



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI
CAMPUS ALTO CERRADO DO PARNAIBA
BACHARELADO DE ADMINISTRAÇÃO

ALEXANDRA MARIA DOS SANTOS
RAILANE DUARTE SOUSA

**CONSTRUINDO NEGÓCIOS E VENCENDO BARREIRAS: JORNADA DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE URUÇUÍ, PIAUÍ**

URUÇUÍ/PI
2025

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI

CAMPUS ALTO CERRADO DO PARNAIBA

BACHARELADO DE ADMINISTRAÇÃO

ALEXANDRA MARIA DOS SANTOS

RAILANE DUARTE SOUSA

**CONSTRUINDO NEGÓCIOS E VENCENDO BARREIRAS: JORNADA DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE URUÇUÍ, PIAUÍ**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC apresentado a banca examinadora do curso de Administração da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ma. Laíse do Nascimento Silva.

URUÇUÍ/PI

2025

S237c Santos, Alexandra Maria dos.

Construindo negócios e vencendo barreiras: jornada das mulheres empreendedoras no município de Uruçuí, Piauí / Alexandra Maria dos Santos, Railane Duarte Sousa. - 2025.

31 f.: il.

TCC (graduação) - Universidade Estadual do Piauí-UESPI, Bacharelado em Administração, Campus Alto Cerrado do Parnaíba, Uruçuí-PI, 2025.

"Orientadora: Profa. Ma. Laíse do Nascimento Silva".

1. Empreendedorismo feminino. 2. Mulheres empreendedoras. 3. Desafios e Estratégias. I. Sousa, Railane Duarte. II. Silva, Laíse do Nascimento. III. Título.

CDD 658.9

ALEXANDRA MARIA DOS SANTOS

RAILANE DUARTE SOUSA

**CONSTRUINDO NEGÓCIOS E VENCENDO BARREIRAS: JORNADA DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE URUÇUÍ, PIAUÍ**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC julgado e
aprovado para a obtenção do título de Bacharel em
Administração da Universidade Estadual do Piauí –
UESPI.

Linha de Pesquisa: Administração de Empresas e
Empreendedorismo.

Aprovado em ____ de _____ de 2025.

Nota: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Ma. Laíse do Nascimento Silva

Professor(a) Orientador(a)

Prof. Me. Felipe Moura Oliveira

Segundo Membro da Banca

Prof^ª Ma. Fernanda Raquel dos Santos Sousa

Terceiro Membro da Banca

Prof^ª Ma. Kaetana Alves Cerqueira

Quarto Membro da Banca

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha mãe, pelo o apoio incondicional, a Deus e aos meus guias, pela luz e força em cada passo dessa caminhada.

Alexandra Santos

Dedico este trabalho a Deus, minha família, em especial aos meus pais, Benerval, Maria e Raimunda e ao meu esposo Gesiel Mendonça.

Railane Duarte

AGRADECIMENTOS

De Alexandra Santos:

Chegar até aqui foi uma mistura de dúvidas existenciais e muita superação e, claro, eu não poderia fazer isso sozinha. Agradeço primeiramente a Deus e aos meus guias espirituais, que me acompanharam em silêncio, guiando cada passo e me dando forças quando eu pensei em desistir.

À minha mãe, minha base, meu porto seguro e a pessoa que sempre acreditou em mim mesmo quando eu duvidei. Obrigada por estar sempre ao meu lado, me incentivando com amor, paciência e fé.

Minha querida e parceira orientadora, Laise Silva, que com tanta dedicação e paciência ajudou a transformar ideias soltas em um trabalho real. Obrigada por cada orientação, cada correção e cada palavra de apoio. Sua contribuição foi essencial para que este TCC ganhasse forma e sentido.

E é claro um agradecimento mais que especial a minha dupla Raillane, que encarou essa jornada comigo, que foi mais do que uma parceira de trabalho, foi um apoio constante, uma presença fundamental durante todo o processo. Juntas enfrentamos os prazos apertados, as incertezas do caminho, os ajustes infinitos, dividimos tarefas, ideias, e muitos surtos juntas. Sou muito grata por ter tido alguém tão comprometida, generosa, paciente e parceira ao meu lado. Sem você, esse trabalho não teria sido o mesmo.

Agradeço a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para que essa etapa fosse concluída, seja com uma palavra de apoio, uma escuta amiga ou apenas acreditando que eu era capaz.

De Railane Duarte:

Primeiramente a Deus, pelo dom da vida e por me dar sabedoria, saúde, por iluminar meus passos e por nunca me deixar desistir.

Em seguida a minha família, minha base. Em especial as minhas duas mães, Maria e Raimunda, por todo apoio, pelas orações e incentivo incondicional. Ao meu Pai, Benerval, que já não está mais presente fisicamente, mas que permanece vivo em minha memória e em cada conquista que alcanço. Sua ausência jamais apagou a força da sua presença em mim.

Ao meu esposo, Gesiel Mendonça pela paciência, pelo apoio silencioso nos dias difíceis e pela parceria constante. Obrigada também, por todo suporte em vários momentos em que precisei, sempre me apoiando e me instigando a dar o meu melhor.

A minha parceira de trabalho, Alexandra Santos, por dividir comigo os desafios, suas contribuições foram fundamentais para toda nossa pesquisa.

