidade	Percentual
35 a 44 anos	12	40%
25 a 34 anos	9	30%
Menos de 25 anos	5	16,7%
45 a 54 anos	3	10%
55 ou mais	1	3,3%

Fonte: Autores (2025).

De acordo com Oliveira (2021), mulheres nessa faixa etária costumam vivenciar intensamente os desafios de conciliação entre trabalho, família e desenvolvimento pessoal. Essa maturidade também pode ser um indicativo de maior envolvimento e responsabilidade em projetos acadêmicos, profissionais ou sociais. Silva (2023) destaca que essa fase da vida é marcada por decisões importantes que influenciam diretamente o futuro das mulheres, o que torna essencial considerar suas especificidades em planejamentos institucionais ou políticas públicas.

Em relação à escolaridade, a Tabela 2 mostra um predomínio de mulheres com ensino superior completo ou em andamento (60% somados) e uma parcela significativa com pós-graduação (26,7%), evidenciando um público com elevado capital cultural, como argumentam Bourdieu (1983) e Freitas e Almeida (2023).

Tabela 2 – Escolaridade

Escolaridade	Quantidade	Percentual
Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado)	8	26,7%
Ensino Superior Completo	9	30%
Ensino Superior Incompleto	9	30%
Ensino Médio Completo	3	10%
Ensino Médio Incompleto	0	0%
Ensino Fundamental Completo	1	3,3%
Ensino Fundamental Incompleto	0	0%

Fonte: Autores (2025).

Segundo Freitas e Almeida (2023), a escolarização é um importante fator de empoderamento feminino, refletindo-se na maior participação em decisões e na busca por formação contínua. A presença de pessoas com diferentes níveis de escolaridade, embora com predominância de níveis superiores, também aponta para certa diversidade no grupo, o que pode enriquecer discussões e análises mais amplas sobre seus perfis e perspectivas.

Por fim, a Tabela 3 destaca o estado civil das participantes, em que se observa maioria casada ou em união estável (56,7%) e uma parcela expressiva de solteiras (36,7%), aspecto que, segundo Souza e Silva (2022) e o IBGE (2021), influencia diretamente a organização da rotina familiar e profissional dessas mulheres.

Tabela 3 – Estado Civil

Estado Civil	Quantidade	Percentual
Casada / União estável	17	56,7%
Solteira	11	36,7%
Divorciada	1	3,3%
Viúva	1	3,3%

Fonte: Autores (2025).

De forma geral, os dados analisados apontam para um grupo composto majoritariamente por mulheres adultas, com vínculos familiares estáveis e elevada escolarização, o que sugere um público com experiência de vida, capacidade analítica e múltiplas responsabilidades. A compreensão dessas características é essencial para o desenvolvimento de ações mais eficazes e contextualizadas, especialmente em iniciativas voltadas à formação continuada, ao apoio psicossocial ou à promoção da igualdade de gênero em espaços profissionais e acadêmicos.

5.2 A CONTRIBUIÇÃO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO

A Tabela 4 relaciona a condição de maternidade das participantes com sua responsabilidade na composição da renda familiar. Dos 30 casos analisados, metade das respondentes declarou ter filhos. Dentre essas, todas contribuem de forma total ou parcial para o sustento da família, evidenciando o

papel ativo das mulheres empreendedoras na manutenção financeira do lar. Esse dado reforça a importância do empreendedorismo como instrumento de autonomia econômica, especialmente para aquelas que acumulam também responsabilidades parentais.

Tabela 4 - Filhos x Responsabilidade pela renda familiar

Tem filhos	Divide a renda	Não	Sim	Total
Não	15	0	0	15
Sim	0	8	7	15
Total	15	8	7	30

Fonte: Autores (2025).

A tabela cruzada apresenta a relação entre o fato de ter filhos e a responsabilidade pela renda familiar entre as 30 respondentes. A distribuição mostra dois grupos bem definidos: das 15 mulheres que não têm filhos, nenhuma declara contribuir com a renda familiar, e das 15 que têm filhos, todas participam total ou parcialmente da renda doméstica — sendo 8 que dividem a renda e 7 que são as únicas responsáveis.

Esse dado é altamente significativo. Ele sugere que a maternidade está diretamente associada ao comprometimento com o sustento da família. Como apontam Fonseca e Barros (2022), há uma tendência crescente no Brasil de mulheres que acumulam o papel de cuidadoras com o de provedoras do lar, especialmente em lares com filhos.

Essa realidade reforça a sobrecarga histórica imposta às mulheres, que, além das demandas da maternidade, assumem, em muitos casos, o papel de principal fonte de renda. O fato de que nenhuma mulher sem filhos contribui com a renda familiar também levanta hipóteses relevantes. Pode indicar uma dependência financeira — parcial ou total — de outras pessoas da família (como cônjuges ou pais), ou até a priorização de outras atividades, como estudo ou trabalho doméstico não remunerado. Por outro lado, entre aquelas com filhos, o envolvimento financeiro é universal, o que revela um compromisso objetivo com a sustentabilidade do núcleo familiar, mesmo quando há divisão dessa responsabilidade com um parceiro.

Esse cenário converge com os estudos de Hirata (2021), que discute o conceito de "dupla jornada" ou "tríplice jornada" da mulher: trabalhar fora cuidar da casa e cuidar dos filhos. A presença de filhos exige, portanto, uma atuação econômica direta e uma reorganização das prioridades. Corrobora para essa análise, Silva e Gomes (2023) que, em muitos casos, a maternidade força a inserção (ou permanência) da mulher no mercado de trabalho informal ou precarizado, como forma de garantir a subsistência da família.

Outro ponto relevante é a divisão da responsabilidade entre as mães: 53,3% dividem a renda (8 mulheres), enquanto 46,7% são as únicas provedoras (7 mulheres). Isso mostra que, mesmo quando há

um parceiro, a carga financeira muitas vezes é igualmente compartilhada, e em quase metade dos casos, recai exclusivamente sobre a mulher. Essa informação sugere a existência de uma significativa parcela de mães solo ou em contextos de pouca cooperação financeira por parte do parceiro, o que pode se refletir em estresse, vulnerabilidade econômica e menor tempo disponível para atividades de autocuidado, lazer ou educação.

A relação entre maternidade e responsabilidade financeira, evidenciada na tabela 5 revela que ter filhos está intimamente ligado à necessidade de gerar renda, seja de forma compartilhada ou exclusiva. Isso revela uma face da feminização da responsabilidade familiar que vai além do cuidado e atinge diretamente o campo econômico.

Tabela 5 - Se o negócio é formalizado (CNPJ, MEI, etc.)?

Resposta	Quantidade	Percentual
Sim	16	53,3%
Não	14	46,7%
Em processo de formalização	0	0%

Fonte: Autores (2025).

