



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI
CAMPUS UNIVERSITÁRIO PROFESSOR BARROS ARAÚJO – PICOS
CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO



**PROTAGONISMO FEMININO: HISTÓRIAS DE
EMPREENDEDORISMO EM PICOS/PI**

MARIA JACKELINE DE MOURA LUZ

PICOS-PI
2025

MARIA JACKELINE DE MOURA LUZ

**PROTAGONISMO FEMININO: HISTÓRIAS DE
EMPREENDEDORISMO EM PICOS/PI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração de Empresas da Universidade Estadual do Piauí, campus de Picos como requisito para obtenção do título de bacharel.

Orientador (a): Profa. Me. Marissol Lopes Soares

**PICOS
2025**

L979p Luz, Maria Jackeline de Moura.

Protagonismo feminino: histórias de empreendedorismo em Picos- PI/
Maria Jackeline de Moura Luz. - 2025.

72f.: il.

Monografia (graduação) - Universidade Estadual do Piauí - UESPI, Curso
de Bacharelado em Administração, Campus Professor Barros Araújo, Picos -
PI, 2025.

"Orientador: Prof.^a Me. Marissol Lopes Soares".

1. Empreendedorismo feminino. 2. Protagonismo Feminino. 3.
Transformação Socioeconômica. I. Soares, Marissol Lopes . II. Título.

CDD 658

Ficha elaborada pelo Serviço de Catalogação da Biblioteca da UESPI ANA
ANGELICA PEREIRA TEIXEIRA (Bibliotecário) CRB-3^a/1217

MARIA JACKELINE DE MOURA LUZ

**PROTAGONISMO FEMININO: HISTÓRIAS DE
EMPREENDEDORISMO EM PICOS/PI**

Monografia apresentada ao Curso de Administração
como um dos requisitos para a obtenção do título de
Bacharel em Administração de empresas pela
Universidade Estadual do Piauí/UESPI.

Data da aprovação: ____/____/____ **Nota:** _____

Profa. Me. Marissol Lopes Soares
Professor Orientador

Profa. Me. Maria Valdiva Barbosa Moura
Professor Membro

Profa. Dra. Ermínia Medeiros Macedo
Professor Membro

Dedico este trabalho a todas as mulheres que sonham, empreendem e transformam a realidade ao seu redor com coragem e determinação. Mulheres que, mesmo diante das barreiras sociais, econômicas e culturais, escolhem acreditar em si mesmas e seguir em frente. Aquelas que, mesmo diante dos desafios, escolhem ocupar espaços, construir caminhos e transformar realidades. Àquelas cujas histórias me inspiraram ao longo desta pesquisa, deixo minha profunda admiração — vocês são prova viva de que o protagonismo feminino é real, necessário e transformador.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado de algo que sempre fez parte de mim: a admiração profunda pelo empreendedorismo feminino. Desde cedo, fui inspirada por histórias de mulheres que enfrentaram desafios e, com criatividade, resiliência e coragem, construíram seus próprios caminhos. Como empreendedora, vejo nesse movimento não apenas uma estratégia de sobrevivência, mas uma verdadeira expressão de protagonismo, força e transformação social. Foi esse sentimento de pertencimento e inspiração que me motivou a desenvolver esta pesquisa — para que outras vozes também sejam ouvidas e valorizadas.

Agradeço à minha orientadora, a professora Marissol Lopes Soares, pela orientação atenta, pelo incentivo constante e pela sensibilidade com que acompanhou cada etapa deste processo. Sua escuta aberta e dedicação foram fundamentais para o amadurecimento deste trabalho.

Aos professores do curso de Administração da UESPI – Campus Professor Barros Araújo, registro minha gratidão por contribuírem com minha formação acadêmica e por instigarem reflexões que me acompanharão para além da graduação.

Às mulheres empreendedoras de Picos-PI que participaram deste estudo, expresso minha mais sincera admiração. Obrigada por compartilharem suas vivências com coragem, generosidade e autenticidade. Suas histórias são a essência deste trabalho e a razão pela qual ele existe.

Aos colegas de curso, que estiveram ao meu lado ao longo dessa jornada, deixo meu agradecimento pela amizade, pelo apoio mútuo e pelas trocas que tornaram essa trajetória mais leve e significativa.

Que este trabalho seja, de alguma forma, um convite para que mais mulheres acreditem em seu potencial e ocupem, com orgulho, os espaços que constroem com tanto esforço e mérito.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o protagonismo feminino no empreendedorismo em Picos/PI, explorando as trajetórias de mulheres que impulsionam transformações socioeconômicas locais. A pesquisa combina revisão bibliográfica e levantamento de campo. Apesar do avanço no número de empreendedoras no Brasil, muitas enfrentam desafios como dificuldade de acesso a crédito, sobrecarga com responsabilidades familiares e discriminação de gênero. Em Picos, mulheres vêm ocupando posições de liderança e promovendo inovação, geração de renda e inclusão. O estudo busca compreender os desafios e estratégias dessas empreendedoras, destacando seu impacto na comunidade. A relevância da pesquisa se sustenta na escassez de estudos em contextos locais do interior nordestino e na necessidade de políticas públicas que fomentem a equidade de gênero no empreendedorismo. Os resultados apontaram que 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. As conclusões são que 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.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Protagonismo; Transformação socioeconômica.

ABSTRACT

The present study aims to analyze female leadership in entrepreneurship in Picos, Piauí (Brazil), exploring the stories of women who drive local socioeconomic transformations. The research combines a bibliographic review with fieldwork. Despite the growth in the number of women entrepreneurs in Brazil, many still face challenges such as limited access to credit, the burden of family responsibilities, and gender-based discrimination. In Picos, women are increasingly assuming leadership roles and promoting innovation, income generation, and social inclusion. This study seeks to understand the challenges and strategies of these entrepreneurs, highlighting their impact on the community. The relevance of this research lies in the scarcity of studies focused on local contexts in the northeastern interior of Brazil and the urgent need for public policies that foster gender equity in entrepreneurship. The results indicated that female leadership in entrepreneurship has become a transformative force, especially in local contexts like the municipality of Picos/PI. The stories of women entrepreneurs reveal paths marked by courage, resilience, innovation, and reinvention—often in the face of economic, social, and personal challenges. The conclusions show that female entrepreneurship goes far beyond income generation: it is an expression of autonomy, identity, and social impact.

Keywords: Women's entrepreneurship; Leadership; Socioeconomic transformation.

“Nada é tão nosso quanto os nossos sonhos.”

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Você se sente sozinha nas decisões do negócio?	50
Gráfico 2 – Você se sente reconhecida como líder ou referência?	52
Gráfico 3 – Seu negócio contribuiu com sua comunidade?	53
Gráfico 4 – O que te motivou a empreender?	55
Gráfico 5 – Há políticas públicas para o empreendedorismo feminino?	56
Gráfico 6 – Você participa de redes de apoio a empreendedoras?	57
Gráfico 7 – Você já participou de programas de capacitação?	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Idade.....	38
Tabela 2 – Escolaridade.....	39
Tabela 3 – Estado Civil.....	39
Tabela 4 - Filhos x Responsabilidade pela renda familiar.....	40
Tabela 5 - Se o negócio é formalizado (CNPJ, MEI, etc.)?	42
Tabela 6 - Capital próprio x Tempo empreendendo.....	44
Tabela 7 - Capital próprio x Formalização do negócio.....	46

LISTA DE ABREVIATURAS

SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UESPI	Universidade Estadual do Piauí
UFPI	Universidade Federal do Piauí
MEI	Microempreendedor Individual

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. OBJETIVOS.....	14
2.1 Objetivo Geral.....	14
2.2 Objetivos Específicos.....	14
3. REVISÃO DE LITERATURA.....	15
3.1 O Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades.....	15
3.2 O Protagonismo Feminino.....	19
3.3 O Empreendedorismo Feminino e o Desenvolvimento Socioeconômico Local.....	23
3.4 Redes de Apoio, Políticas Públicas e Iniciativas Locais.....	29
3.5 Motivações, Dificuldades e Conquistas das Mulheres Empreendedoras.....	30
4. MATERIAL E MÉTODOS.....	33
4.1 Tipo de Estudo.....	33
4.2 Campo e Sujeitos da Pesquisa.....	34
4.3 Técnicas e Instrumentos de Pesquisa.....	35
4.4 Coleta e Análise dos Dados.....	35
4.5 Aspectos Éticos.....	36
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	38
5.1 Perfil sociodemográfico.....	38
5.2 A contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento social e econômico.....	40
5.3 O papel das redes de apoio, políticas públicas e iniciativas locais no fortalecimento do empreendedorismo feminino.....	48
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
7. REFERÊNCIAS.....	64
APÊNDICES.....	67
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO – PROTAGONISMO FEMININO NO EMPREENDEDORISMO EM PICOS/PI.....	67
APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE).....	71

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho intitulado “Protagonismo feminino: histórias de empreendedorismo e transformação em Picos/PI” tem o objetivo de analisar o protagonismo feminino no empreendedorismo em Picos-PI, investigando histórias de mulheres empreendedoras, além dos impactos que suas trajetórias trazem para a transformação socioeconômica local. Para tanto recorreu-se a pesquisa bibliográfica e de campo na cidade.

Historicamente, a participação feminina no mercado de trabalho passou por várias transformações, impulsionadas, principalmente, por movimentos sociais, políticos e públicos, no contexto do Brasil o crescimento do empreendedorismo feminino ganhou destaque a partir da década de 2000, onde segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), diversas iniciativas começaram a apoiar mulheres na criação e expansão de seus negócios. “As mulheres representam cerca de 34% dos empreendedores no Brasil, e muitas delas iniciam negócios por necessidade” (Sebrae, 2022).

O Brasil é o sétimo país com maior número de empreendedores, segundo Ribeiro *et al* (2023), mais de 24 milhões de brasileiras que gerenciam seus próprios empreendimentos, movendo a economia e gerando empregos. Segundo dados do governo apresentados sobre o empreendedorismo feminino demonstram números progressivamente maiores anualmente.

O empreendedorismo feminino tem se destacado como um fator fundamental para o desenvolvimento econômico e social em diversas regiões do mundo, do Brasil, inclusive de Picos. No Piauí mulheres empreendedoras vêm assumindo um papel de liderança na criação e gestão de negócios, contribuindo para a geração de empregos, a inovação no mercado e a transformação socioeconômica local. Apesar dos avanços, essas empreendedoras ainda enfrentam desafios significativos, como a dificuldade de acesso a crédito, conciliação entre vida profissional e pessoal, preconceitos de gênero e a necessidade de fortalecer redes de apoio (Sebrae, 2022).