A Nossa querida orientadora Laíse Silva, que nos acompanhou durante toda a pesquisa, nos acalmou quando tudo parecia impossível, que se dedicou integralmente a nos ajudar, pelas orientações cuidadosas e pelo incentivo essencial à construção desse trabalho, por todo apoio, compreensão e confiança depositada, muito obrigada.

Ao meu cachorro, Bruce, que foi meu companheiro silencioso em muitos momentos difíceis. Ele me viu chorar, me acompanhou nas madrugadas de estudo e esteve ao meu lado quando tudo parecia mais pesado. Sua presença, mesmo sem palavras, foi essencial.

Aos meus colegas que compartilharam conhecimentos, experiências e amizades durante esses 4 anos de caminhada juntos. Minha sincera gratidão a todos!

RESUMO

Em contextos marcados por desigualdades estruturais, o ato de empreender torna-se uma alternativa concreta de superação pessoal e fortalecimento econômico. Apesar do crescimento expressivo da atuação feminina nos negócios, especialmente em setores como beleza, moda e alimentação, ainda há desafios significativos quanto ao acesso a crédito, capacitação, reconhecimento social e equilíbrio entre trabalho e vida familiar. O presente estudo trata do empreendedorismo feminino em âmbito local, com foco na realidade das mulheres empreendedoras do município de Uruçuí, no estado do Piauí. A temática é relevante por abordar um fenômeno social em expansão, no qual mulheres têm buscado, por meio do empreendedorismo, alcançar autonomia financeira, conciliar suas múltiplas funções sociais e transformar sua condição de vida. A lacuna identificada na pesquisa está relacionada à escassez de estudos que investiguem a realidade de mulheres empreendedoras em municípios do interior do Piauí, especialmente, sob uma perspectiva que considere não apenas os aspectos econômicos, mas também os desafios subjetivos, sociais e emocionais que atravessam suas trajetórias. O objetivo geral do trabalho consistiu em compreender os motivos que impulsionaram a inserção das mulheres no empreendedorismo em Uruçuí-PI, analisando sua trajetória empreendedora, características empreendedoras, obstáculos enfrentados e estratégias utilizadas para manter seus empreendimentos ativos. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, com caráter exploratório e descritivo. Foram realizadas 10 entrevistas semiestruturadas com empreendedoras. Os dados foram organizados em categorias temáticas e analisados à luz da técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011).

Os resultados revelaram que a maioria das empreendedoras iniciou seu negócio por necessidade, motivadas por fatores como desemprego, maternidade, desejo de independência e influências familiares. Além disso, identificou-se que essas mulheres demonstram características marcantes como persistência, ética, empatia, senso de organização e constante busca por capacitação. Entre os desafios recorrentes estão a burocracia, o conservadorismo local, a falta de apoio emocional e o acúmulo de funções. Em contrapartida, as estratégias utilizadas por elas incluem planejamento, fé, rede de apoio, uso de agendas, reinvenção profissional e visão de futuro. Conclui-se que o empreendedorismo feminino em Uruçuí é uma força social significativa que promove não apenas geração de renda, mas, também transformação pessoal, autonomia e protagonismo. O estudo reforça a importância de políticas públicas e ações sociais que incentivem e fortaleçam o empreendedorismo conduzido por mulheres, especialmente em regiões onde essa realidade ainda é pouco visibilizada.

Palavras-chave: Desafios. Estratégias. Empreendedorismo feminino. Mulheres empreendedoras.

ABSTRACT

Entrepreneurship becomes a concrete alternative for personal improvement and economic strengthening in contexts marked by structural inequalities. Despite the significant growth of women in business, especially in sectors such as beauty, fashion, and food, there are still substantial challenges regarding access to credit, training, social recognition, and balance between work and family life. This study addresses female entrepreneurship locally, focusing on the reality of female entrepreneurs in the municipality of Uruçuí, in Piauí. The topic is relevant because it addresses a growing social phenomenon in which women have sought, through entrepreneurship, to achieve financial autonomy, reconcile their multiple social roles, and transform their living conditions. The gap identified in the research is related to the scarcity of studies investigating the reality of female entrepreneurs in municipalities in the interior of Piauí, especially from a perspective that considers the economic aspects and the subjective, social, and emotional challenges that cross their trajectories. The study's overall objective was to understand the reasons that led women to enter the entrepreneurial world in Uruçuí-PI, analyzing their entrepreneurial trajectory, entrepreneurial characteristics, obstacles faced, and strategies used to keep their businesses active. The research adopted a qualitative approach with an exploratory and descriptive character. Ten semi-structured interviews were conducted with entrepreneurs. The data were organized into thematic categories and analyzed in light of the content analysis technique proposed by Bardin (2011). The results revealed that most entrepreneurs started their businesses out of necessity, motivated by factors such as unemployment, motherhood, desire for independence, and family influences. In addition, it was identified that these women demonstrate striking characteristics such as persistence, ethics, empathy, a sense of organization, and a constant search for training. Among the recurring challenges are bureaucracy, local conservatism, lack of emotional support, and accumulation of functions.

In contrast, the strategies used by them include planning, faith, support network, use of agendas, professional reinvention, and vision of the future. It is concluded that female entrepreneurship in Uruçuí is a significant social force that promotes not only income generation, but also personal transformation, autonomy and protagonism. The study reinforces the importance of public policies and social actions that encourage and strengthen entrepreneurship led by women, especially in regions where this reality is still little visible.