A Tabela 5 apresenta os dados referentes à formalização dos negócios dos respondentes. Observa-se que 53,3% dos participantes (16 pessoas) afirmaram possuir um negócio formalizado, ou seja, com CNPJ, MEI ou outra forma jurídica. Esse dado é relevante, pois demonstra que a maioria dos empreendedores compreende a importância da formalização, seja para acesso a benefícios fiscais, crédito, participação em licitações ou reconhecimento no mercado.

Por outro lado, 46,7% dos entrevistados (14 pessoas) ainda não formalizaram seus empreendimentos. Esse número expressivo revela um cenário em que quase metade dos negócios operam na informalidade, o que pode estar relacionado a fatores como burocracia, desconhecimento dos processos de formalização, medo de encargos tributários ou insegurança quanto à estabilidade do negócio.

Destaca-se também que nenhum dos respondentes se encontra em processo de formalização, o que sugere uma polarização entre aqueles que já se formalizaram e os que ainda permanecem à margem da legalidade empresarial.

Esse dado é extremamente expressivo e revela, de forma direta, que a formalização do vínculo empregatício é o fator que possibilita ou viabiliza a contribuição financeira à família. Como destaca Krein (2022), o trabalho formal continua sendo a principal via de acesso a direitos trabalhistas, estabilidade financeira e possibilidade de planejamento familiar no Brasil.

No contexto feminino, essa formalização se torna ainda mais estratégica, pois permite maior autonomia econômica e condições para assumir ou compartilhar responsabilidades domésticas. Por

outro lado, a ausência de contribuição financeira entre as participantes não formalizadas sugere uma dependência econômica estrutural, possivelmente ligada a condições precárias de trabalho, desemprego, ou à dedicação exclusiva a atividades de cuidado não remuneradas — o que também é muito comum no cenário brasileiro. Segundo dados do DIEESE (2023), a informalidade ainda atinge mais fortemente as mulheres, especialmente as de baixa renda e com filhos, sendo um dos principais fatores de vulnerabilidade social e econômica.

Além disso, ao observar que apenas entre os formalizados há contribuição financeira, nota-se a precarização enfrentada por quem atua fora das relações formais de trabalho. Essa precarização, segundo Antunes (2021), reduz o poder de barganha dessas mulheres no espaço doméstico e social, e acentua a desigualdade de gênero, uma vez que as obrigações de cuidado familiar permanecem, mesmo sem a contrapartida de autonomia econômica.

Outro aspecto importante é a divisão interna entre os formalizados: 43,7% são os principais responsáveis pela renda (7 pessoas), enquanto 50% compartilham essa responsabilidade (8 pessoas). Isso mostra que, mesmo com vínculo formal, muitas mulheres não estão sozinhas no sustento do lar — embora uma parcela significativa (quase metade) assuma essa função integralmente, o que pode estar ligado a arranjos familiares diversos, como maternidade solo ou baixa participação de outros membros na renda da casa.

Por outro lado, esses dados reafirmam a importância de políticas públicas voltadas à formalização do trabalho feminino, especialmente para mulheres em idade produtiva e com filhos, como estratégias para promover sua independência econômica, acesso à previdência, estabilidade e dignidade no trabalho. Ao mesmo tempo, a análise reforça o papel central do trabalho formal como instrumento de inclusão e cidadania, capaz de garantir não apenas rendimento, mas proteção social às mulheres.

A correlação entre formalização e contribuição para a renda familiar revela que o vínculo formal de trabalho é um marco de transformação social na vida das mulheres. Ele não apenas garante remuneração, mas permite que essas mulheres participem ativamente do sustento do lar — um papel historicamente negado ou dificultado pela desigualdade de gênero e pela informalidade.

Esse dado também denuncia a exclusão das mulheres sem vínculo formal de um papel financeiro ativo na família, o que reforça sua vulnerabilidade e a urgência de políticas de formalização, qualificação profissional e proteção social.

A Tabela 6 apresenta a relação entre o uso de capital próprio e o tempo de atuação das empreendedoras entrevistadas. Dos 30 casos analisados, a maioria (26) iniciou seus negócios com recursos próprios, especialmente aquelas com até 7 anos de experiência no empreendedorismo.

Observa-se que, entre as empreendedoras com mais de 7 anos no mercado, há maior presença de uso de capital externo.

Tabela 6 - Capital próprio x Tempo empreendendo

Capital Próprio	De 1 a 3 anos	De 4 a 7 anos	Mais de 7 anos	Menos de 1 ano	Total
Não	0	0	4	0	4
Sim	7	13	2	4	26
Total	7	13	6	4	30

Fonte: Autores (2025).

A tabela 6 revela dados significativos sobre o perfil de 30 pessoas empreendedoras, distribuídas de acordo com a posse de capital próprio e o tempo de atuação no empreendedorismo. Das 30 participantes, 26 iniciaram seus negócios com capital próprio, enquanto apenas 4 o fizeram sem esse recurso. Entre as que utilizaram capital próprio, a maioria está empreendendo entre 4 e 7 anos (13 participantes), seguida das que empreendem há 1 a 3 anos (7 participantes) e das que estão no início da trajetória, com menos de 1 ano (4 participantes). Já as que atuam há mais de 7 anos e não utilizaram capital próprio somam apenas 4 casos, indicando um comportamento distinto.

Essa distribuição aponta para uma relação direta entre a disponibilidade de capital próprio e a permanência no empreendimento ao longo do tempo. De acordo com Diniz e Torres (2022), o capital inicial é um dos principais determinantes da sobrevivência e consolidação de negócios, especialmente entre mulheres empreendedoras, que enfrentam maiores barreiras de acesso a crédito formal. O dado de que 13 mulheres com capital próprio estão empreendendo entre 4 e 7 anos indica uma fase de consolidação, muitas vezes associada ao amadurecimento do negócio, estabilidade de clientela e maior domínio da gestão.

Já as 4 participantes que estão empreendendo há mais de 7 anos sem capital próprio constituem um grupo minoritário, porém relevante. Essa trajetória pode indicar resiliência e capacidade de adaptação em cenários adversos, como aponta Santos (2023), mas também pode refletir uma realidade de informalidade ou de atuação em nichos de baixa escala, onde o investimento inicial é substituído por estratégias de autogestão, colaboração e capital social.

Entre os 4 casos de empreendimentos com menos de 1 ano, todos foram iniciados com capital próprio. Esse dado reforça o papel central do autofinanciamento como porta de entrada ao empreendedorismo, especialmente quando não há acesso a linhas de crédito ou suporte governamental.

Segundo o SEBRAE (2023), mais de 70% dos pequenos negócios no Brasil ainda são iniciados com recursos pessoais ou familiares, o que aponta para a fragilidade dos mecanismos de financiamento para microempreendedores, sobretudo os de baixa renda e as mulheres negras.