Diante desse cenário, este estudo busca compreender as trajetórias dessas mulheres, analisando os desafios, estratégias e impactos do empreendedorismo feminino na região. A relevância desse tema se justifica pelo crescente papel das mulheres na economia e pela necessidade de fomentar políticas públicas e iniciativas que fortaleçam o protagonismo feminino no mundo dos negócios.

Assim, surge a seguinte questão central para investigação: Quais são os desafios, estratégias e impactos do protagonismo feminino no empreendedorismo em Picos/PI, e de que forma as histórias dessas mulheres contribuem para a transformação socioeconômica local?

A justificativa para a escolha da temática parte do entendimento de que o estudo do empreendedorismo feminino em Picos/PI é relevante tanto do ponto de vista acadêmico quanto prático e social. Academicamente, colabora para o acréscimo dos estudos sobre o papel das mulheres na economia, especialmente em contextos locais. Além disso, a literatura sobre o tema ainda é insuficiente quando se trata de cidades do interior do Nordeste, tornando esta pesquisa uma contribuição preciosa para a área.

Do ponto de vista prático, compreender os desafios enfrentados pelas empreendedoras pode auxiliar na formulação de políticas públicas e iniciativas voltadas ao fortalecimento desses negócios.

Além disso, ao dar visibilidade às biografias de mulheres empreendedoras, o estudo pode inspirar outras mulheres a abraçarem caminhos idênticos, promovendo a igualdade de gênero no mercado de trabalho.

Neste sentido, o objetivo geral deste estudo é analisar o protagonismo feminino no empreendedorismo em Picos/PI, investigando histórias de mulheres empreendedoras e os impactos de suas trajetórias na transformação socioeconômica local.

Para atingir esse objetivo, foram estabelecidos os seguintes 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; Conhecer as motivações, dificuldades e conquistas das empreendedoras, destacando aspectos como liderança, inovação e resiliência.

Este trabalho está organizado em cinco capítulos, cada um abordando aspectos essenciais para a compreensão do tema: Introdução, onde se apresenta o tema e sua relevância; Objetivos, com a definição do objetivo geral e específicos; Revisão de Literatura, que aborda o empreendedorismo feminino, protagonismo, impactos sociais e econômicos, redes de apoio e políticas públicas; Material e Métodos, com a descrição do tipo de pesquisa, participantes, instrumentos e aspectos éticos; Resultados e Discussão, que analisa o perfil das participantes e os efeitos do empreendedorismo feminino; Considerações Finais, com as principais conclusões; e Referências e Apêndices, que incluem o questionário e o termo de consentimento.

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, embora crescente, ainda enfrenta uma série de desafios estruturais e culturais que dificultam o seu pleno desenvolvimento. Entre as principais barreiras, destacam-se o acesso desigual a crédito, a falta de redes de apoio robustas e os preconceitos de gênero enraizados na sociedade e no mercado de trabalho. No entanto, as mulheres empreendedoras têm mostrado resiliência e criatividade na superação dessas dificuldades, aproveitando as oportunidades que surgem para fortalecer seus negócios e transformar suas realidades.

Assim, um dos obstáculos mais significativos enfrentados pelas mulheres empreendedoras é o acesso a crédito. Segundo o estudo de Souza e Lima (2021), as mulheres, especialmente as que são negras ou moradoras de periferias, encontram mais dificuldades para acessar linhas de crédito e financiamentos em comparação aos homens. Isso ocorre devido a fatores como a falta de garantias patrimoniais e o histórico de discriminação de gênero no setor financeiro. A escassez de recursos financeiros pode limitar as possibilidades de expansão dos negócios femininos e agravar a desigualdade entre os gêneros no empreendedorismo.

A partir dessa perspectiva, observa-se também que outro desafio relevante é a falta de redes de apoio e mentoria. “A literatura de empreendedorismo indica que o sucesso de um negócio está frequentemente ligado à capacidade de criar uma rede de contatos sólida, composta por mentores, investidores e outros empreendedores” (Ahl, 2019, p.15). No entanto, mulheres, principalmente aquelas que estão começando seus empreendimentos, frequentemente não têm acesso a essas redes, o que dificulta o crescimento e a profissionalização de seus negócios.

Além disso, o preconceito de gênero continua sendo um obstáculo significativo. Mulheres ainda enfrentam desafios relacionados à desvalorização de seus trabalhos, à ideia de que o setor empresarial é um ambiente predominantemente masculino e à desconfiança em relação à sua competência para gerir negócios de grande porte. De acordo com o estudo de Dangelico e Panni (2020), as mulheres são frequentemente subestimadas, o que pode afetar suas decisões de negócios e suas relações com investidores e clientes.

Com isso, apesar dos desafios, as mulheres têm encontrado diversas formas de superar essas barreiras e transformar os obstáculos em oportunidades. Uma das formas de enfrentamento mais notáveis é a formação de redes de apoio entre mulheres empreendedoras,

como coletivos e associações que promovem a troca de experiências e a construção de alianças estratégicas. Essas redes têm sido fundamentais para a criação de espaços de diálogo e para o fortalecimento do empreendedorismo feminino em diversos setores.

Além disso, segundo Ahl, (2019) as mulheres têm se beneficiado do crescente movimento de empoderamento feminino que valoriza o protagonismo das mulheres em diversas áreas, incluindo o empreendedorismo. Um exemplo disso é o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe), que também beneficia muitas mulheres empreendedoras, ajudando a reduzir a disparidade de gênero no acesso a recursos financeiros.

Neste sentido, as novas tecnologias e a digitalização dos negócios têm se mostrado grandes aliadas das mulheres empreendedoras. A possibilidade de operar negócios de forma online tem permitido que muitas mulheres alcancem mercados globais, minimizando barreiras físicas e sociais. A pandemia de COVID-19, embora tenha imposto dificuldades, também trouxe uma oportunidade única para que mulheres se adaptassem a novos modelos de negócios, como o e-commerce e as soluções digitais (Silva e Oliveira, 2022).

Dessa forma, observa-se que a superação dos desafios no empreendedorismo feminino está intimamente ligada à resiliência e à capacidade de adaptação das mulheres. Conforme apontado por Silva e Oliveira (2022), “as mulheres empreendedoras tendem a ser mais adaptáveis a mudanças, aproveitando a flexibilidade do mercado para inovar e reinventar seus modelos de negócios”. A jornada empreendedora feminina é marcada por uma constante busca por soluções criativas e uma disposição para enfrentar as adversidades, o que fortalece o ecossistema de negócios como um todo.

Portanto, embora o empreendedorismo feminino enfrente desafios significativos, ele também está repleto de potencialidades e oportunidades. As mulheres têm mostrado que, com acesso a recursos adequados, redes de apoio e uma cultura empresarial mais inclusiva, é possível não apenas superar as barreiras, mas também inovar, criar e transformar o mercado. A superação dos obstáculos, em última análise, resulta não apenas em uma maior inclusão feminina, mas também em um impacto positivo no desenvolvimento econômico e social como um todo.

Assim, embora o empreendedorismo feminino tenha conquistado visibilidade e avançado ao longo das últimas décadas, a temática ainda é permeada por uma série de críticas que questionam a eficácia das políticas públicas, a real inclusão das mulheres no mercado e a transformação efetiva das estruturas empresariais e sociais.

Com isso, uma das principais críticas ao discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo feminino é a invisibilidade das mulheres em setores chave. “Embora haja um número crescente de mulheres empreendedoras, elas ainda são subrepresentadas em áreas de maior rentabilidade e visibilidade, como tecnologia, engenharia e setores industriais” (Schneider, 2021, p.17).

Mesmo assim, embora existam iniciativas voltadas para apoiar o empreendedorismo feminino, muitos estudiosos apontam que as políticas públicas têm sido insuficientes e pouco efetivas na transformação estrutural do mercado. Segundo Perrot (2020), as políticas públicas voltadas para o empreendedorismo feminino muitas vezes se concentram em proporcionar microcréditos ou treinamentos superficiais, sem atacar as causas estruturais da desigualdade, como a discriminação no crédito e o acesso limitado a redes de investimento. A ausência de políticas de apoio sistêmicas — que envolvam desde a educação financeira até a inclusão das mulheres em cargos de liderança — impede um real avanço no campo.

Em Picos-PI, por exemplo, programas como o Pronampe ou as linhas de crédito do Badespi têm alcançado empreendedoras locais de forma limitada, muitas vezes restritas a concessões financeiras sem o devido acompanhamento técnico, mentorias qualificadas ou suporte continuado. Essa fragilidade na execução contribui para a perpetuação das barreiras enfrentadas pelas mulheres no ambiente empreendedor, evidenciando a necessidade de políticas mais integradas, sensíveis ao contexto local e voltadas à transformação estrutural.

Outra crítica importante é a estigmatização do sucesso feminino. De acordo com Kabeer (2019), há uma tendência de descreditar as mulheres empreendedoras que alcançam sucesso, atribuindo seus resultados a fatores externos, como sorte ou apoio masculino, em vez de reconhecer suas competências e habilidades. Isso ocorre devido à persistente visão de que o sucesso empresarial é mais um domínio masculino.

Assim, Kabeer (2019, p.19) destaca ainda que, “quando mulheres empreendedoras conseguem crescer no mercado, suas histórias de sucesso são frequentemente idealizadas, de modo a criar uma imagem irrealista das dificuldades que enfrentaram”. Isso, por sua vez, impede que outras mulheres se sintam representadas e apoiadas, já que os obstáculos por elas enfrentados não são adequadamente reconhecidos nem discutidos.

Enquanto Kabeer (2029) destacou acima, estudos de Ahl (2019) e de Dangelico e Panni (2020) argumentam que em relação ao acesso a investimentos, uma crítica recorrente é que as mulheres continuam a ser marginalizadas nas grandes redes de investidores e no capital de risco. reforçam a ideia de que o ecossistema de investimento tem uma clara tendência a favorecer

empresários homens, o que resulta em uma disparidade no acesso a capital para mulheres. As mulheres enfrentam não apenas o desafio de se inserir nessas redes predominantemente masculinas, mas também lidam com percepções de risco mais altas, que frequentemente as fazem ser vistas como mais vulneráveis ou menos competentes.