Keywords: Challenges. Strategies. Female entrepreneurship. Women entrepreneurs.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Características dos empreendedores.....	07
Quadro 02 – Barreiras no Empreendedorismo Feminino	10
Quadro 03 – Instrumento de Pesquisa	12
Quadro 04 – Perfil sociodemográfico das empreendedoras.....	14
Quadro 05 – Categoria: Trajetória empreendedora.....	15
Quadro 06 – Categoria: Características empreendedoras.....	17
Quadro 07 – Categoria: Desafios enfrentados na carreira empreendedora.....	18
Quadro 08 – Categoria Estratégias adotadas pelas empreendedoras.....	20

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI – Microempreendedor Individual

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

UESPI – Universidade Estadual do Piauí

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
2 HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO	3
2.1 Conceitos definidores do Empreendedorismo	5
2.2 Características Empreendedoras.....	6
2.3 Empreendedorismo Feminino.....	8
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	11
3.1 Classificação da pesquisa	11
3.2 Coleta e análises de dados	13
4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS	14
4.1 Categoria: Perfil sociodemográfico das empreendedoras	14
4.2 Categoria: Trajetória empreendedora.....	15
4.3 Categoria: Características empreendedoras	17
4.4 Categoria: Desafios enfrentados na carreira empreendedora	18
4.5 Categoria: Estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso	20
4.6 Discussão dos Resultados.....	22
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	25
APÊNDICE A.....	29
TERMO DE CONSENTIMENTO	29
APÊNDICE B.....	30
INSTRUMENTO DE PESQUISA	30

INTRODUÇÃO

A noção de empreendedorismo relaciona-se aquelas pessoas que geram ou aproveitam oportunidades e, a partir disso, desenvolvem uma atividade econômica organizada, criando valor para si e para a sociedade, razão pela qual Rosa, Souza e Loch (2011) entendem que essas pessoas são responsáveis pelo desenvolvimento pessoal e da sociedade, chamando a atenção pelos resultados que alcançam.

De maneira geral, o empreendedorismo é a base da atividade econômica. Infere-se que a Revolução Industrial representou um momento significativo nesse contexto, haja vista que além de elevar a quantidade de empreendedores no mercado de trabalho, também simbolizou mudanças econômicas e sociais em escala global.

A globalização atual está passando por inúmeras mudanças. Vários fatores, como por exemplo, a valorização do capital financeiro e as inovações tecnológicas que surgem a cada dia afetam diretamente as relações de trabalho. Friedman et al. (2000) destacam que a função do trabalho ganha respaldo devido seu significado para os indivíduos agregando sensações de gratidão e prazer.

Por essa razão, torna-se evidente o papel do empreendedorismo conectado ao trabalho, posto que se refere a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade (Sebrae, 2021).

Ao empreender, as pessoas buscam uma realização pessoal, almejam que seus sonhos venham se tornar realidade. Muitos empreendem em seu próprio negócio, outros, em grandes corporações, sozinhos ou coletivamente e ainda existem àqueles que se dedicam às organizações não governamentais (De Oliveira Nunes; Sanches, 2022).

Assim, tratar a respeito de empreendedorismo é considerar a figura do empreendedor e os resultados que este traz para a sociedade, por meio das suas práticas econômicas. Zampier e Takahashi (2011) salientam que o empreendedor é marcado por características pessoais e por ações empreendedoras que envolvem conhecimentos, habilidades e atitudes que o empreendedor desenvolve e que geram os resultados trazidos por ele a sociedade.

Dessa forma, o empreendedorismo pode se configurar por meio da oportunidade ou necessidade. Chrysostome (2010) ressalta que o empreendedorismo de oportunidade se caracteriza pela observação das oportunidades de mercado e pelo sonho de abrir o próprio negócio, enquanto o empreendedorismo de necessidade geralmente ocorre devido ao desemprego e às condições socioeconômicas.

A mentalidade empreendedora é uma fonte catalisadora da inovação. Tanto homens como mulheres têm tido iniciativas empreendedoras. Neste caso, o empreendedorismo feminino especificamente, atua colaborando com a economia e as relações sociais (Santos; Oderich, 2021).

Nos últimos anos, em diversos países, inclusive no Brasil dados revelam que a atuação de mulheres nas organizações tem demonstrado um alto crescimento, seja atuando como empreendedoras ou assumindo cargos de liderança. A partir do ano de 2000, por exemplo, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) tem conduzido estudos sobre a realidade do empreendedorismo no Brasil. A pesquisa do GEM (2013) pontua-se como o primeiro ano em que houve uma superação na quantidade de novas inserções de mulheres empreendedoras sobre de homens empreendedores.

Segundo pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM (2023), houve-se um quantitativo com cerca de 47,7 milhões de empreendedores e empreendedoras tendo uma representatividade de 54,6% referente ao público feminino com projeção para um espaço de três anos (2023-2026). Estes dados conduzem a concepção de que no cenário brasileiro cresce

o número de empresas gerenciadas por mulheres contrariando as informações registradas em 2022, no que diz respeito a representação masculina que representou 55% de participação.

Dado isso, nota-se uma significativa participação feminina no âmbito dos negócios. O que permite compreender o avanço dessa temática em contextos diversos. Partindo dessa linha de pensamento este estudo em questão traz como problemática: Quais os motivos que impulsionaram a inserção das mulheres no empreendedorismo no município de Uruçuí, Piauí?