A concentração de empreendedores com capital próprio no intervalo de 4 a 7 anos de atuação (50% dos que têm capital próprio) também pode indicar um ponto crítico do ciclo de vida dos negócios. É nesse período que, conforme descrito por Dornelas (2021), os empreendimentos costumam enfrentar desafios mais complexos: aumento da concorrência, necessidade de profissionalização da gestão, e mudanças nas demandas do mercado. Ter iniciado com capital próprio pode ter garantido uma base mais sólida para enfrentar essas transições.

Além disso, os dados mostram que não houve nenhum caso de empreendimento de 1 a 3 anos ou menos de 1 ano entre as pessoas que não tinham capital próprio, sugerindo que a ausência de recursos pode ser uma barreira à entrada ou um fator que inviabiliza a continuidade em estágios iniciais. Isso reforça o argumento de que capital próprio é não apenas um facilitador da entrada, mas também um fator de sustentação no tempo.

Os resultados indicam que a maioria dos empreendimentos com mais de 1 ano de vida foi iniciada com capital próprio, o que mostra que o autofinanciamento ainda é a principal via de acesso ao empreendedorismo, especialmente entre mulheres.

A longevidade e a sustentabilidade dos negócios parecem estar fortemente ligadas à capacidade inicial de investimento, o que aponta para desigualdades estruturais no acesso a recursos. Em contrapartida, os poucos casos de empreendimentos antigos sem capital próprio indicam perfis de resistência e informalidade, que também merecem atenção em políticas públicas de fomento.

A Tabela 7 analisa a relação entre o uso de capital próprio e a formalização dos negócios das empreendedoras participantes da pesquisa. Dos 30 empreendimentos analisados, 26 foram iniciados com recursos próprios, sendo que a maioria desses (16) se encontra formalizada. Por outro lado, todos os negócios que não utilizaram capital próprio permanecem na informalidade. Esses dados sugerem uma possível correlação entre a capacidade de investir com recursos próprios e a viabilidade de formalização do negócio, apontando para a importância do acesso a capital como fator que favorece a regularização da atividade empreendedora.

Tabela 7 - Capital próprio x Formalização do negócio

Capital Próprio	Não Formalizado	Formalizado	Total
Não	4	0	4
Sim	10	16	26
Total	14	16	30

Fonte: Autores (2025).

A Tabela 7 revela uma associação evidente entre o uso de capital próprio e a formalização dos empreendimentos. Dos 30 participantes da pesquisa, 26 iniciaram seus negócios com recursos próprios. Desses, 16 formalizaram suas atividades, enquanto 10 permaneceram na informalidade. Por

outro lado, as 4 empreendedoras que iniciaram sem capital próprio não formalizaram seus negócios. No total, 16 empreendimentos estão formalizados e 14 seguem atuando de forma informal. Esses dados indicam que a disponibilidade de capital próprio pode influenciar positivamente no processo de formalização, ao oferecer maior segurança e condições para cumprir exigências legais e burocráticas.

A observação mais significativa é que todos os negócios não formalizados foram iniciados sem capital próprio ou com capital próprio insuficiente para cobrir os requisitos legais de abertura formal, como taxas, licenças e estrutura mínima. Isso sugere que o acesso a capital no início da atividade empreendedora é um fator determinante para a formalização.

Os dados revelam que o capital próprio não só facilita o início do negócio, mas também impulsiona a estruturação legal da atividade. A formalização exige custos (como registro, CNPJ, alvarás, contador) que muitos empreendedores só conseguem cobrir com recursos próprios. Isso é coerente com o que afirmam Souza e Moreira (2022), que destacam a relação direta entre recursos próprios e condições de conformidade legal.

A total informalidade entre os que não possuíam capital próprio expõe uma realidade crítica: a entrada no mercado empreendedor por necessidade e sem recursos leva à informalidade. Esses empreendedores, em geral, não conseguem cumprir os requisitos formais, nem têm acesso facilitado a crédito, o que os mantém à margem das políticas públicas e de proteção social.

Essa informalidade pode representar uma estratégia de sobrevivência, mas também um risco à sustentabilidade do negócio. Segundo o SEBRAE (2023), negócios informais têm maiores taxas de mortalidade em até 2 anos de operação. Além disso, enfrentam mais dificuldades para acessar crédito, firmar contratos e crescer de forma estruturada.

Por outro lado, entre os que possuem capital próprio, a maioria (61,5%) formalizou o negócio, o que demonstra que, mesmo entre os que têm recursos, a formalização nem sempre é automática — muitos permanecem na informalidade por desconhecimento, receio de burocracia ou para evitar carga tributária, como aponta Oliveira (2021).

Com base nos dados apresentados, é possível afirmar que, embora o capital próprio funcione como um facilitador importante para a formalização dos negócios, ele não é o único determinante desse processo. Outros fatores, como aspectos culturais, questões sociais e políticas fiscais, também exercem influência significativa sobre a decisão de formalizar ou não um empreendimento.

Do ponto de vista das políticas públicas, os resultados evidenciam a necessidade de ampliar o acesso a programas de microcrédito voltados a empreendedores em situação de informalidade, especialmente aqueles que não dispõem de capital inicial. Tais programas devem ser acompanhados de suporte técnico, com orientações contábeis e jurídicas, para garantir maior segurança no processo

de formalização. Iniciativas como o Microempreendedor Individual (MEI) devem ser mais bem divulgadas e direcionadas a esse público-alvo.

No que diz respeito à equidade de gênero, caso o estudo aborde especificamente mulheres empreendedoras, é importante considerar que a informalidade pode ser intensificada por fatores como a sobrecarga com tarefas de cuidado, a ausência de redes de apoio e a exclusão dos sistemas financeiros tradicionais. Esses elementos, como apontam Silva e Lopes (2023), contribuem para manter muitas mulheres à margem da formalização e da autonomia plena em seus empreendimentos.

O acesso a capital próprio é um ponto de partida decisivo para a formalização dos negócios. Empreendedores que iniciam sem recursos tendem à informalidade por falta de meios, o que os coloca em situação de vulnerabilidade e limita suas chances de expansão e consolidação. Já aqueles que dispõem de capital têm mais probabilidade de seguir caminhos legais e estruturados, ainda que isso não ocorra automaticamente.

A formalização, nesse contexto, aparece não como uma escolha apenas legal ou burocrática, mas como um sinal de acesso a oportunidades e de estrutura socioeconômica mais sólida.

A análise do questionário indica que, entre os empreendedores que não utilizaram capital próprio para iniciar seus negócios, as principais fontes alternativas de financiamento foram o pagamento parcelado por clientes (50% de entrada e o restante por etapas), cartão de crédito e ajuda da família.

Conforme destaca Oliveira (2021), esse tipo de financiamento improvisado é comum entre microempreendedores em contextos de vulnerabilidade econômica, especialmente mulheres, e pode comprometer a sustentabilidade do negócio a médio e longo prazo, ao gerar instabilidade no fluxo de caixa e dependência de redes pessoais.