Uma crítica significativa, levantada por autores como Ferreira e Lima (2021, p.21) é dos desafios enfrentados por mulheres empreendedoras é um equívoco recorrente em muitas abordagens sobre o empreendedorismo feminino. Frequentemente, destaca-se o êxito de trajetórias individuais que superaram obstáculos de forma isolada, desconsiderando os contextos sociais, econômicos e estruturais que moldam essas adversidades. Essa perspectiva reforça a ideia de que o sucesso empreendedorial depende exclusivamente de esforço pessoal, invisibilizando as múltiplas camadas de vulnerabilidade enfrentadas por grande parte das mulheres — como a sobrecarga da dupla jornada, o acesso restrito à educação de qualidade e a ausência de redes de apoio.

Por fim, é importante destacar a questão das barreiras psicológicas e sociais que impedem muitas mulheres de se lançarem ao empreendedorismo. Embora o discurso do empoderamento feminino tenha se expandido, ainda existem profundas inseguranças e medos, muitas vezes internalizados, que dificultam a entrada de muitas mulheres no mundo dos negócios. Segundo o estudo de Silva e Oliveira (2022), essas barreiras psicológicas são reforçadas por uma educação que, historicamente, não estimula as meninas a se enxergarem como líderes ou donas de seus próprios negócios.

Assim, o empreendedorismo feminino, embora seja uma importante vertente de crescimento econômico e empoderamento social, ainda apresenta desafios profundos e estruturais que merecem uma análise crítica. A sub-representação das mulheres em setores estratégicos, a falta de políticas públicas eficazes, a estigmatização do sucesso feminino e a exclusão das mulheres das redes de investimento são apenas algumas das questões que precisam ser abordadas para que se concretize uma verdadeira equidade no campo empresarial.

Em conclusão, o empreendedorismo feminino, apesar de seu crescimento e do impacto positivo que tem gerado na economia e na sociedade, ainda enfrenta desafios significativos que precisam ser discutidos e abordados com mais profundidade. A invisibilidade das mulheres em setores chave, a falta de políticas públicas efetivas, o estigma em torno do sucesso feminino, a exclusão das redes de investimento e as barreiras psicológicas que ainda permeiam a sociedade são questões que não podem ser ignoradas.

Todavia, essas mudanças exigem um comprometimento coletivo, tanto do setor privado quanto do público, além de uma mudança cultural mais ampla que reconheça e valorize as contribuições das mulheres como líderes e inovadoras. As críticas levantadas pelos estudiosos sobre as limitações atuais ajudam a fortalecer o debate e a construção de soluções mais inclusivas, permitindo que o empreendedorismo feminino não seja apenas uma narrativa de superação individual, mas um movimento verdadeiramente transformador.

A construção de um ambiente mais equitativo, acessível e justo para as mulheres empreendedoras não só contribuirá para o crescimento econômico, mas também para a promoção de uma sociedade mais inclusiva, na qual as mulheres possam exercer seu potencial de maneira plena e sem restrições. O futuro do empreendedorismo feminino depende do enfrentamento desses desafios e da criação de um caminho mais igualitário e sustentável para todas as mulheres.

3.2 O Protagonismo Feminino

O protagonismo feminino tem ganhado destaque nas últimas décadas como parte essencial da luta por equidade de gênero e justiça social. Apesar dos avanços conquistados, ainda há inúmeros desafios a serem enfrentados para que as mulheres possam exercer plenamente seu papel como protagonistas em diferentes esferas da sociedade. Segundo Djamila Ribeiro (2019, p.23), “o protagonismo feminino deve ser compreendido não apenas como a presença de mulheres em espaços de poder, mas como a efetiva participação dessas mulheres na construção de discursos, decisões e ações transformadoras”.

Sendo assim, historicamente marginalizadas, as mulheres enfrentam barreiras estruturais que limitam seu acesso a oportunidades em áreas como política, mercado de trabalho, educação e ciência. Conforme aponta Carla Akotirene (2018), essas barreiras são ainda mais intensas quando se considera a interseccionalidade — ou seja, a sobreposição de opressões de gênero, raça e classe, que impactam especialmente mulheres negras e periféricas.

No entanto, apesar dos obstáculos, o avanço de políticas públicas voltadas à equidade de gênero e o fortalecimento de movimentos sociais feministas têm possibilitado uma nova configuração dos espaços de poder e representação. Autoras como Angela Davis (2022) reforçam a importância da solidariedade entre mulheres e da conscientização coletiva para romper com os modelos patriarcais e promover a emancipação feminina.

Vendo isto, do ponto de vista das oportunidades, destaca-se o crescimento da presença feminina em cargos de liderança, na política e na produção acadêmica. Iniciativas como cotas de gênero, programas de empreendedorismo feminino e ações afirmativas têm ampliado o acesso das mulheres a espaços historicamente dominados por homens. Entretanto, como alerta Nascimento (2021), a ocupação desses espaços precisa estar acompanhada de um compromisso com a transformação estrutural das instituições e com a valorização da diversidade das experiências femininas.

Portanto, o protagonismo feminino representa um caminho de resistência, afirmação e construção de novas narrativas. Para que esse protagonismo se consolide, é necessário enfrentar os desafios com políticas efetivas de inclusão e promover uma educação crítica e emancipadora, como defendem hooks (2020) e Ribeiro (2019). Só assim será possível garantir que as oportunidades sejam realmente acessíveis a todas as mulheres, em sua pluralidade e complexidade.

O empreendedorismo feminino tem se destacado como um fator importante de transformação nas relações de gênero, refletindo não apenas no desenvolvimento econômico, mas também na reconfiguração de normas sociais e culturais relacionadas ao papel das mulheres na sociedade. Nos últimos anos, o aumento da participação feminina no mercado empreendedor tem gerado efeitos profundos nas dinâmicas de poder, no espaço social e econômico, e nas estruturas de negócios (Silva e Oliveira, 2022).

Além disso, o aumento da presença das mulheres no empreendedorismo tem sido um catalisador significativo para a mudança nas relações de gênero. Conforme argumenta Ahl (2019), o empreendedorismo oferece às mulheres a oportunidade de transgredir as limitações impostas pelas normas de gênero tradicionais, permitindo-lhes assumir papéis de liderança e controle financeiro que historicamente foram reservados aos homens. O simples fato de as mulheres estarem gerenciando seus próprios negócios desafia as normas patriarcais, promovendo uma reconfiguração das relações de poder dentro e fora do ambiente de trabalho.

Corroborando com o que foi visto no parágrafo anterior, Kabeer (2019) também afirma que, ao ingressarem no universo do empreendedorismo, as mulheres não apenas ampliam sua autonomia financeira, mas também transformam sua posição nas dinâmicas familiares e sociais. O fato de gerarem sua própria renda e conduzirem um negócio contribui para uma nova valorização do papel feminino, ajudando a reduzir as desigualdades de gênero e fortalecendo sua imagem como protagonistas da economia.

Além disso, no que diz respeito à economia local, o impacto do empreendedorismo feminino tem sido significativo. Segundo Perrot (2020), as mulheres empreendedoras têm contribuído para a criação de novas fontes de emprego, especialmente em áreas que muitas vezes são negligenciadas ou dominadas por setores tradicionais. O empoderamento econômico das mulheres, por meio de seus próprios negócios, tem levado à diversificação da economia, abrindo espaço para novos produtos, serviços e soluções inovadoras que atendem a uma gama mais ampla de consumidores.

Sendo assim, o empreendedorismo feminino é frequentemente associado ao fortalecimento de setores voltados para o bem-estar social, como educação, saúde e serviços comunitários. Isso tem se refletido positivamente na criação de empregos para outras mulheres, muitas das quais podem não ter acesso a empregos formais em empresas convencionais. Schneider (2021, p.27) aponta que “as empresas lideradas por mulheres tendem a adotar práticas mais inclusivas, como a promoção da flexibilidade no trabalho e o incentivo ao equilíbrio entre vida pessoal e profissional”.

A partir do que foi visto no parágrafo anterior, a contribuição das mulheres para a diversificação dos negócios é outro aspecto relevante. Dangelico e Panni (2020) argumentam que, ao se dedicarem a áreas menos exploradas por empresários masculinos, as mulheres introduzem novos modelos de negócios, frequentemente baseados em inovação social e sustentabilidade. As mulheres empreendedoras têm demonstrado uma capacidade única de integrar valores sociais e comunitários em seus projetos empresariais, o que contribui para o fortalecimento da economia local, estimulando não apenas o crescimento econômico, mas também a coesão social.

Além do mais, o impacto do empreendedorismo feminino também se reflete nas percepções de gênero dentro do mercado de trabalho. Conforme Silva e Oliveira (2022, p. 27) observam, “as mulheres empreendedoras têm sido responsáveis por quebrar estereótipos e redefinir o que significa ser uma “líder” ou um “empresário”. A presença crescente das mulheres no mundo dos negócios está forçando uma reavaliação das noções de competência, liderança e sucesso, abrindo caminho para a promoção de ambientes de trabalho mais diversos e inclusivos.

Assim, o aumento do número de mulheres nos negócios também gera um efeito transformador nas políticas corporativas e governamentais. Cada vez mais, as empresas estão adotando estratégias de inclusão de gênero, como a implementação de quotas de liderança feminina e a promoção de programas de apoio a empreendedoras. O empreendedorismo feminino está, assim, contribuindo não apenas para a transformação das relações de gênero

dentro das empresas, mas também para a diversificação e inclusão nas políticas públicas voltadas para o mercado de trabalho.

No entanto, apesar dos avanços, Perrot (2020) alerta que, apesar dos avanços, as mulheres ainda esbarram em obstáculos relevantes no caminho do empreendedorismo, como a dificuldade de acesso a linhas de crédito e investimentos, além de barreiras culturais e o preconceito de gênero. A limitação no financiamento, especialmente para ampliar seus negócios, segue como um dos desafios mais recorrentes. Além disso, a presença feminina permanece reduzida em setores mais lucrativos e estratégicos, como tecnologia e indústrias de base, onde normas e estigmas de gênero ainda dificultam a inserção e permanência das mulheres.

Neste sentido, o impacto do empreendedorismo feminino nas relações de gênero é profundo e multifacetado. Ao promover uma maior presença das mulheres no mercado de trabalho e nos negócios, tem-se observado uma transformação nas dinâmicas de poder, tanto nas relações familiares quanto nas corporativas.

No entanto, a transformação nas relações de gênero e a verdadeira equidade no empreendedorismo feminino dependem da eliminação de obstáculos persistentes, como o acesso ao crédito e a promoção de políticas públicas mais eficazes. Para que o impacto do empreendedorismo feminino se consolide e gere uma mudança estrutural nas relações de gênero, é essencial que os governos, instituições financeiras e empresas promovam uma agenda de igualdade de oportunidades que permita que as mulheres empreendedoras prosperem de maneira justa e sustentável.