De maneira geral objetivou-se investigar os motivos que impulsionaram a inserção das mulheres no empreendedorismo no município de Uruçuí, Piauí. Elencou-se como objetivos específicos: Descrever o perfil e trajetória das mulheres empreendedoras; identificar as principais características empreendedoras; apresentar os principais desafios enfrentados na carreira empreendedora; apontar estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso.

O estudo foi realizado no município de Uruçuí, no Piauí, localizado na região sul do estado e a cerca de 450Km da capital Teresina, Piauí. A escolha desse campo de pesquisa se deu pelo fato de contar com mulheres inseridas no mercado de trabalho e que empreendem seja por necessidade ou oportunidade, além de ser uma região diversificada no tocante a atividades econômicas, apesar do seu foco no agronegócio.

Salienta-se então que o estudo é relevante já que o Empreendedorismo se constitui a base da atividade econômica no Brasil, e a cada ano pode-se perceber o aumento das taxas de empreendedores. Segundo o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), há um crescimento no número de empreendedores a cada ano. Na pesquisa realizada em 2018, é possível constatar que entre 100 adultos com idades de 18 a 64 anos, 38% são empreendedores. Já na pesquisa realizada em 2019, a porcentagem sobe para 38,7%. A tendência é que essa taxa aumente, principalmente pela característica empreendedora do brasileiro, levando-se em conta ainda a situação econômica no país (GEM, 2018, 2019).

Segundo pesquisa realizada pelo GEM (2018) e pelo PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) e IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2018, constatou-se que o número de empreendedores e donos de negócios era de 79,4 milhões, podendo ser um negócio formal ou informal. Desse total, 42% (33,3 Milhões) são empreendedores do sexo feminino, o que mostra o grande crescimento das mulheres em um mercado que era predominantemente composto por homens. Esses índices de mulheres vêm aumentando gradativamente, principalmente no Brasil onde o número de empreendedoras chegava até 0,9% da população mundial, sendo o 7º país a ter uma maior proporção de empreendedoras. Esses aumentos gradativos se dão pelas constantes transformações sociais e tecnológicas (GEM, 2018).

Esses dados justificam a relevância do estudo em questão ao considerar o desenvolvimento do empreendedorismo no cenário brasileiro e principalmente a inserção das mulheres em negócios empreendedores. Nesse sentido, realizar estudos sobre ações criadas para apoiar e desenvolver mulheres empreendedoras contribui para a identificação de mecanismos que podem impactar na superação das barreiras do empreendedorismo, promovendo um contexto que proporciona mais segurança no processo de empreender. As mulheres não se envolvem no empreendedorismo apenas para aumentar sua renda, embora isso ainda seja considerado, mas, principalmente, buscam essa atividade para alcançar satisfação pessoal, profissional e até social (Pérez-Morón; Thoene; Alonso, 2023).

A sociedade contemporânea é muito mais aberta à figura da mulher empreendedora, se comparada às configurações sociais anteriores, embora em determinadas situações a posição de referência feminina nos negócios ainda represente um paradigma a ser superado. Um dos objetivos das feministas era tornar a mulher visível para a sociedade que, até então, era vista apenas como mãe amorosa e esposa dedicada. Então começou a “batalha” por direitos iguais, lutando para ter os mesmos direitos que os homens. Analisando a questão da independência da mulher, estudos ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus

direitos, mas que através dessa atitude, vieram muitas responsabilidades e desafios. (Fabrício; Vizeu, 2024; Cunha; Nascimento; Falção, 2024; Prodanov; Montardo; Dutra, 2024).

Sob essa ótica o presente estudo se justifica por abordar aspectos direcionados para o empreendedorismo feminino e os avanços que as mulheres obtiveram em sua trajetória de luta por direitos iguais. A pesquisa contribui de maneira teórica ao reforçar o que já vem sendo tratado pela literatura e traz enriquecimento conceitual para a temática do empreendedorismo e especificamente aquele gerenciado por mulheres.

Através dessas discussões torna-se visível contribuições práticas, haja vista a busca por entender a trajetória de mulheres empreendedoras em um cenário marcado por desafios e barreiras econômicas e sociais, principalmente, em locais com fragilidades, no caso o município de Uruçuí, no Piauí, local onde se conduz a pesquisa, que apesar do potencial econômico destacado ainda carece de estudos que retratem a figura feminina no contexto do empreendedorismo. Isso reforça as intervenções trazidas pela pesquisa ao investigar elementos relacionados as mulheres que empreendem nessa região.

Logo, o estudo em seu viés acadêmico demonstra o papel do processo empreendedor como motor do desenvolvimento econômico e que as ações empreendedoras independem em sua maioria do fator educação. Assim, o estudo permite entender na prática o que se explora no âmbito acadêmico e teórico.

Dessa forma, o presente trabalho adotou uma metodologia de abordagem qualitativa e de cunho exploratório e descritivo, lançando mão da pesquisa de campo e emprego de roteiro semiestruturado como instrumento de pesquisa junto a mulheres empreendedoras.

Por fim, o trabalho está estruturado por esta introdução, seguindo tem-se a base teórica que versa sobre o empreendedorismo, características empreendedoras e o empreendedorismo feminino. Em continuação apresenta-se a trajetória metodológica, análise e discussão dos resultados e as considerações finais bem como possíveis anexos complementares.

2 HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo existe desde os tempos remotos, surgindo como uma resposta à necessidade de sobrevivência humana. O termo empreendedorismo deriva da palavra francesa *entrepreneur*, utilizada inicialmente, para designar indivíduos dispostos a assumir riscos em busca de oportunidades (Dornelas, 2008).