5.3 O PAPEL DAS REDES DE APOIO, POLÍTICAS PÚBLICAS E INICIATIVAS LOCAIS NO FORTALECIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Segundo a pesquisadora Hirata (2020), redes de apoio são fundamentais para viabilizar a atuação feminina no mundo do trabalho, especialmente em contextos em que a sobrecarga das responsabilidades domésticas e de cuidado recai majoritariamente sobre as mulheres. Essas redes podem ser compostas por familiares, outras empreendedoras, instituições educacionais e organizações como o Sebrae, que oferecem capacitação e suporte técnico. A existência de um ambiente colaborativo, de escuta e de trocas de experiências é um diferencial no enfrentamento dos desafios cotidianos do empreendedorismo.

As políticas públicas também são pilares nesse processo. Iniciativas como o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) e os programas específicos para

mulheres empreendedoras, como o Sebrae Delas, têm demonstrado impactos positivos ao incentivar a formalização de negócios liderados por mulheres, promover o acesso ao crédito e oferecer mentoria especializada.

De acordo com Silva e Meireles (2022), políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino devem ir além da capacitação técnica, promovendo também a autonomia econômica e o enfrentamento das desigualdades estruturais de gênero.

No âmbito das iniciativas locais, destaca-se a importância de movimentos comunitários e de redes regionais que promovem feiras, encontros e fóruns voltados ao empreendedorismo feminino.

Experiências como o projeto "Ela Pode" (realizado pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora com apoio do Google Brasil) revelam que mulheres apoiadas por iniciativas locais e formações específicas chegam a registrar aumentos de até 72% em sua renda (INSTITUTO RME, 2023). Isso demonstra que o fortalecimento do empreendedorismo feminino está intrinsecamente ligado à articulação entre micro ações comunitárias e políticas estruturantes.

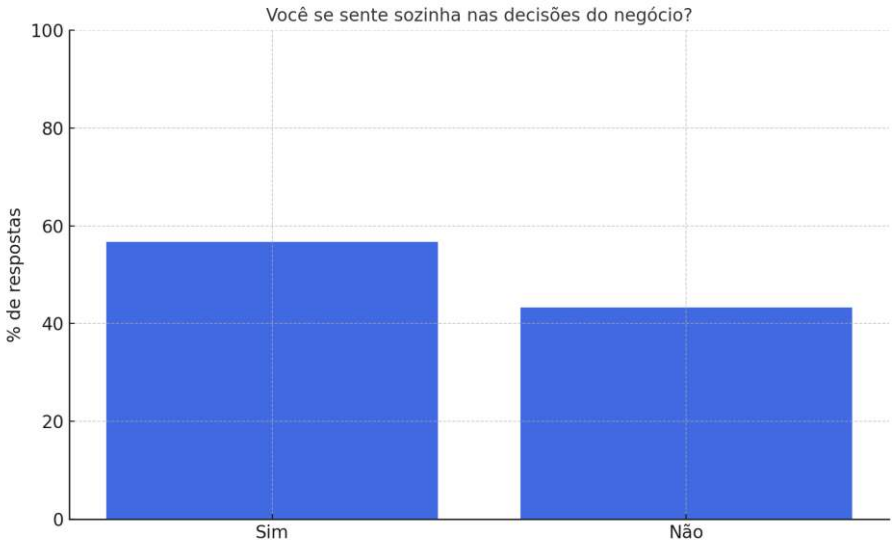
Além disso, autores como Rosa e Farias (2023) defendem que o desenvolvimento de ecossistemas de inovação inclusivos depende do reconhecimento do papel ativo das mulheres nas economias locais. As redes de apoio e as políticas públicas devem ser pensadas de forma interseccional, contemplando as múltiplas realidades vividas por mulheres negras, indígenas, periféricas, LGBTQIA+ e outras minorias, para que o empreendedorismo não reproduza exclusões históricas, mas seja de fato um vetor de transformação social.

Dessa forma, conclui-se que a promoção do empreendedorismo feminino exige uma ação articulada entre sociedade civil, Estado e setor privado. O fortalecimento de redes de apoio, o investimento contínuo em políticas públicas direcionadas e o incentivo a iniciativas locais são elementos centrais para garantir não apenas o acesso, mas também a permanência e o sucesso das mulheres no mundo dos negócios.

O gráfico abaixo apresenta as respostas à pergunta: "Você se sente sozinha nas decisões do negócio?", revelando percepções das empreendedoras sobre apoio e rede de suporte na gestão dos seus empreendimentos. Observa-se que a maioria (aproximadamente 57%) das participantes afirmou sentir-se sozinha nas decisões relacionadas ao negócio, enquanto cerca de 43% responderam que não. Esses dados sugerem uma possível carência de apoio estratégico, consultivo ou emocional, o que pode impactar negativamente a segurança e a autonomia dessas mulheres na condução de seus negócios. A ausência de redes colaborativas ou de mentoria pode ser um fator relevante a ser considerado em políticas de apoio ao empreendedorismo feminino.

ISSN: 2595-1378

Gráfico 1 - Você se sente sozinha nas decisões do negócio?



Fonte: Autores (2025).

Cerca de 57% das mulheres empreendedoras relataram sentir-se sozinhas nas tomadas de decisão relacionadas ao seu negócio, enquanto apenas 43% afirmaram não vivenciar esse sentimento. Esse dado revela uma realidade comum entre mulheres empreendedoras, que frequentemente enfrentam o desafio de gerir seus empreendimentos de forma isolada, sem apoio técnico, estratégico ou emocional. A situação torna-se ainda mais complexa quando se observa que 63% dessas mulheres acumulam responsabilidades domésticas e empresariais diariamente, de acordo com dados da Agência Sebrae (agenciasebrae.com.br).

A dupla jornada de trabalho, somada à informalidade de muitos negócios femininos, contribui significativamente para esse isolamento, dificultando o acesso a redes de apoio, formação de parcerias ou mesmo momentos de descanso e reflexão. Esse cenário reforça a importância estratégica da mentoria e da participação ativa em redes colaborativas, que podem atuar como espaços de escuta, orientação e troca de experiências.

Tais estruturas não apenas oferecem suporte técnico, mas também funcionam como antídotos à solidão empreendedora, fortalecendo a confiança e a tomada de decisões coletivas, compartilhadas e mais seguras. Investir em ambientes de apoio emocional e profissional é, portanto, essencial para garantir o bem-estar e a sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres.

Segundo o Relatório da Rede Mulher Empreendedora (RME, 2023), o apoio emocional e técnico é fundamental para o sucesso e a sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres, principalmente em um cenário onde elas frequentemente enfrentam isolamento decisório, múltiplas

jornadas e baixa formalização. A pesquisa também mostra que empreendedoras com redes de apoio mais estruturadas tendem a ter maior resiliência e capacidade de adaptação diante de desafios.