Assim, o empreendedorismo feminino tem se mostrado uma força transformadora, não só para a economia, mas também para a redefinição das normas de gênero na sociedade. Contudo, para que essa transformação seja completa e sustentável, é crucial que as barreiras ainda enfrentadas pelas mulheres, como o acesso a financiamento e a superação de preconceitos de gênero, sejam efetivamente abordadas. As contribuições dos autores citados ajudam a refletir sobre as múltiplas dimensões desse impacto, apontando tanto as vitórias quanto as áreas que ainda precisam de evolução.

Portanto, a transformação das relações de gênero e a diversificação das economias locais através do empreendedorismo feminino são processos complexos, mas que têm o potencial de gerar mudanças profundas, tornando o mercado mais inclusivo e as sociedades mais equitativas. As próximas etapas exigem esforços conjuntos de políticas públicas, instituições financeiras e

iniciativas sociais para garantir que o potencial das mulheres empreendedoras seja completamente realizado, criando um ambiente mais justo e próspero para todos.

3.3 O Empreendedorismo Feminino e o Desenvolvimento Socioeconômico Local

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como um importante motor para o desenvolvimento socioeconômico local, especialmente em regiões como o semiárido piauiense. Em municípios como Picos-PI, as mulheres vêm assumindo papéis centrais na geração de renda e dinamização da economia, enfrentando desafios históricos relacionados à desigualdade de gênero e acesso a recursos. De acordo com dados recentes da Agência de Fomento e Desenvolvimento do Piauí (Badespi), apenas em 2024 foram investidos mais de R\$ 21 milhões em linhas de crédito específicas para mulheres empreendedoras, por meio de programas como o Fomento Mulher, que oferece microcrédito com juros reduzidos, capacitações e orientação técnica. Esse programa já beneficiou mais de 1.300 mulheres em mais de 300 municípios piauienses, promovendo autonomia financeira e inclusão produtiva (Silva e Oliveira, 2022).

A experiência de empreendedoras locais tem ganhado visibilidade. Um exemplo emblemático é o da empresária picoense Elaine Maria Vitoriano, homenageada em 2025 com o Prêmio Nacional de Inclusão Socioeconômica após captar recursos da Badespi e expandir seu negócio, gerando emprego e renda em sua comunidade. Esse tipo de trajetória evidencia o potencial de transformação social que o empreendedorismo feminino representa, sobretudo quando acompanhado por políticas públicas eficazes e apoio institucional contínuo.

Estudos acadêmicos desenvolvidos no estado, como o trabalho “Mulheres que empreendem: um estudo realizado no setor de vestuário na cidade de Picos-PI”, elaborado por alunas da Universidade Federal do Piauí (UFPI), revelam que as mulheres empreendedoras do setor possuem, em sua maioria, entre 25 e 45 anos, ensino médio completo e atuam por necessidade, mas também por motivação pessoal e desejo de independência. Contudo, o mesmo estudo aponta fragilidades na gestão financeira, marketing digital, formalização dos negócios e acesso a capacitações regulares (Silva e Oliveira, 2022).

Apesar disso, os impactos positivos do empreendedorismo feminino são expressivos. Ao ocuparem espaços no comércio, nos serviços, na economia criativa e em pequenos negócios, as mulheres contribuem para o fortalecimento do mercado local, a diminuição das desigualdades sociais e o empoderamento comunitário. Em Picos, por exemplo, há um aumento perceptível na atuação feminina em setores como alimentação, moda, estética e serviços de

tecnologia, revelando uma diversificação da economia e criação de novas oportunidades de trabalho e inovação (Silva e Oliveira, 2022).

Portanto, o fortalecimento do empreendedorismo feminino deve ser entendido como uma estratégia essencial para o desenvolvimento socioeconômico sustentável, sobretudo em cidades do interior do país. É necessário continuar promovendo políticas de crédito acessível, capacitação técnica, inclusão digital e visibilidade para as mulheres empreendedoras. Dessa forma, será possível não apenas estimular a geração de renda, mas também contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, participativa e economicamente ativa.

O empreendedorismo feminino tem se tornado uma força significativa na transformação das condições sociais, econômicas e pessoais das mulheres. Esse fenômeno não apenas contribui para a melhoria de suas condições financeiras, mas também gera mudanças profundas nas dinâmicas de poder e autonomia, permitindo que as mulheres exerçam maior controle sobre suas vidas e carreiras. Além disso, o empreendedorismo feminino tem o potencial de afetar positivamente a autoestima, a percepção de si mesmas e o papel das mulheres na sociedade. Autores contemporâneos têm discutido esses impactos, destacando como o empreendedorismo pode ser uma ferramenta poderosa de emancipação e transformação.

Assim, um dos principais impactos do empreendedorismo feminino é a autonomia econômica. A capacidade de gerar sua própria fonte de renda proporciona às mulheres não apenas independência financeira, mas também maior controle sobre suas decisões, permitindo que tomem decisões mais informadas e assertivas, tanto na vida profissional quanto pessoal. Ahl (2019) destaca que o empreendedorismo oferece às mulheres a possibilidade de quebrar a dependência financeira que muitas vezes as mantém em uma posição subalterna, seja em relação aos parceiros ou a estruturas organizacionais dominadas por homens. Esse tipo de independência financeira tem um impacto direto na autossuficiência, permitindo que as mulheres se sintam mais seguras e confiantes para exercer suas escolhas no dia a dia.

Neste sentido, Kabeer (2019) também enfatiza, a conquista da autonomia financeira por meio do empreendedorismo tem o potencial de reconfigurar as relações de gênero no ambiente familiar. Quando a mulher assume o papel de principal fonte de renda, há uma mudança na estrutura de poder dentro de casa, favorecendo relações mais equilibradas entre os parceiros e com os demais membros da família.

Além da independência financeira, o empreendedorismo tem impactos positivos significativos no desenvolvimento pessoal e na autoconfiança das mulheres. A criação e gestão de um negócio exige habilidades como liderança, comunicação, tomada de decisões e resolução

de problemas. Esses desafios cotidianos podem resultar em um crescimento pessoal substancial, promovendo a confiança e a autoestima. Schneider (2021) argumenta que as mulheres empreendedoras frequentemente experimentam um aumento considerável na percepção de si mesmas como líderes e inovadoras, o que pode resultar em uma mudança positiva na sua maneira de se ver e de ser vista pela sociedade.

Neste sentido, a experiência de superar os desafios do empreendedorismo também contribui para uma mentalidade de resiliência, uma vez que as mulheres precisam enfrentar obstáculos significativos, como a falta de apoio, o preconceito de gênero e as dificuldades de acesso ao financiamento. Superar esses desafios não só fortalece a capacidade de perseverar, mas também aumenta a sensação de realização pessoal e a percepção de que podem alcançar grandes conquistas. Silva e Oliveira (2022, p.33) apontam que, “para muitas mulheres, o empreendedorismo é uma via de autodescoberta, onde elas podem explorar suas paixões e talentos em um contexto de liberdade e criatividade”.

Levando em consideração o que foi visto no parágrafo anterior, o empreendedorismo feminino também traz mudanças importantes nas relações sociais e familiares das mulheres. Quando as mulheres se tornam empreendedoras, elas não apenas alteram sua posição econômica, mas também sua posição dentro da rede social. As mulheres empreendedoras frequentemente se tornam modelos de referência para outras mulheres em suas comunidades, inspirando-as a seguir seus próprios caminhos de independência e empreendedorismo.

Assim, no âmbito familiar, o impacto pode ser igualmente transformador. O empreendedorismo feminino pode levar a um maior compartilhamento de responsabilidades dentro do lar, já que as mulheres empreendedoras precisam de mais apoio e flexibilidade para equilibrar suas vidas pessoais e profissionais. De acordo com Dangelico e Panni (2020, p35), quando as mulheres assumem papéis de liderança nos negócios, elas desafiam e reformulam as normas tradicionais, criando modelos de paternidade mais igualitários e um novo entendimento de família.

Outro impacto relevante do empreendedorismo feminino é o acesso a redes de apoio e a formação de comunidades de mulheres empreendedoras. Muitas mulheres que iniciam seus próprios negócios se conectam a outras empreendedoras, criando uma rede de apoio onde podem compartilhar experiências, aprender umas com as outras e colaborar em projetos. Essas redes, conforme aponta Kabeer (2019), desempenham um papel crucial no fortalecimento da confiança e na promoção do aprendizado contínuo, além de atuar como fontes de motivação e solidariedade.

Neste sentido, o empreendedorismo feminino tem impactos profundos e multifacetados na vida das mulheres, desde o empoderamento financeiro e o aumento da autoconfiança até a transformação das relações sociais e familiares. Embora desafios estruturais e culturais ainda persistam, o empreendedorismo oferece uma plataforma para que as mulheres redefinam seus papéis na sociedade e conquistem maior autonomia e liberdade.

Apesar dos avanços e do impacto positivo do empreendedorismo feminino, vários estudos e autores contemporâneos apresentam críticas em relação a alguns aspectos do fenômeno, principalmente no que diz respeito às barreiras estruturais e culturais que ainda limitam a plena realização das mulheres nesse setor. Embora o empreendedorismo tenha se mostrado uma via importante de empoderamento, ele não está livre de desafios profundos que exigem mais do que uma simples mudança na atitude das mulheres ou nas políticas públicas.

Uma das críticas mais contundentes ao empreendedorismo feminino está relacionada ao acesso desigual ao capital e recursos financeiros. De acordo com Ahl (2019), embora o empreendedorismo feminino represente uma via importante para a autonomia econômica, muitas mulheres ainda enfrentam sérias barreiras para acessar recursos financeiros. Essa dificuldade é agravada pelo viés de gênero presente em instituições financeiras, que muitas vezes demonstram maior resistência em apoiar negócios liderados por mulheres — sobretudo em áreas tradicionalmente masculinas, como os setores de tecnologia e indústria.

Perrot (2020) reforça essa crítica ao apontar que, embora o empreendedorismo feminino tenha aumentado, as políticas públicas muitas vezes falham em criar um ambiente propício para que as mulheres tenham o mesmo acesso a capital que os homens, o que limita seu potencial de crescimento e expansão.

Neste sentido, Schneider (2021) vai além, argumentando que a falta de acesso a investimentos de risco e capital para expansão não é apenas um problema financeiro, mas um reflexo de uma estrutura patriarcal que, em muitos casos, desvaloriza as mulheres no mundo dos negócios, tratando suas ideias e produtos com ceticismo. Isso cria um ciclo de desvantagem que impede que as mulheres superem as barreiras que as mantêm em posições de menor poder econômico.