Ao longo do tempo, o empreendedorismo deixou de ser uma atividade meramente individual para se tornar um fenômeno econômico e social mais abrangente, impulsionado pela inovação, geração de valor e reconfiguração dos mercados. Joseph Schumpeter, no século XX, destacou o papel do empreendedor como um agente de mudança, responsável por introduzir inovações e fomentar o desenvolvimento econômico (Schumpeter, 1942; Dos Santos; Oderich, 2021).

É possível encontrar diversos conceitos de empreendedorismo, mostrando que o tema evoluiu e se modificou com o passar do tempo. Para o GEM (2007), empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas (Vilela, 2023).

Reis e Armond (2013) explicam que a história do empreendedorismo decorre das variações comerciais pertencentes a cada época. Entre estas destaca-se o período da Idade Média, em que o termo empreendedorismo era utilizado para descrever aqueles que administravam grandes projetos de produção. Esses indivíduos atuavam como gestores, organizando os recursos disponíveis, que eram fornecidos pelo governo, sem necessariamente assumir grandes riscos.

Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram no século XVII, em que o empreendedor estabelecia então um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. No século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, devido à industrialização que ocorria em todo o mundo (Damascena; Aleluia, 2024).

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores eram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam as empresas, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas, sempre a serviço do capitalismo (De Freitas; Da Costa; Visenti, 2023).

A partir do século XX, o papel do empreendedor foi se tornando um fenômeno importante para economia de diversos países, pelo fato de os níveis de emprego estarem em declínio enquanto a globalização e o aumento da competição capitalista empoderavam-se no mercado, impulsionando assim as ações empreendedoras (Bandeira; Mesquita; de Araújo; Matos, 2021).

Percebe-se que devido o progresso do empreendedorismo, as pessoas passaram a investir cada vez mais em construir o próprio negócio, assumindo riscos, buscando trazer inovações, tecnologias, por consequência sanando as necessidades da sociedade, o que pode ser percebido pelo cenário do Brasil, por exemplo.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou força a partir da década de 1990, impulsionado pela consolidação do capitalismo e pela abertura econômica. Esse período foi caracterizado por mudanças significativas e ajustes na competitividade com produtos importados, levando muitas empresas a buscarem modernização para se adaptarem ao novo cenário de mercado, permitindo que o país se alinhasse às dinâmicas globais (Reis; Armond, 2013; Fernandes, 2023).

Um exemplo notável de empreendedor brasileiro é o Barão de Mauá ou Erineu Evangelista de Sousa, pioneiro em diversos empreendimentos, entre os quais a construção da primeira ferrovia do Brasil e a criação da companhia de gás para iluminação pública na cidade do Rio de Janeiro (De Souza, 2024).

Outro fator que impulsionou o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil decorre do surgimento de entidades direcionadas a capacitar os brasileiros para competirem com o mercado estrangeiro, voltadas para o apoio ao empreendedorismo, como o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Dornelas, 2008; Squilassi, 2024).

Para Aidar (2007) o desenvolvimento econômico é mantido por negócios inovadores, pois existe a capacidade de crescimento e continuidade. O autor também afirma que, a oportunidade do negócio está relacionada a situações de novos conhecimentos, transformações tecnológicas, mudança na preferência dos clientes.

Com isso, entende-se que o empreendedorismo está intrinsecamente conectado as mudanças sociais tornando-se um fenômeno em ascensão. Os indivíduos concentram-se em fazer a diferença na sociedade e comunidades em que estão inseridos, trazendo inovações, aperfeiçoando-se, e proporcionando os melhores produtos e prestações de serviços, muitas vezes fazendo mudanças nos conceitos daquilo que antes não era, infelizmente, considerado essencial.

A seguir, elenca-se um aporte teórico que versa sobre conceitos definidores do empreendedorismo feminino, trazendo apontamentos da literatura acerca desses tópicos enfatizando o empreendedorismo conduzido por mulheres e seus desafios.

2.1 Conceitos definidores do Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo tem sido amplamente debatido, seja no Brasil ou em outros países. Constitui uma área que ganhou maior relevância a partir do final da década de 1990, associado à necessidade de fomentar a criação de pequenas empresas sustentáveis e contribuir para a economia. Assim, o empreendedorismo passou a ser visto como uma alternativa viável tanto para combater o desemprego quanto para promover a estabilidade econômica (Dornelas, 2009).

O termo "empreendedor" foi empregado pela primeira vez pelo economista Richard Cantillon, referindo-se a indivíduos que assumem riscos. Posteriormente, em 1814 Jean-Baptiste Say utilizou o conceito para descrever aqueles que realocam recursos econômicos, desempenhando um papel essencial no funcionamento do sistema econômico (Lucas; Ancelmo 2022).

O conceito de empreendedor evoluiu ao longo do tempo, tornando-se mais complexo devido às mudanças no cenário econômico global. Na Idade Média, o termo empreendedor referia-se àqueles que administravam grandes iniciativas produtivas, geralmente utilizando recursos fornecidos pelo governo. Já na década de 1990, foi impulsionado pela expansão econômica e pela abertura do mercado, favorecendo o surgimento de novos negócios e oportunidades.