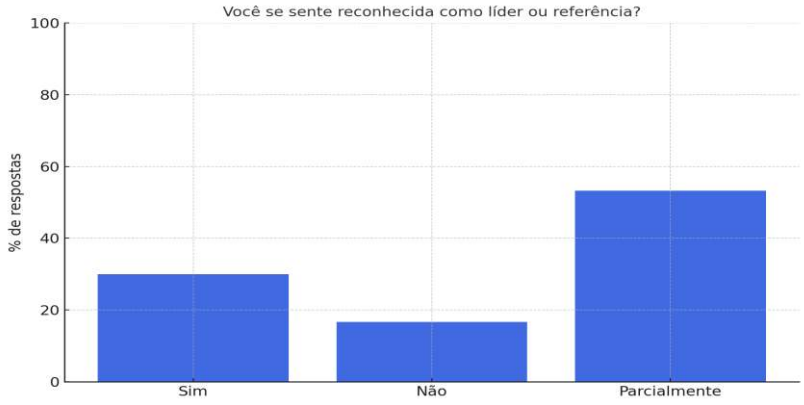
Além disso, autores como Hirata (2023) destacam que o compartilhamento de experiências entre mulheres — como relatado por quem busca ajuda em outras empreendedoras nas redes sociais — tem papel fundamental no fortalecimento da identidade empreendedora feminina, funcionando como uma forma de resistência simbólica frente às desigualdades estruturais de gênero. A confiança em vínculos pessoais (como maridos, filhos, sócios e irmãs), embora valiosa, também aponta para a necessidade de ampliar o acesso a redes profissionais e formais, como o Sebrae, que foi citado em algumas respostas e é reconhecido por oferecer capacitação e consultoria especializadas.

Por fim, a resposta bem-humorada de uma participante, que menciona recorrer à própria "sabedoria de vida", "aos estudos" e "à tecnologia com leveza e criatividade", ilustra a autonomia e inventividade que muitas empreendedoras desenvolvem. Isso está alinhado com a noção de empreendedorismo como trajetória subjetiva e empoderadora, como defendem autores do PNUD (2024), onde as decisões não são tomadas apenas com base em planilhas, mas também em valores, intuições e experiências de vida acumuladas.

Quando questionadas sobre sua autopercepção como líderes ou referências em seus contextos de atuação, apenas 30% das participantes afirmaram se enxergar plenamente nessa posição. Outros 17% não se reconhecem como líderes, enquanto uma parcela significativa, 53%, identifica-se parcialmente com esse papel. Esses dados revelam uma lacuna importante entre a prática empreendedora e o reconhecimento simbólico da liderança feminina, mesmo entre mulheres que já desempenham papéis relevantes em suas comunidades e negócios.

Conforme apresenta-se no gráfico abaixo:

Gráfico 2 – Você se sente reconhecida como líder ou referência?



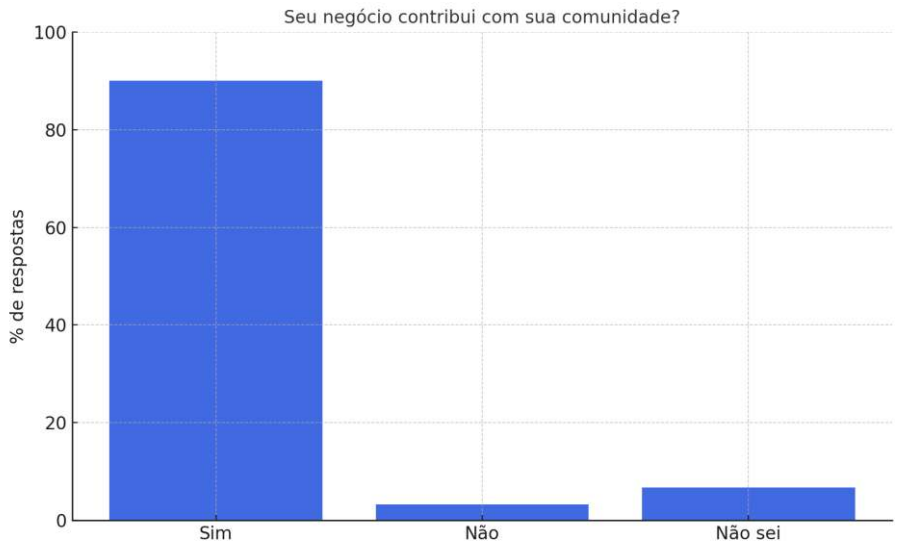
Fonte: Autores (2025).

De acordo com Hirata & Schmitt (2025), esse tipo de insegurança está profundamente enraizado em barreiras culturais, sociais e simbólicas, muitas vezes sustentadas por estereótipos de gênero que associam a liderança a traços tradicionalmente masculinos, como autoridade e racionalidade.

Isso significa que, mesmo diante de trajetórias empreendedoras bem-sucedidas, muitas mulheres ainda enfrentam dificuldades para legitimar sua própria autoridade e expertise. Nesse contexto, as redes de apoio ganham destaque como ferramentas fundamentais para o fortalecimento da autoestima e da autoconfiança, uma vez que possibilitam trocas, reconhecimento mútuo e a construção de espaços onde a liderança feminina é valorizada, encorajada e normalizada. Fortalecer essa dimensão simbólica do empreendedorismo é tão importante quanto oferecer capacitação técnica ou acesso a recursos financeiros — pois a transformação começa também no modo como as mulheres passam a se ver e a se posicionar no mundo.

Um expressivo número de participantes — 90% das entrevistadas — afirmou perceber que seus negócios representam uma contribuição direta à comunidade em que estão inseridas. Assim como pode ser visto no gráfico abaixo:

Gráfico 3 – Seu negócio contribuiu com sua comunidade?



Fonte: Autores (2025).

Essa percepção reforça a ideia de que o empreendedorismo feminino vai muito além da geração de renda individual: ele se consolida como uma ferramenta de transformação social, que impacta positivamente o entorno ao promover inclusão, autonomia e desenvolvimento local.

Com base nas 27 respostas analisadas, é possível afirmar que as empreendedoras reconhecem fortemente o impacto positivo de seus negócios na comunidade, revelando um empreendedorismo com forte dimensão social, cultural e afetiva. A percepção das participantes vai além do lucro: há um entendimento claro de que seus empreendimentos contribuem com a geração de empregos, movimentação da economia local, valorização da cultura e fortalecimento da autoestima, especialmente de mulheres, clientes e colaboradores.