Outro ponto crítico é a sobrecarga de trabalho enfrentada pelas mulheres empreendedoras. Kabeer (2019, p.41) destaca que, “embora o empreendedorismo traga autonomia financeira, ele também pode intensificar a sobrecarga de funções, especialmente para as mulheres” que ainda são as principais responsáveis pelos cuidados domésticos e familiares. Para muitas mulheres, o empreendedorismo não significa uma divisão equilibrada entre

trabalho e vida pessoal, mas sim uma duplicidade de funções que muitas vezes resulta em exaustão física e mental.

Assim, Silva e Oliveira (2022) também observam que, embora o empreendedorismo ofereça flexibilidade, ele pode acabar reforçando estereótipos de gênero, uma vez que muitas mulheres que optam por empreender em setores como saúde, educação e moda acabam sendo sobrecarregadas pela pressão social de manter esses setores alinhados às expectativas tradicionais de cuidado e estética. Essa sobrecarga, portanto, não só compromete a saúde mental das empreendedoras, mas também limita o espaço para inovação e crescimento em setores que exigem uma verdadeira transformação.

Outra crítica importante é a subrepresentação das mulheres em setores estratégicos e lucrativos. Como destacam Dangelico e Panni (2020), mesmo com o crescimento do número de mulheres que empreendem, elas ainda têm pouca presença em setores altamente lucrativos, como tecnologia, engenharia e indústrias de grande porte. A maioria acaba concentrada em áreas tradicionalmente ligadas ao cuidado e ao consumo, como alimentação, moda e serviços pessoais.

Além disso, Perrot (2020) critica a falta de políticas públicas que incentivem a diversificação do empreendedorismo feminino, especialmente em setores mais inovadores e tecnológicos. A invisibilidade das mulheres nessas áreas impede a criação de modelos de negócios mais disruptivos, além de limitar a participação feminina nas discussões sobre a transformação digital e as novas economias emergentes. O empreendedorismo feminino, portanto, ainda enfrenta o desafio de quebrar a barreira da especialização em áreas de baixo valor agregado, o que dificulta o aumento de sua presença no mercado de trabalho de alto impacto.

Embora o empreendedorismo feminino tenha gerado benefícios consideráveis, alguns autores questionam a profundidade e a extensão desses impactos nas estruturas sociais e econômicas mais amplas. Kabeer (2019, p.45) sugere que, “embora o empreendedorismo ofereça uma via de empoderamento para algumas mulheres, ele não altera as estruturas patriarcais subjacentes à sociedade”. Em muitas culturas e países, as mulheres ainda enfrentam grandes desafios em acessar educação de qualidade, participar de redes de apoio e ter voz nas decisões políticas e econômicas. Assim, o empreendedorismo feminino pode acabar sendo uma solução individualizada, que não aborda as desigualdades estruturais que ainda permeiam a sociedade.

As críticas ao empreendedorismo feminino evidenciam que, embora o fenômeno tenha promovido avanços significativos para muitas mulheres, ele também revela limitações profundas que precisam ser abordadas. O acesso desigual a recursos financeiros, a sobrecarga de trabalho, a invisibilidade das mulheres em setores estratégicos e o efeito limitado nas estruturas sociais e econômicas apontam para a necessidade de políticas públicas mais inclusivas e mudanças estruturais que permitam que o empreendedorismo feminino tenha um impacto mais amplo e transformador.

As críticas ao empreendedorismo feminino destacam que, apesar das conquistas e do impacto positivo observado em diversas áreas, ainda existem desafios significativos que precisam ser abordados para garantir um avanço sustentável e inclusivo para todas as mulheres. A falta de acesso igualitário ao capital, a sobrecarga de responsabilidades domésticas, a subrepresentação em setores estratégicos e a permanência das estruturas patriarcais subjacentes são questões que limitam o potencial transformador do empreendedorismo feminino.

Para que o empreendedorismo feminino seja verdadeiramente emancipador, é necessário um esforço conjunto de políticas públicas, mudanças nas estruturas sociais e econômicas e um maior apoio institucional às mulheres empreendedoras, especialmente em setores inovadores e de alto impacto. Embora o empreendedorismo tenha se mostrado uma via importante para o empoderamento financeiro e a autonomia das mulheres, ele precisa ser acompanhado por um ambiente mais equitativo, onde as barreiras estruturais e culturais sejam efetivamente superadas.

Portanto, para que o empreendedorismo feminino se torne uma força transformadora de longo prazo, é fundamental garantir que ele não seja apenas uma solução individualizada, mas parte de uma mudança estrutural que favoreça a igualdade de gênero em todos os aspectos da vida social, política e econômica.

3.4 Redes de Apoio, Políticas Públicas e Iniciativas Locais

As redes de apoio e políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino são essenciais para a promoção da autonomia econômica das mulheres e para o fortalecimento dos territórios nos quais elas atuam. Silva, Beccari e Sousa (2023), por meio de revisão bibliométrica, apontam que estudos sobre empreendedorismo feminino têm crescido significativamente, evidenciando a emergência de narrativas sobre diferenças de gênero, ambições e desafios vivenciados por mulheres empreendedoras no Brasil.

Assim, no cenário nacional, o Programa PRONAF Mulher e o SEBRAE Delas – Mulher de Negócios merecem destaque. O PRONAF Mulher financia projetos de agricultoras familiares, promovendo inclusão produtiva e segurança alimentar, enquanto o SEBRAE reporta que mais de 3,8 milhões de mulheres participaram de ações em dois anos, ampliando a formalização e profissionalização de negócios liderados por elas. As iniciativas oferecem formação em gestão, acesso ao crédito e redes de mentoria, incluindo palestras conduzidas por especialistas como Priscilla de Sá, promotora da Rede Mulher Empreendedora nos eventos do SEBRAE no Piauí (Candello *et al.* 2024).

Neste sentido, as ONGs e redes solidárias cumprem papel estratégico. A Rede Mulher Empreendedora (RME), por exemplo, fundada por Ana Lúcia Fontes, conecta hoje mais de 500 mil empreendedoras. Ela opera por meio de mentorias, cursos online, eventos e marketplace, fortalecendo o protagonismo feminino em negócios diversos. Já a pesquisa de Candello *et al.* (2024) destaca a importância de sistemas digitais para facilitar o acesso ao microcrédito por microempreendedoras de baixa renda, especialmente no nordeste brasileiro. A partir de entrevistas com 20 mulheres, esses autores mapeiam tensões de confiança, incompreensão de processos financeiros e a potencial contribuição da inteligência artificial para empoderamento financeiro.

As parcerias público-privadas e locais têm se consolidado em circuitos e feiras regionais. No Piauí, o SEBRAE-Piauí organizou o Circuito Estadual de Empreendedorismo Feminino em 2024-2025, que passou por Floriano, Teresina e Picos, promovendo oficinas, palestras e lançando o “Prêmio Mulher de Negócios 2024” (Silva, Beccari e Sousa, 2023). Em Picos-PI, também ocorreu a “Feira de Mulheres Microempreendedoras” (FEMMEPI), reunindo centenas de mulheres nos dias 15 e 16 de março de 2024 no Piauí Shopping (Candello *et al.* 2024).

A Badespi, por meio do programa "Fomento Mulher", atua em rede com Sebrae e Jucepi para oferecer microcrédito com juros reduzidos (até R\$ 21 mil), suporte técnico e orientação. Até abril de 2025, mais de 1.300 mulheres piauienses foram beneficiadas, incluindo empreendedoras de Picos, especialmente nos setores de moda, beleza e alimentação. O caso de Elaine Maria Vitoriano exemplifica esse impacto, pois sua expansão de negócio a levou a ser reconhecida nacionalmente por inclusão socioeconômica (Silva, Beccari e Sousa, 2023).

Esses exemplos ilustram o valor de modelos que combinam recursos financeiros, apoio técnico, formação continuada, redes de mentoria e visibilidade. Souza & Lima (2024) apontam que a eficácia do microcrédito está diretamente relacionada ao suporte em gestão e educação

financeira, e a integração de ferramentas digitais — como recomendam Candello *et al.* (2024) — pode reduzir barreiras à formalização e competitividade.

Redes de apoio bem estruturadas — sejam públicas, privadas, coletivas ou digitais — são vetores decisivos para o sucesso do empreendedorismo feminino. Em Picos-PI, a existência de circuitos regionais, linhas de crédito específicas, participação ativa de ONGs, cooperativas e iniciativas como FEMMEPI e RME demonstram um ecossistema promissor. Contudo, é urgente ampliar o acesso a essas redes em áreas periféricas, sistematizar dados locais e garantir continuidade às iniciativas. A rede de apoio não é apenas suporte econômico: é uma teia que reconstrói autonomias, gera identidades coletivas e sustenta transformações sociais em nível local.

3.5 Motivações, Dificuldades e Conquistas das Mulheres Empreendedoras

O empreendedorismo feminino no Brasil é motivado por fatores diversos que refletem tanto necessidades práticas quanto aspirações pessoais e coletivas. Uma revisão sistemática de Borges e Cabana (2023) identifica três principais motivações: independência financeira, realização pessoal e flexibilidade de horários, especialmente para conciliar trabalho e vida familiar. Esse cenário é intensificado pela informalidade e desemprego, fato que levou 54,9 % das mulheres a iniciar um empreendimento por necessidade.

Em complementaridade, a pesquisa “Empreendedoras e seus Negócios 2024”, do Movimento Mulher 360, com 2.141 mulheres, mostra que 48 % das mulheres pretas e pardas apontam a independência financeira como motivação principal, enquanto 41 % das mulheres brancas destacam a flexibilidade de horário. O estudo ainda revela que metade das entrevistadas não recebe apoio doméstico, o que evidencia a sobrecarga das jornadas duplas (Borges e Cabana, 2023).

Ainda sobre o assunto, a contribuição de Vieira, Vieira e Enes (2022, p.47) aprofunda a análise ao destacar que, “além de motivações financeiras, muitas mulheres buscam autorrealização, controle sobre seu percurso profissional e enfrentam barreiras culturais e institucionais ao empreender.

Neste sentido, as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras são significativas. Borges e Cabana (2019) apontam o conflito entre trabalho e família como o principal obstáculo, seguido por desafios financeiros como acesso a crédito, baixa clientela, gestão limitada e falta de inovação. Ainda, a pesquisa do Sebrae “Mulheres em posição de

liderança” (2023) evidencia uma carga mental e dupla jornada bem acima dos níveis masculinos. Barreiras culturais, burocráticas e a ausência de redes de apoio institucional também são recorrentes.