O empreendedorismo pode ser motivado por dois fatores principais: necessidade ou oportunidade. O primeiro ocorre quando indivíduos iniciam um negócio devido à falta de opções no mercado de trabalho, enquanto o segundo acontece quando alguém identifica uma demanda não atendida e decide explorá-la. Além dessas motivações, existem diferentes formas de empreendedorismo, como o social, o corporativo, o por herança e o de franquias. Embora cada empreendedor tenha motivações próprias, a maioria se enquadra em pelo menos uma dessas categorias (Veiga, 2018).

De acordo com a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018), outro aspecto fundamental para compreender o empreendedorismo está relacionado ao que leva as pessoas a considerá-lo como uma alternativa de sobrevivência ou uma estratégia para o sucesso profissional. Essa análise reforça a divisão entre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade. O acesso ao conhecimento sobre empreendedorismo está mais fácil devido ao suporte de instituições de ensino, materiais acadêmicos e à disseminação de informações na internet. Com a ampla disponibilidade de livros, artigos e cursos voltados ao tema, é possível aprender com a experiência de outros empreendedores e desenvolver uma visão mais abrangente sobre o assunto.

O empreendedorismo pode ser entendido como a iniciativa de indivíduos que identificam oportunidades e as transformam em negócios lucrativos e sustentáveis, visando atender às necessidades dos clientes. Além de impulsionar a economia, essa prática se tornou ainda mais relevante com o avanço tecnológico, que acelerou mudanças nos processos produtivos e na prestação de serviços. Assim, o papel do empreendedor não se limita apenas à criação de um novo negócio, mas também à implementação de transformações que impactam tanto o ambiente organizacional quanto a sociedade (Dornelas 2021; Vieira, 2024).

De acordo com *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021) Empreendedorismo é qualquer tentativa de criar um novo negócio ou empresa, por exemplo, atividades autônomas, novas empresas ou expansão de empresas existentes formadas por um indivíduo, um grupo de indivíduos.

A relação entre inovação e empreendedorismo é amplamente reconhecida na literatura, destacando-se a interdependência entre esses conceitos. A inovação está diretamente associada à mentalidade empreendedora, sendo essencial para o sucesso e a adaptação das empresas em um mercado dinâmico. Define-se o empreendedor como aquele que utiliza recursos já

existentes para criar algo novo ou reinventar processos, seja por meio da introdução de um novo produto, da otimização da produção, da exploração de novos mercados, da obtenção de novas fontes de insumos ou da reorganização de estruturas de mercado (Schumpeter, 1961; Veiga, 2018).

O empreendedorismo é impulsionado pelo desejo de autonomia, realização profissional e busca por retorno financeiro. Ao abrir um negócio próprio, o empreendedor assume maior responsabilidade sobre todas as áreas da empresa, mas, também conquista liberdade para tomar decisões estratégicas e direcionar seu empreendimento conforme seus objetivos (Chiavenato 2012; Dornelas 2016; Costa 2023).

Um empreendedor pode ser tanto o fundador de um negócio quanto o gestor de sua própria empresa ou um líder inovador dentro de uma organização pertencente a terceiros. Ele é alguém que idealiza e trabalha para concretizar um empreendimento, buscando independência financeira e satisfação pessoal por meio de sua atuação (Vieira, 2024).

Dessa forma, os empreendedores podem atender pelo menos três principais tipologias: O empreendedor corporativo, o empreendedor de start-up e o empreendedor social. O empreendedor corporativo, também chamado de intraempreendedor, é aquele que identifica e desenvolve novas oportunidades dentro da empresa onde trabalha, impulsionando a inovação interna. O empreendedor de start-up, por sua vez, é aquele que cria um novo negócio a partir da análise do mercado e da identificação de demandas, estruturando seu empreendimento com base nessas necessidades. Já o empreendedor social tem como foco principal uma causa social, estabelecendo uma relação colaborativa com a comunidade e buscando gerar impactos positivos nas áreas social, econômica, ambiental e cultural por meio de seu negócio (Lenzi *et al.*, 2015).

Por fim, a literatura ainda acrescenta um quarto tipo de empreendedor, o empreendedor tecnológico se destaca por seu profundo conhecimento do ambiente digital e pela identificação de oportunidades no setor de tecnologia. Ele possui habilidades técnicas avançadas e tende a investir em mercados inovadores, mesmo quando enfrentam altos riscos e baixa taxa de sobrevivência. (Silveira *et al.*, 2007; Lenzi *et al.*, 2015).

No cenário globalizado, as empresas devem adotar um planejamento estratégico para assegurar sua permanência no mercado. Além de acompanhar as tendências e demandas do setor, é fundamental que continuem desenvolvendo soluções inovadoras que contribuam para o crescimento sustentável. Destaca-se, ainda, que a habilidade de reconhecer oportunidades, gerar ideias criativas e transformá-las em projetos concretos é uma característica essencial do comportamento empreendedor. (Lemes Junior, 2019).

2.2 Características Empreendedoras

A grande diversidade de características empreendedoras torna desafiador estabelecer um perfil preciso do empreendedor. Com o passar dos anos, várias definições para o termo foram surgindo e se transformando, à medida que novas qualidades passaram a ser associadas ao empreendedorismo, enquanto outras perderam relevância. Sob essa ótica entende-se que o empreendedor é aquele que cria ou impulsiona algo inovador com o objetivo de transformar uma ideia em realidade, assumindo os riscos e responsabilidades do processo (Filardi; Barros; Fischmann, 2014).