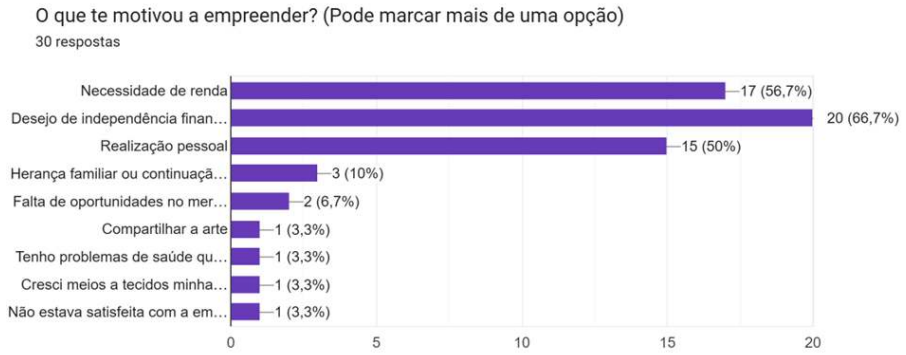
Segundo o Relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2023) e a Rede Mulher Empreendedora (RME, 2023), o empreendedorismo feminino no Brasil é frequentemente motivado não apenas pela necessidade, mas também pelo desejo de gerar impacto social e empoderar outras mulheres. Autoras como Schimidt & Hirata (2024) apontam que negócios liderados por mulheres tendem a adotar modelos mais colaborativos, inclusivos e sensíveis às necessidades da comunidade.

Em contrapartida, uma única resposta negativa (“não”) e algumas ausências de menções a políticas públicas ou apoios estruturados evidenciam que o impacto social percebido ainda ocorre majoritariamente por esforço próprio, e não necessariamente como resultado de ações institucionais.

Portanto, os dados indicam que o empreendedorismo feminino em Picos é movido por propósito, pertencimento e transformação social, sendo um potente agente de desenvolvimento local, como defendem autores como Almeida e Ribeiro (2023), que destacam o papel da mulher empreendedora como protagonista da economia solidária, afetiva e comunitária.

Entre as participantes da pesquisa, 67% apontaram a busca por independência financeira como a principal razão para iniciar um negócio próprio. Além disso, 57% relataram que empreendem por necessidade de geração de renda, enquanto 50% identificaram a realização pessoal como um fator determinante em sua decisão. Esses dados refletem uma tendência nacional já apontada por levantamentos como o do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), que indicam que 55% das mulheres brasileiras empreendem motivadas por necessidade (rme.net.br).

Gráfico 4 – O que te motivou a empreender?

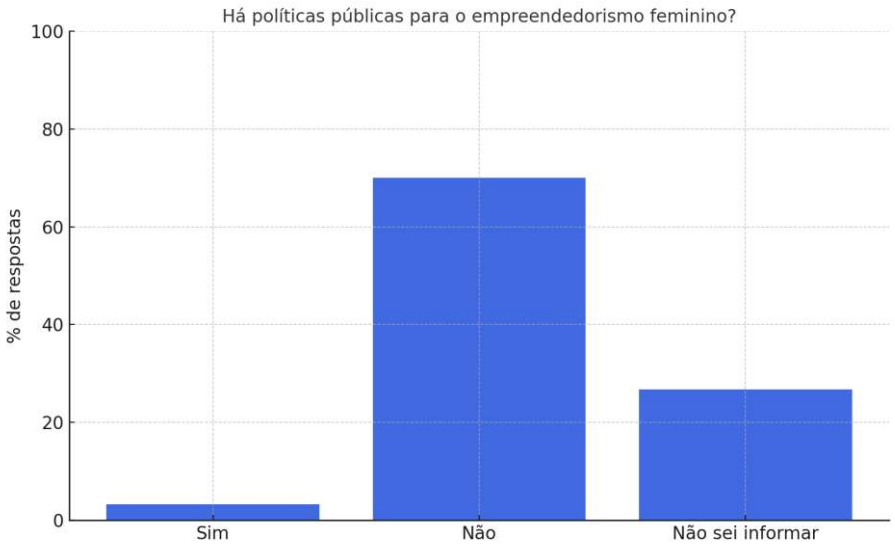


Fonte: Autores (2025).

O empreendedorismo feminino é impulsionado por uma combinação de fatores: a necessidade de superar a vulnerabilidade econômica e o desejo de autonomia e propósito pessoal. Como ressalta o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), essa atividade vai "além da simples atividade econômica" e se torna "uma estratégia de empoderamento, resistência e afirmação de identidade".

Apesar de sua importância, há um grande desconhecimento sobre as políticas públicas de apoio. A pesquisa mostra que apenas 3% das empreendedoras as reconhecem, enquanto 70% as desconhecem e 27% não souberam informar.

Gráfico 5 – Há políticas públicas para o empreendedorismo feminino?

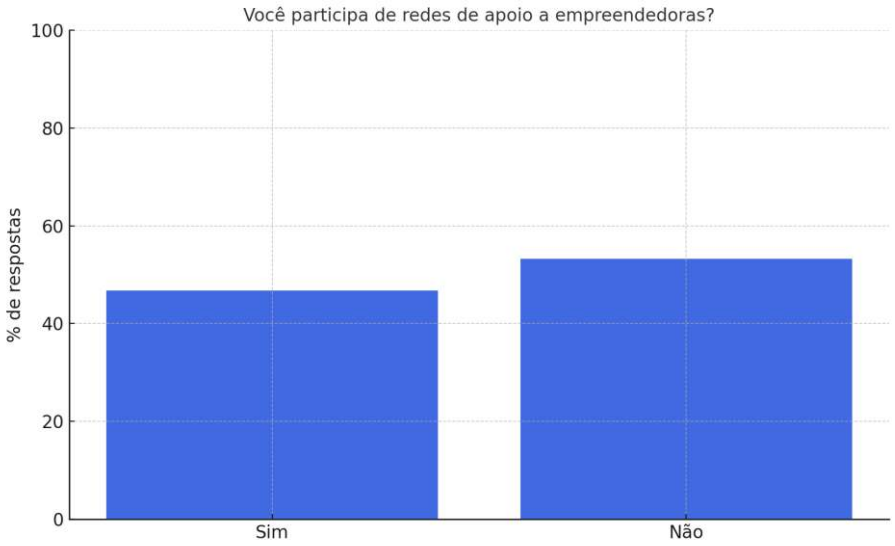


Fonte: Autores (2025).

Esse cenário evidencia uma desconexão significativa entre as políticas existentes e a sua visibilidade ou efetividade junto ao público-alvo. Embora programas relevantes estejam em vigor, como a “Estratégia Elas Empreendem” (lançada em 2024) e o “Brasil Pra Elas” — iniciativas apoiadas por instituições como a ONU Mulheres, o PNUD e redes de apoio regionais como a CDL Recife —, sua baixa penetração entre as mulheres empreendedoras revela falhas na divulgação, acessibilidade restrita e limitações quanto ao alcance prático dessas ações.

Apenas 47% das participantes afirmaram participar de redes de apoio, enquanto 53% declararam não estar inseridas nesses espaços. Assim como pode ser visto no gráfico abaixo:

Gráfico 6 – Você participa de redes de apoio a empreendedoras?



Fonte: Autores (2025).

Essa baixa adesão revela uma fragilidade significativa no ecossistema do empreendedorismo feminino, especialmente considerando o papel essencial que essas redes desempenham.