Apesar das adversidades, as empreendedoras relatam conquistas simbólicas e materiais. O fortalecimento da autoestima, a sensação de realização pessoal e o aumento do sentido de controle sobre a própria vida são narrativas recorrentes. A independência financeira proporciona investimento em educação, bem-estar familiar e construção de patrimônio, enquanto o reconhecimento em prêmios, exposições e fóruns reforça a liderança feminina de forma legítima.

Quanto às competências, estudos de Freitas *et al.* (2022) e Nazario & Lobo (2024) destacam atributos como criatividade, autoliderança, capacidade multitarefa, automotivação e planejamento estratégico — especialmente no uso da inteligência emocional para lidar com múltiplas demandas. A teoria da motivação de McClelland, corroborada por Chiavenato (2021), reforça a conexão entre a necessidade interna de realização e a autogestão como base para metas ambiciosas.

Para além do nível individual, há impacto coletivo significativo. Sophia Souza e Lima (2024) destacam que negócios liderados por mulheres geram emprego local, fortalecem economias regionais e fomentam redes de cooperação feminina, promovendo desenvolvimento socioeconômico e construção de laços comunitários. Nesse contexto, a integração de tecnologias digitais — como sugerem Candello, Meneguelli e Nascimento (2024) — emerge como ferramenta capaz de reduzir barreiras de acesso a crédito e informação, fortalecendo a autonomia de microempreendedoras em comunidades vulneráveis.

O empreendedorismo feminino no Brasil configura-se como um percurso de resistência, transformação e impacto comunitário. Cada conquista reflete avanços individuais e relevantes contribuições para o fortalecimento dos territórios. Romper com desafios estruturais ainda demanda apoio institucional, acesso a redes consolidadas e tecnologias inclusivas — medidas essenciais para que as mulheres continuem a expandir suas trajetórias com reconhecimento e oportunidades reais.

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 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. Essa dimensão será útil, por exemplo, para compreender como o empreendedorismo feminino contribui para o desenvolvimento social e econômico da região, com base em dados objetivos e mensuráveis.

Além disso, a triangulação de métodos possibilita analisar o papel das redes de apoio, políticas públicas e iniciativas locais no fortalecimento do empreendedorismo feminino, cruzando dados quantitativos sobre acesso a essas iniciativas com narrativas que revelam sua importância prática na vida das mulheres.

A convergência entre os métodos, como defende Denzin (2021), fortalece a validade da pesquisa, pois permite triangular informações, aumentando a credibilidade dos achados. Em um contexto como o de Picos/PI, onde o empreendedorismo feminino cresce como alternativa

diante da escassez de oportunidades formais de trabalho, essa abordagem possibilita não apenas analisar dados, mas dar voz às mulheres que reconfiguram seus espaços e papéis na sociedade.

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.

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. Ela permite que o pesquisador saiba quando o conjunto de dados coletados é suficientemente robusto para sustentar as análises e interpretações, sem recorrer a um número fixo de participantes, como se exige em desenhos puramente quantitativos.

Portanto, mesmo em uma investigação mista, a utilização da saturação teórica se mostrou metodologicamente adequada e necessária, por respeitar a lógica da etapa qualitativa do estudo, garantindo riqueza e densidade às análises, sem comprometer a integração com os dados estatísticos descritivos.

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.

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: Elaborado pelo autor (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: Elaborado pelo autor (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: Elaborado pelo autor (2025).

Essas informações traçam um perfil que reforça a relevância de compreender as especificidades e demandas desse público para subsidiar políticas e práticas de apoio ao empreendedorismo feminino.

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: Elaborado pelo autor (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.

Em termos de políticas públicas, essa análise reforça a necessidade de atenção específica às mães provedoras, com programas de apoio financeiro, acesso à educação continuada e horários flexíveis em ambientes de trabalho. O perfil identificado aponta para um grupo que necessita de suporte estruturado para conseguir equilibrar sua atuação profissional com os cuidados parentais.

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.

Esses dados tornam visível uma realidade já apontada por diversas pesquisas contemporâneas: a de que as mulheres, sobretudo mães, são pilares fundamentais na sustentação de suas famílias.

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: Elaborado pelo autor (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 panorama indica a necessidade de políticas públicas e ações de orientação voltadas à conscientização e capacitação desses empreendedores informais, visando à ampliação da formalização como forma de fortalecer o setor e garantir maior segurança jurídica e econômica aos pequenos negócios.

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. Esses dados indicam que o capital próprio ainda é a principal fonte de financiamento no início da atividade empreendedora, o que pode refletir tanto a dificuldade de acesso a crédito quanto a busca por maior autonomia financeira.

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: Elaborado pelo autor (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: Elaborado pelo autor (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.

Para futuras pesquisas, seria relevante investigar os motivos que levam parte dos empreendedores com capital próprio a manterem-se na informalidade. Essa lacuna revela a importância de compreender barreiras não econômicas — como entraves culturais, burocráticos ou estruturais — que podem estar impedindo a regularização dos negócios, mesmo quando há recursos disponíveis.

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. Esses dados revelam a busca por estratégias informais e pessoais de financiamento, refletindo a ausência de acesso a crédito institucional ou apoio governamental.

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

O fortalecimento do empreendedorismo feminino não pode ser compreendido de forma isolada das estruturas sociais e institucionais que o sustentam. Redes de apoio, políticas públicas e iniciativas locais exercem um papel decisivo na promoção da equidade de gênero no ecossistema empreendedor, ao atuarem como mecanismos de incentivo, capacitação e proteção para as mulheres que desejam empreender.

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.

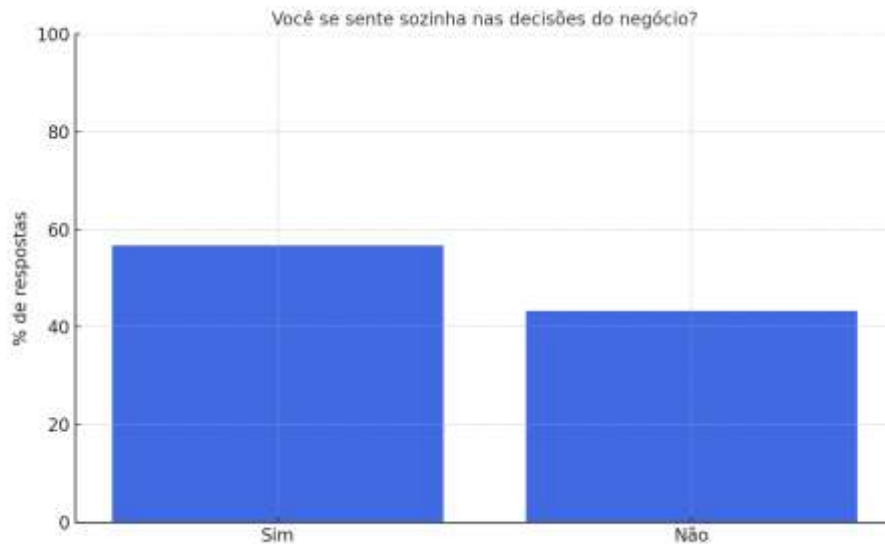
No âmbito das iniciativas locais, destaca-se a importância de movimentos comunitários e de redes regionais que promovem feiras, encontros e fóruns voltados ao empreendedorismo feminino.

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.

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

Fonte: Elaborado pelo autor (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.

Observa-se uma diversidade de fontes de apoio utilizadas pelas mulheres empreendedoras na hora de tomar decisões ou buscar orientações para seus negócios. As respostas indicam que o suporte é frequentemente informal e distribuído entre esferas pessoais e profissionais, como amigos empreendedores, familiares, sócios, consultores, redes sociais, e até assistentes digitais, como o ChatGPT.

Esse comportamento revela uma característica marcante do empreendedorismo feminino: a capacidade de construir redes de apoio híbridas, que mesclam saberes formais e empíricos, coletivos e individuais, em contextos nem sempre estruturados institucionalmente.

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.

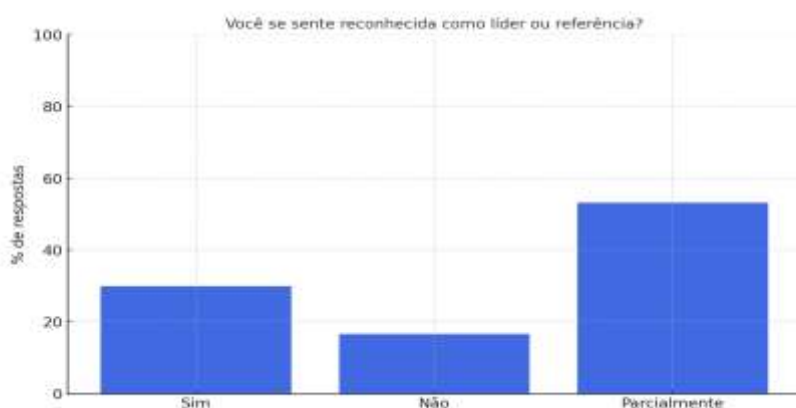
Por fim, a resposta bem-humorada de uma participante, que menciona recorrer à própria “sabedoria de vida”, “aos estudos” e “à tecnologia com leveza e criatividade”, ilustra a autonomia e inventividade que muitas empreendedoras desenvolvem. Isso está alinhado com a noção de empreendedorismo como trajetória 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.

Esse conjunto de respostas, portanto, demonstra que o apoio às mulheres empreendedoras deve ir além da capacitação técnica: é essencial considerar o papel das relações interpessoais, das tecnologias acessíveis e da valorização de espaços coletivos para garantir mais segurança, autonomia e pertencimento no processo decisório.

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?