Segundo Dornelas (2008), o papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade, e com o grande avanço tecnológico, atualmente o papel do empreendedor vem se intensificando. A economia e a sofisticação de produtos e serviços fazem com que os empreendedores tenham como necessidade a atualização ou formalização do conhecimento empreendedor. O empreendedor precisa ter conhecimento sobre os desafios a serem enfrentados

e trabalhar suas ideias antes de transformar a oportunidade em um negócio (Zarelli; Otto; Junior, 2021).

Chiavenato (2012) define o empreendedor como aquele que torna as coisas realidade, destacando sua sensibilidade para negócios, aptidão financeira e habilidade para reconhecer oportunidades. Percebe-se que empreendedores são pessoas corajosas que podem ser motivadas por diversas situações para abrir sua empresa e que geralmente buscam trazer soluções para problemas no meio em que vivem. Ter a percepção do que está faltando e, com a sua empresa, se possível, preencher nichos que antes não foram pensados, trazendo sempre o diferencial (Silva; Melo, 2023).

Assim, o empreendedor possui a capacidade de identificar oportunidades onde outros veem apenas obstáculos, buscando constantemente maneiras mais eficientes de realizar suas atividades. Para enfrentar os desafios do mercado, o empreendedor deve ser proativo, inovador e possuir uma alta tolerância ao risco, características essenciais para garantir sua adaptação e sobrevivência em um ambiente econômico instável e competitivo (Do Nascimento Silva *et al.*, 2022).

Exige-se que o empreendedor no ambiente corporativo desenvolva habilidades como organização, intuição, flexibilidade, pensamento estratégico, otimismo e determinação, uma vez que o cenário empresarial demanda maior capacidade de comunicação, cooperação e adaptação (Jaronski, 2020).

Empreendedores são pessoas que fazem as coisas acontecerem. Além de serem capazes de identificar oportunidades de mercado, possuir grande visão financeira e empresarial e ser transformar ideias em produtos e serviços. Empreender requer tomadas de decisões relacionadas à perseverança, determinação, energia, otimismo, liderança e independência, inovação e criatividade. Possuir conhecimento sobre áreas de atuação, relacionamento interpessoal e gestão de equipes (Rodrigues *et al.*, 2021).

O GEM (2018, p. 9) considera empreendedor “aquele que criou ou está em processo de criação de qualquer tipo de negócio, inclusive os mais simples, frequentemente motivados pela necessidade de garantir a própria subsistência”. Essa definição engloba desde iniciativas de pequeno porte até empreendimentos mais complexos, todos impulsionados pela busca de soluções para desafios econômicos e sociais.

Dentre as diversas características empreendedoras, destacam-se a criatividade e a inovação, o foco nos objetivos, a resiliência diante dos desafios, o desejo de realização pessoal e a disposição para assumir riscos. Atualmente, competências como visão de futuro, criatividade e perseverança tornaram-se indispensáveis para o empreendedor, evidenciando que, além de antecipar tendências, ele precisa manter a persistência para alcançar o sucesso. Isso demonstra que o perfil do empreendedor moderno se diferencia do tradicional por estar mais voltado à qualificação e ao preparo profissional do que à intuição ou à sorte (Lemes Junior, 2019). O SEBRAE (2018) aponta as seguintes características empreendedoras (Quadro 01):

Quadro 01: Características dos empreendedores

Característica	Descrição
ESTABELECE METAS	Definir objetivos claros e alcançáveis para direcionar a empresa e medir resultados.
BUSCAR INFORMAÇÕES	Estar atualizado sobre mercado, clientes e concorrência para tomar decisões informadas.
PLANEJAR E ACOMPANHAR	Organizar estratégias, monitorar resultados e ajustar planos conforme necessário.
CORRER RISCOS CALCULADOS	Identificar e avaliar riscos conscientemente para minimizar prejuízos e maximizar sucesso.
SER INDEPENDENTE E AUTOCONFIANTE	Confiar nas próprias decisões e liderar com segurança e determinação.

BUSCAR OPORTUNIDADES E TER INICIATIVA	Identificar novas oportunidades e agir de forma proativa para o crescimento do negócio.
CONQUISTAR PARCEIROS E FORMAR CONTATOS	Construir redes de relacionamento estratégicas para expandir o negócio.
ESTAR COMPROMETIDO COM OS PROJETOS	Demonstrar dedicação e responsabilidade para garantir o crescimento sustentável.
MANTER QUALIDADE E EFICIÊNCIA	Oferecer produtos e serviços de alto padrão para a satisfação do cliente e diferencial.
SER PERSISTENTE	Superar desafios com determinação e resiliência para alcançar objetivos.

Fonte: SEBRAE (2018)

As 10 características empreendedoras identificadas pelo SEBRAE (2018) são fundamentais para o sucesso dos empreendedores. Estabelecer metas e planejar são passos essenciais para definir direções claras, acompanhar o progresso e garantir a sustentabilidade do negócio. A busca por informações permite tomar decisões embasadas, antecipar tendências e reduzir incertezas, enquanto correr riscos calculados minimiza perdas e amplia oportunidades de crescimento.

O empreendedor precisa ser independente e confiante, mantendo uma visão estratégica para identificar oportunidades, agir com iniciativa e inovar constantemente. Construir parcerias fortalece o negócio, amplia as possibilidades de expansão e facilita o acesso a novos mercados. O compromisso e a dedicação garantem que as metas sejam alcançadas de forma sustentável e eficaz.