Segundo estudos realizados pelo Itaú e pelo Sebrae, redes de apoio oferecem não apenas orientação técnica, mas também suporte emocional, mentoria e oportunidades de networking — todos elementos fundamentais para o fortalecimento da trajetória empreendedora. Tais estruturas colaborativas contribuem para reduzir o isolamento, ampliar a confiança e promover o empoderamento das mulheres nos negócios.

Assim, a baixa participação observada neste grupo sinaliza a necessidade urgente de políticas e ações que incentivem a criação, expansão e acessibilidade dessas redes, a fim de garantir um ambiente mais acolhedor, resiliente e colaborativo para as empreendedoras.

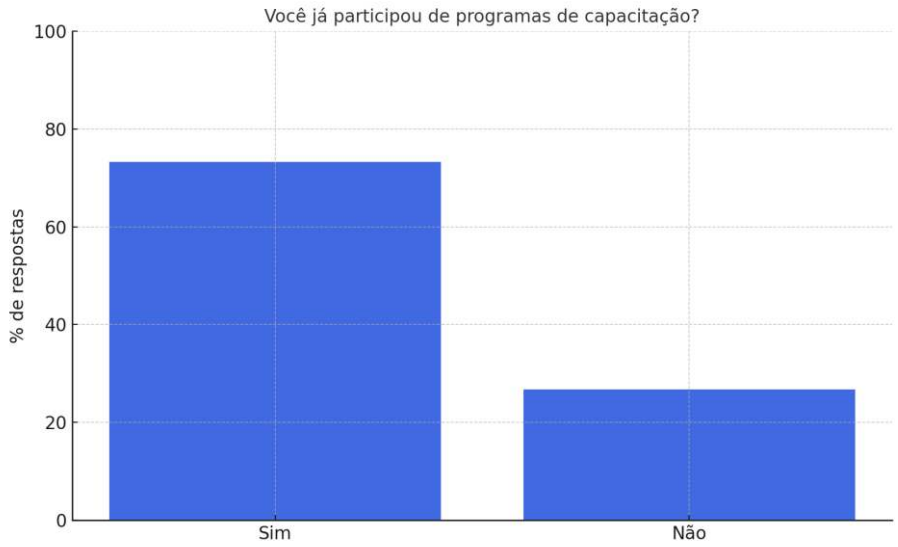
A maioria das participantes citou iniciativas como FEMMEPI (Feira de Mulheres Microempreendedoras de Picos), "Juntas Podemos Mais", Feemepi, Inspira Mulher e ACINPI, indicando que as redes locais de apoio e feiras colaborativas têm papel essencial no incentivo e na visibilidade das empreendedoras. Esses espaços funcionam como ecossistemas de troca de conhecimento, fortalecimento emocional e acesso a oportunidades comerciais, como já apontam estudos como o de Santos e Carvalho (2023) e o Relatório Itaú Mulher Empreendedora (2023). O Sebrae também foi mencionado, demonstrando seu papel relevante no oferecimento de capacitações e orientação para formalização e gestão dos negócios.

Por outro lado, os desafios mencionados escancaram a sobreposição de papéis enfrentada por muitas mulheres, como conciliar maternidade, trabalho doméstico e a gestão do negócio, o que está amplamente discutido na literatura (HIRATA, 2024; BARDI & MARTINS, 2023).

A resposta mais detalhada, que relata o apoio do marido, destaca como as redes familiares também podem exercer um papel importante na sustentação do empreendimento, embora isso ainda não substitua políticas públicas eficazes ou estruturas institucionais sólidas. Isso corrobora estudos recentes da ONU Mulheres (2023), que alertam que a informalidade e a sobrecarga doméstica impactam diretamente a capacidade de crescimento dos negócios femininos.

Portanto, os dados revelam um cenário de grande resiliência, criatividade e apoio entre pares, mas ainda marcado por desigualdades de gênero estruturais, escassez de apoio institucional e necessidade de políticas públicas efetivas Um expressivo 73% das participantes relataram já ter participado de programas de capacitação voltados ao empreendedorismo. Assim como pode ser visto no gráfico abaixo:

Gráfico 7 – Você já participou de programas de capacitação?



Fonte: Autores (2025).

A relevância desses programas é amplamente reconhecida na literatura atual. O programa “Ela Pode”, desenvolvido pelo Google em parceria com o Instituto Rede Mulher Empreendedora (RME), evidenciou resultados significativos: até 72% das mulheres relataram aumento de renda após participarem de formações acompanhadas de mentoria (Fonte: institutorme.org.br). Isso reforça que capacitação não é apenas uma etapa formativa, mas um fator de transformação econômica e social.

Além disso, programas como o Sebrae Delas se destacam por integrarem aspectos técnicos e socioemocionais, promovendo o empoderamento feminino por meio do desenvolvimento de habilidades como gestão financeira, marketing e liderança.

Segundo a Agência Sebrae, essas ações contribuem diretamente para aumentar a sustentabilidade dos negócios femininos e reduzir desigualdades estruturais (Fonte: agenciasebrae.com.br).

Portanto, a elevada taxa de participação em capacitações entre as empreendedoras entrevistadas sinaliza uma postura proativa e resiliente, e reafirma que o acesso contínuo a treinamentos de qualidade é uma estratégia crucial para o crescimento dos negócios femininos, especialmente em contextos marcados pela informalidade e desigualdade de oportunidades.

As respostas revelam que o Sebrae é citado de forma predominante como o principal instrumento de apoio na trajetória empreendedora das participantes. Cursos, oficinas, consultorias e programas como o Empretec são frequentemente mencionados, reforçando o papel institucional do Sebrae como um dos pilares na capacitação e orientação de micro e pequenas empreendedoras no Brasil. Essa atuação está em consonância com dados do próprio Sebrae (2024), que indicam que mais de 60% das mulheres que participam de programas de capacitação relatam melhora na gestão e nas vendas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O protagonismo feminino no empreendedorismo tem se consolidado como uma força transformadora, especialmente em contextos locais como o município de Picos/PI. As histórias de mulheres empreendedoras revelam trajetórias marcadas por coragem, resiliência, inovação e reinvenção, muitas vezes em meio a desafios econômicos, sociais e pessoais. Em seus relatos, observa-se que o empreendedorismo feminino vai muito além da geração de renda: é uma expressão de autonomia, identidade e impacto social.

O estudo das experiências dessas mulheres evidencia a pluralidade de motivações — desde o desejo por independência financeira até a superação de momentos de crise, como o desemprego ou dificuldades familiares. Em todos os casos, a liderança feminina aparece como eixo central, impulsionando negócios que carregam valores afetivos, culturais e comunitários.

Contudo, o fortalecimento do empreendedorismo feminino depende da existência de redes de apoio sólidas, políticas públicas eficazes e iniciativas locais sensíveis às especificidades das mulheres. Quando essas condições estão presentes, é possível observar não apenas o crescimento dos empreendimentos, mas também uma transformação mais ampla na realidade socioeconômica da região.