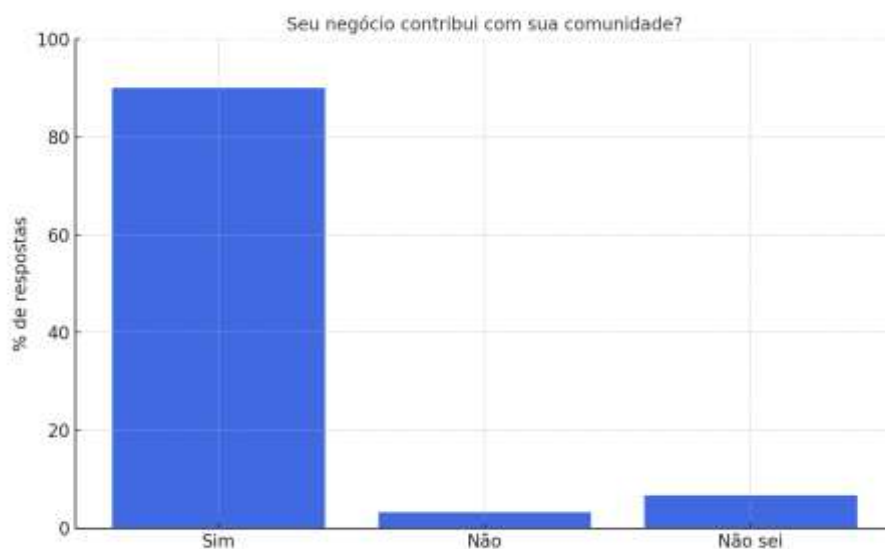
Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

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: Elaborado pelo autor (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.

Esse senso de propósito está fortemente alinhado com estudos recentes que apontam o papel central das mulheres empreendedoras na construção de comunidades mais resilientes e colaborativas. Segundo publicações como as do portal Meio & Mensagem, o empreendedorismo feminino tende a ser guiado por valores como a responsabilidade social, o cuidado coletivo e a busca por impacto positivo — elementos que diferenciam, em muitos casos, a forma como mulheres estruturam e conduzem seus negócios.

Assim, a percepção das participantes sobre sua própria atuação evidencia não apenas uma conexão afetiva e ética com a comunidade, mas também a presença de uma visão estratégica de impacto social, que amplia o alcance do empreendedorismo como instrumento de mudança cultural e econômica.

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.

As respostas demonstram um senso de responsabilidade e pertencimento à comunidade. Muitas relataram impactos concretos como: criação de empregos, capacitação de pessoas, promoção da moda circular, valorização do artesanato e da identidade regional, redução da dependência de compras externas e promoção de inclusão por meio da moda, da arte e da saúde. Empreendimentos como os de flores gigantes, doces personalizados e moda afro mostram que o empreendedorismo feminino também atua como veículo de inovação e expressão cultural, conectando a cidade de Picos com o Brasil e até o exterior, como enfatizado em alguns relatos.

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 Schmidt & Hirata (2024) apontam que negócios liderados por mulheres tendem a adotar modelos mais colaborativos, inclusivos e sensíveis às necessidades da comunidade.

Além disso, muitas respostas destacaram o papel da comunicação, do marketing e da estética como formas de fortalecimento da economia local, mostrando que as empreendedoras compreendem que gerar valor para o cliente também é gerar valor para o território onde atuam. Há também uma valorização da autonomia e da originalidade, com mulheres criando produtos únicos, afetivos e com propósito — como recordações da cidade, moda com identidade cultural e saúde acessível.

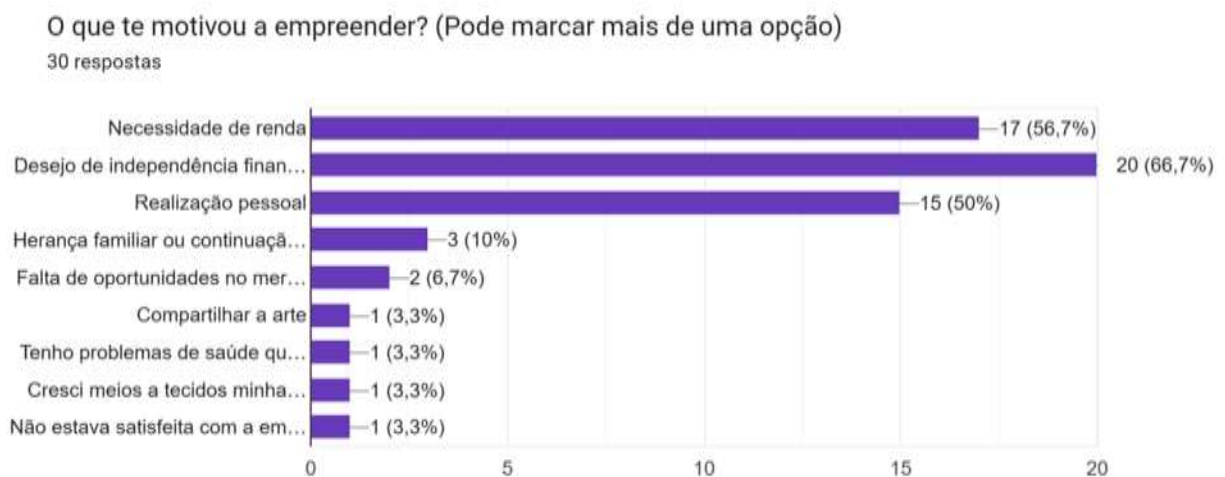
Em contrapartida, uma única resposta negativa (“não”) e algumas ausências de menções a políticas públicas ou apoios estruturados evidenciam que o impacto social percebido ainda ocorre majoritariamente por esforço próprio, e não necessariamente como resultado de ações institucionais. Isso ressalta a necessidade de mais políticas públicas e incentivos estruturais para que esses negócios possam crescer e expandir ainda mais seus efeitos positivos.

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.

As principais motivações que levaram as mulheres a empreender revelam um cenário multifacetado e profundamente conectado à realidade socioeconômica do país. 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?



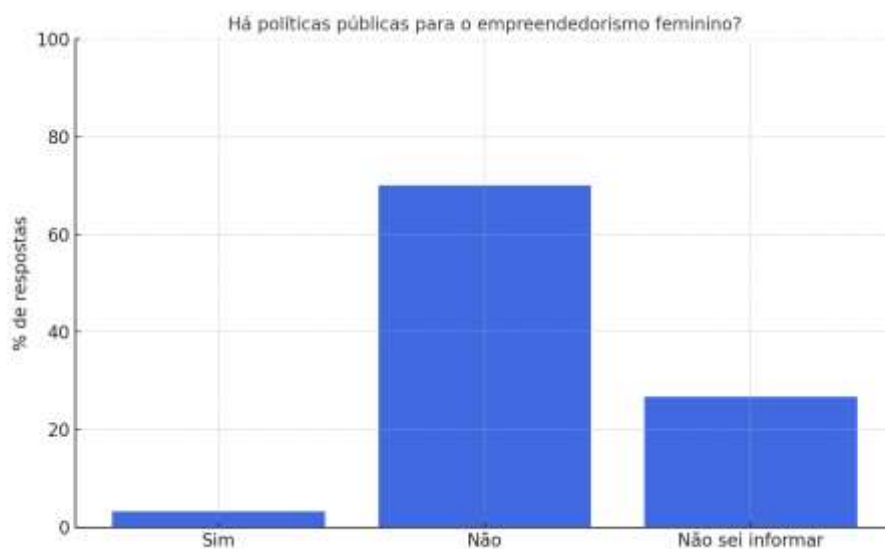
Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Tais informações evidenciam que o empreendedorismo feminino não é apenas uma escolha estratégica, mas muitas vezes uma resposta direta a contextos de vulnerabilidade econômica e desigualdade de oportunidades. Ao mesmo tempo, o desejo de autonomia, protagonismo e propósito pessoal também se destaca como um motor relevante, revelando o caráter multidimensional e transformador do empreendedorismo feminino, como ressalta o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) (undp.org). Esse conjunto de motivações mostra que o empreendedorismo, para as mulheres, vai além da simples atividade

econômica — trata-se também de uma estratégia de empoderamento, resistência e afirmação de identidade.

A percepção sobre políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino é extremamente limitada entre as participantes da pesquisa. Apenas 3% das mulheres afirmaram reconhecer a existência de políticas públicas específicas para apoiá-las enquanto empreendedoras. Por outro lado, cerca de 70% declararam não perceber ou desconhecer completamente tais iniciativas, enquanto 27% não souberam informar.

Gráfico 5 – Há políticas públicas para o empreendedorismo feminino?



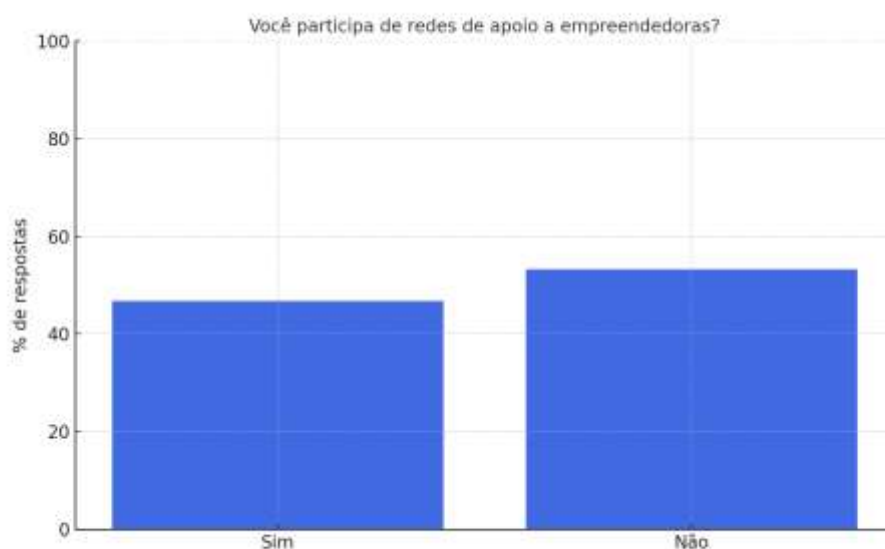
Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

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.

Em outras palavras, mesmo com avanços institucionais, a percepção limitada reforça a urgência de tornar essas políticas mais visíveis, inclusivas e aplicáveis no cotidiano real das mulheres empreendedoras.

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: Elaborado pelo autor (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.

As respostas colhidas sobre os desafios enfrentados e os apoios recebidos revelam dois aspectos fundamentais do empreendedorismo feminino em contextos locais: a importância das redes de apoio entre mulheres e a persistência de barreiras estruturais que limitam o crescimento dos negócios liderados por elas.

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. No entanto, o apoio institucional ainda aparece como complementar e pontual, sendo que a grande maioria dos apoios efetivos vêm de pares — outras mulheres, grupos informais ou familiares, como o caso do relato em que o esposo atua ativamente no dia a dia do negócio.