ISSN: 2595-1378

Em Picos/PI, as iniciativas protagonizadas por mulheres mostram o potencial de um território quando se aposta na criatividade e no talento feminino. Por isso, é fundamental continuar investindo em ações que promovam a formação, a visibilidade e o reconhecimento dessas empreendedoras, criando um ambiente mais justo, inclusivo e colaborativo.

Valorizar essas trajetórias é, acima de tudo, reconhecer que o desenvolvimento local e regional passa necessariamente pela equidade de gênero e pela valorização das mulheres como agentes fundamentais de mudança.

Como desdobramento deste estudo, recomenda-se a realização de pesquisas futuras que aprofundem a análise dos impactos do empreendedorismo feminino em diferentes setores econômicos de Picos/PI, bem como investigações comparativas com outros municípios do semiárido piauiense. Além disso, estudos qualitativos mais extensos, com entrevistas em profundidade e acompanhamento longitudinal das trajetórias das empreendedoras, podem revelar mudanças ao longo do tempo e os efeitos de políticas públicas de apoio. Outra possibilidade é explorar, de forma mais detalhada, a influência das novas tecnologias e da economia digital no fortalecimento dos negócios liderados por mulheres, ampliando o debate sobre inovação e inclusão no contexto local. Assim, espera-se que esta pesquisa sirva de base para novas reflexões acadêmicas e contribua para a formulação de estratégias cada vez mais eficazes de incentivo ao protagonismo feminino no empreendedorismo regional.

REFERÊNCIAS

AHL, H. **A lacuna de gênero no empreendedorismo: Uma revisão da literatura sobre o empreendedorismo feminino**. *Journal of Business Venturing*, 2019.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade e resistência: gênero, raça e classe em diálogo**. São Paulo: Editora XYZ, 2018.

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

BRASIL. **Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016**. *Diário Oficial da União*, Brasília, 2016.

CANDÉLLO, Heloisa *et al.* **Sistemas digitais para microcrédito e empoderamento financeiro no Nordeste brasileiro: uma análise a partir da inteligência artificial**. *arXiv*, 2024.

CHAMMAS, M.; SILVA, L. **Empreendedorismo feminino no Brasil: barreiras e oportunidades**. *Revista de Administração Contemporânea*, 2023.

CRESWELL, John W. **Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2019.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Pesquisa de métodos mistos**. Porto Alegre: Penso, 2018.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

DANGELICO, R. M.; PANNI, M. **Empreendedoras e inovação: Uma revisão abrangente**. *Journal of Business Research*, 2020.

DAVIS, Angela Y. **Mulheres, raça e classe**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2022.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2020.

FLICK, Uwe. **Pesquisa qualitativa: métodos e desafios contemporâneos**. São Paulo: Vozes, 2020.

FONTANELLA, Beatriz J. de O. *et al.* **Researcher–researched relationship in qualitative research: implications for research ethics**. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 2018.

FONTANELLA, Bianca J. *et al.* **Pesquisa qualitativa: ética e técnicas**. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2021.

GUEST, Greg; BUNCE, Arwen; JOHNSON, Laura. **How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability**. *Field Methods*, 2020.

GUEST, Greg; BUNCE, Emily; JOHNSON, Laura. **How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability**. *Field Methods*, 2020.

HOOKS, bell. **Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.

JUCEPI. **Dados sobre empreendedorismo feminino no Piauí**. Teresina, 2023.

KABEER, N. **Empoderamento e a economia da igualdade de gênero**. Oxford University Press, 2019.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2020.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2019.

MOVIMENTO MULHER 360. **Empreendedoras e seus negócios 2024**. Disponível em: https://movimentomulher360.com.br.

NASCIMENTO, Silvânia S. **O protagonismo feminino e as instituições: desafios para a equidade de gênero**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 2021.

OLIVEIRA, Ana L. *et al.* **Desafios do empreendedorismo feminino no Brasil contemporâneo**. *Revista Brasileira de Empreendedorismo*, 2022.

PERROT, D. **Gênero e empreendedorismo: Examinando o papel das políticas e desigualdades estruturais**. *Gender, Work & Organization*, 2020.

PRISCILLA DE SÁ. **Palestras e mentorias na Rede Mulher Empreendedora e SEBRAE Piauí**. Disponível em: https://pi.agenciasebrae.com.br.

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro?** São Paulo: Pólen, 2019.

RME – REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Rede com mais de 500 mil empreendedoras, mentorias, cursos online e marketplace**. Disponível em: https://rme.net.br.

SANTOS, João Paulo *et al.* **Aplicação de questionários online para coleta de dados em pesquisas sociais**. *Revista Brasileira de Pesquisa*, 2023.

SANTOS, Juliana M.; SILVA, Ricardo A.; OLIVEIRA, Larissa F. **Uso de plataformas digitais em pesquisas remotas: potencialidades e desafios**. *Revista de Metodologia Científica*, 2023.

SCHNEIDER, A. **Mulheres nos negócios: Quebrando barreiras nos setores dominados por homens**. *Journal of Gender Studies*, 2021.

SEBRAE PI. **Circuito Estadual de Empreendedorismo Feminino 2024/2025 e Prêmio Mulher de Negócios 2024**. Disponível em: https://pi.agenciasebrae.com.br.

SILVA, Bruno Dantas da; RAMOS, Maria Eduarda Beccari da Silva; SOUSA, Washington Sabino de. **Empreendedorismo feminino no Brasil: uma revisão bibliométrica**. *ResearchGate*, 2023.

SILVA, F.; OLIVEIRA, L. **Empreendedorismo e gênero: O papel das mulheres na transformação das práticas empresariais**. *Journal of Women's Entrepreneurship*, 2022.

SILVA, Maria Clara; OLIVEIRA, Ana Paula. **Uso do Google Forms em pesquisas acadêmicas: vantagens e desafios**. *Cadernos de Metodologia*, 2022.

SOUZA, A.; LIMA, L. **Barreiras ao empreendedorismo feminino em áreas de baixo poder aquisitivo: Uma análise crítica**. *Journal of Entrepreneurship and Social Change*, 2021.

SOUZA, Sophia; LIMA, Ana. **Microcrédito e empreendedorismo feminino: impacto e desafios no Nordeste**. *Revista Nordeste de Economia*, 2024.

VIEIRA, Diego Mota; VIEIRA, Mariana; ENES, Yuri. **Motivações e barreiras no empreendedorismo feminino: análise da autogestão e liderança**. 2022.

VIANA, Anderson et al**. A intenção de empreender entre estudantes de administração**. *ERR01*, [s. l.], v. 10, n. 3, p. e7751, 2025. DOI: 10.56238/ERR01v10n3-033. Disponível em: https://periodicos.newsciencepubl.com/err01/article/view/7751