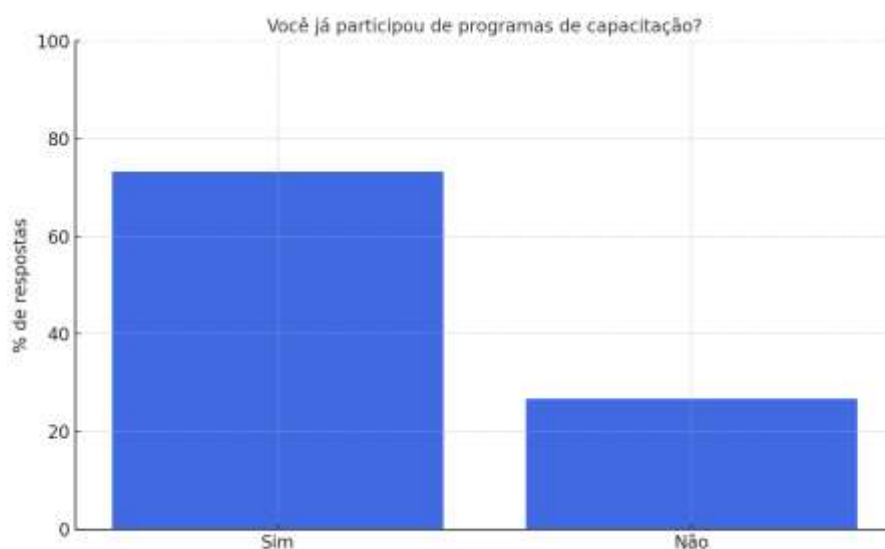
Por outro lado, os desafios mencionados escancaram a sobreposição de papéis enfrentada por muitas mulheres, como conciliar maternidade, trabalho doméstico e a gestão do negócio, o que está amplamente discutido na literatura (HIRATA, 2024; BARDI & MARTINS, 2023). A falta de acesso a crédito e suporte governamental, além da resistência do mercado a modelos de negócio alternativos — como no caso do atendimento itinerante citado — também são barreiras relevantes. Essas dificuldades são reforçadas por estereótipos de gênero e pela informalidade, o que exige que essas empreendedoras “proven” continuamente sua competência.

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. Investir na ampliação e formalização dessas redes de apoio, no acesso ao crédito e na valorização de modelos de negócios inovadores é essencial para promover um ambiente mais justo e sustentável para o empreendedorismo feminino.

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: Elaborado pelo autor (2025).

Esse dado demonstra que a busca por formação é uma estratégia central adotada por mulheres empreendedoras, sobretudo diante dos múltiplos desafios enfrentados na gestão de seus negócios.

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.

Entre os desafios mais destacados, surgem questões estruturais e emocionais: trabalhar em áreas desconhecidas, iniciar sem capital, e exercer múltiplas funções no negócio (da gestão ao atendimento). Isso confirma o que aponta a Rede Mulher Empreendedora (RME) e o relatório do PNUD (2023): a mulher empreendedora no Brasil enfrenta a chamada *tripla jornada*, acumulando responsabilidades domésticas, parentais e profissionais — o que contribui para a sobrecarga física e emocional.

Além do Sebrae, foram citados outros atores de apoio informal, como maridos, familiares e clientes fiéis. Isso revela que, embora os apoios institucionais existam, as redes de apoio interpessoal ainda são fundamentais para a resiliência e continuidade dos negócios femininos, como discutem Hirata & Schmitt (2025) em seus estudos sobre empreendedorismo e gênero.

Iniciativas como eventos voltados ao empreendedorismo feminino e mentorias também foram mencionadas como caminhos relevantes para superação de obstáculos. Isso está alinhado à importância das redes de apoio e pertencimento, que, segundo o relatório do Fórum Econômico Mundial (2024), são cruciais para diminuir o isolamento e fortalecer a autoconfiança das empreendedoras.

As respostas revelam que a maioria das mulheres iniciou sua jornada empreendedora motivada por necessidade ou desejo de mudança. Muitas começaram durante a pandemia, impulsionadas pelo desemprego, pela busca por uma renda extra ou como forma de lidar com

questões emocionais, como ansiedade e depressão. Outras relataram ter começado cedo, movidas por um sonho antigo ou pelo desejo de independência financeira.

É possível observar que o empreendedorismo, para essas mulheres, vai além de uma atividade econômica. Ele representa uma ferramenta de transformação pessoal e social. Muitas histórias relatam superações marcantes, como sair de empregos formais, enfrentar a falta de apoio, lidar com a maternidade ou com o medo de começar sem recursos. Em diversos casos, os negócios surgiram de hobbies, talentos pessoais ou influências familiares, mostrando como o empreendedorismo se conecta à identidade e à trajetória de vida de cada uma.

Outro ponto recorrente é o papel do apoio familiar, especialmente de parceiros, filhos, irmãos ou pais. Mesmo quando as dificuldades são grandes, como a sobrecarga de trabalho, a ausência de rede de apoio ou a conciliação com a vida pessoal, essas mulheres relatam conquistas importantes e uma enorme gratidão pelo caminho percorrido.

Muitas também destacaram o orgulho de terem construído seus negócios com pouco recurso e, ainda assim, conseguirem gerar impacto positivo em suas comunidades. Algumas se tornaram referência local em seus segmentos, outras expandiram suas marcas ou encontraram na própria história um propósito maior.

No geral, os relatos mostram que o empreendedorismo feminino é marcado por coragem, resiliência e uma forte conexão emocional. Mais do que empreender por necessidade, essas mulheres empreendem com afeto, propósito e vontade de transformar suas realidades.

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.

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.

7. 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.

APÊNDICES



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ
CAMPUS PROFESSOR BARROS ARAÚJO – UESPI
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO – PROTAGONISMO FEMININO NO
EMPREENDEDORISMO EM PICOS/PI**

Objetivo: Este questionário tem como finalidade coletar informações para o desenvolvimento de um trabalho acadêmico sobre o protagonismo feminino e o empreendedorismo em Picos/PI. Suas respostas são confidenciais e serão utilizadas apenas para fins acadêmicos.

Parte 1 – Perfil da Empreendedora

1. Idade:

- ☐ Menos de 25
- ☐ 25 a 34
- ☐ 35 a 44
- ☐ 45 a 54
- ☐ 55 ou mais

2. Escolaridade:

- ☐ Ensino Fundamental Incompleto
- ☐ Ensino Fundamental Completo
- ☐ Ensino Médio Incompleto
- ☐ Ensino Médio Completo
- ☐ Ensino Superior Incompleto
- ☐ Ensino Superior Completo
- ☐ Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado)

3. Estado civil:

- ☐ Solteira
- ☐ Casada / União estável
- ☐ Divorciada
- ☐ Viúva

4. Você tem filhos?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
- Se sim, quantos? _____

5. Você é a principal responsável pela renda da sua família?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Divido a responsabilidade com outra pessoa

Parte 2 – Características do Negócio**6. Qual o ramo do seu negócio?**

7. Há quanto tempo você empreende?

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ De 1 a 3 anos
- ☐ De 4 a 7 anos
- ☐ Mais de 7 anos

8. Seu negócio é formalizado (CNPJ, MEI, etc.)?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Em processo de formalização

9. O negócio foi iniciado com capital próprio?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se não, qual foi a fonte principal de financiamento?

Parte 3 – Desafios e Apoios

11. Você já participou de algum programa de capacitação, mentoria ou apoio ao empreendedorismo?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, qual(is)? Onde? _____

12. Você faz parte de alguma associação, grupo ou rede de apoio a empreendedoras?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, qual? _____

13. Você sente que há políticas públicas suficientes de incentivo ao empreendedorismo feminino na sua região?

☐ Sim

☐ Não

☐ Não sei informar

Parte 4 – Percepções e Impactos

15. O que te motivou a empreender? (Pode marcar mais de uma)

☐ Necessidade de renda

☐ Desejo de independência financeira

☐ Realização pessoal

☐ Herança familiar ou continuação de um negócio

☐ Falta de oportunidades no mercado formal

☐ Outro (especificar): _____

16. Você considera que o seu negócio contribui para o desenvolvimento da sua comunidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não sei

Se sim, de que forma?

17. Você se sente reconhecida como uma líder ou referência em sua área?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Parcialmente

18. Quando você precisa tomar decisões importantes sobre o seu negócio (como investir, trocar fornecedores, mudar ou acrescentar produtos/serviços), você se sente sozinha nesse processo?

- ☐ Sim
- ☐ Não

19. Com quem você costuma contar para tirar dúvidas ou buscar apoio?

20. Você gostaria de compartilhar um pouco da sua história como empreendedora?
(Como tudo começou, o que mais marcou sua trajetória, uma superação importante, etc.)



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ
CAMPUS PROFESSOR BARROS ARAÚJO – UESPI
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Monografia: *PROTAGONISMO FEMININO: HISTÓRIAS DE EMPREENDEDORISMO E TRANSFORMAÇÃO EM PICOS/PI*

Pesquisador(a) responsável: Maria Jackeline de Moura Luz

Instituição: Universidade Estadual do Piauí – UESPI

Curso: Bacharelado em Administração

Campus: Professor Barros Araújo – Picos-PI

Prezado(a) participante,

Você está sendo convidado(a) a participar, de forma voluntária, de uma pesquisa acadêmica que integra um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Piauí – UESPI.

O objetivo desta pesquisa é conhecer a realidade das mulheres empreendedoras em Picos - PI, destacando suas trajetórias, desafios e contribuições para o desenvolvimento local. Para isso, será aplicado um questionário com perguntas relacionadas ao seu perfil pessoal e profissional, trajetória empreendedora, desafios enfrentados, estratégias adotadas e percepções sobre o impacto do seu negócio na comunidade local.

As informações fornecidas por você serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e científicos. Sua identidade será mantida em sigilo, e os dados serão analisados de forma anônima, não sendo possível identificar nenhum dos participantes individualmente.

A participação é voluntária e você poderá desistir a qualquer momento, sem necessidade de justificativa e sem sofrer qualquer tipo de prejuízo.

Não há riscos associados à sua participação, nem qualquer tipo de remuneração. No entanto, os resultados da pesquisa poderão contribuir para estudos futuros sobre o empreendedorismo feminino em contextos locais e para o fortalecimento de ações e políticas públicas voltadas às mulheres empreendedoras.

Caso deseje mais informações ou tenha dúvidas sobre a pesquisa, você pode entrar em contato com o(a) pesquisador(a) por meio do e-mail: [marialuz@aluno.uespi.br]

Se você **concordar** em participar da pesquisa, por favor, assine abaixo.

Declaro que li e compreendi as informações acima e, de forma livre e esclarecida, autorizo minha participação na pesquisa.

Nome do(a) participante: _____

Assinatura: _____

Data: // _____

Assinatura do(a) pesquisador(a): _____