A qualidade dos produtos e serviços é essencial para a satisfação do cliente, a fidelização e a competitividade no mercado. Além disso, a adaptação a novas demandas e tecnologias contribui para o crescimento contínuo. Por fim, a persistência é um dos pilares do empreendedorismo, permitindo que os desafios sejam superados, os aprendizados incorporados e o sucesso alcançado ao longo do tempo.

Com relação as características do empreendedor, pode-se afirmar que uma pessoa que emprega os recursos disponíveis de forma criativa, busca inovar, obter novas oportunidades e assume riscos calculados tem características que o define como empreendedor (Filardi; Barros; Fischmann, 2014; Chiavenato, 2012).

Em síntese entende-se à luz da literatura que um empreendedor deve ter atitudes como iniciar seu negócio almejando e definindo suas metas, procurando recursos e iniciativas para planejar, organizar e saber arriscar. Pois, um empreendedor de sucesso é autoconfiante e sabe se posicionar dentro do seu nicho de mercado, explorando da melhor forma os recursos que estão ao seu dispor.

A seguir, elenca-se um aporte teórico que versa sobre o empreendedorismo feminino, trazendo concepções da literatura acerca do papel da mulher na sociedade, os reflexos do empreendedorismo conduzido por mulheres e os desafios enfrentados por estas no contexto social e profissional.

2.3 Empreendedorismo Feminino

Para Chiavenato (2012) e Dornelas (2016) alguns dos motivos que levam a pessoa a se tornar empreendedor é ter o próprio negócio, buscando sua satisfação pessoal por intermédio de sua vida profissional. Torna-se livre na maneira como irá gerenciar o próprio negócio, tendo o poder de decisão e escolha dentro da própria organização, com a expectativa que haverá um retorno financeiro por meio de investimentos, mesmo com a consciência que sua responsabilidade sobre o funcionamento, em todos os âmbitos do negócio irá aumentar.

Nesse contexto o empreendedorismo feminino representa uma questão crescente e amplamente reconhecida como uma força transformadora nas economias globais e locais. Vai

além da simples criação de negócios, conectam-se às discussões sobre redução de desigualdades de gênero, geração de renda e desenvolvimento econômico e social (Bezerra, 2023).

O impacto das repercussões do conhecimento na promoção de uma cultura de inovação é particularmente evidente nos centros tecnológicos, onde a troca de ideias e informações está a acelerar a inovação e o sucesso empresarial (Bacellar; Pereira; Basílio, 2023; Bezerra, 2023; Schimchak; Peres; Crescitelli, 2023).

O empreendedorismo feminino, especificamente, tem merecido uma atenção significativa nos últimos anos, refletindo mudanças sociais mais amplas e esforços para promover a igualdade de gênero (Omotosho, 2024). Globalmente, o empreendedorismo feminino tem mostrado uma tendência ascendente e notável. (Subtil, 2023; Guimarães, 2024).

Conforme Strobino e Teixeira (2014) as razões que conduzem as mulheres a abrirem empresas variam: o desejo de realização e independência, o reconhecimento de uma oportunidade de mercado, a dificuldade de subir na carreira, a necessidade de sobreviver e uma forma de conciliar trabalho e família. A entrada das mulheres no universo do empreendedorismo é impulsionada tanto pela necessidade quanto pela busca de autonomia e realização pessoal, mas frequentemente, ocorre em condições menos desenvolvidas que as dos homens, evidenciando disparidades de acesso a recursos, redes de apoio e financiamento. (Guimarães, 2024).

O trabalho vem sendo algo central na vida da mulher e representa a maior conquista feminina dos últimos tempos, pois para muitas mulheres, por meio do trabalho existe uma realização pessoal e configura-se um espaço construído individualmente, no qual se sentem valorizadas como pessoas (Costa, 2018).

Os conceitos de empreendedorismo não fazem distinção entre os gêneros, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres. Porém, é inegável o peso feminino crescente na população economicamente ativa, não somente no Brasil, mas em diversos países no mundo (Strobino; Teixeira, 2014).

O empreendedorismo feminino se dá por vários fatores, por exemplo, cada vez mais as mulheres assumem o papel de provedoras de seus lares, logo, se veem aptas a encontrar uma solução para sustentarem suas casas, reconhecendo no empreendedorismo uma alternativa importante. As mulheres que estão à frente de negócios precisam enfrentar não só um trabalho árduo, mas também a cobrança de ser mãe e esposa. E, esta realidade vem melhorando, mostrando a força das mulheres à frente de seus negócios. A inserção da mulher no mercado de trabalho, fez com que esta buscasse conciliar as funções domésticas com o trabalho fora de casa, adquirindo uma dupla jornada (Guimarães, 2024).

Um dos atritos presentes no ato de empreender é o medo da falência. Cacciotti e Hayton, (2015) apontam diferentes categorias em que o medo se mostra pertinente. O desafio inicial de encontrar formas de financiar suas ideias e colocá-las em prática apresenta relevância no empreendedorismo feminino. Mas, no atual cenário econômico, os autores relatam ainda as dificuldades e os dilemas em efetuar a melhor escolha na administração de recursos escassos como um desafio presente neste cenário.

Um dos maiores medos que ocorre também é quando a mulher ao criar a sua própria empresa não tem capital suficiente. Nesse sentido, a captação de recursos do mercado é observada como um processo desafiador seja pelo acesso a recursos financeiros, humanos e capital social. Welter et al. (2020) e Lockyer e George (2012) destacam em seus estudos que esse foi um dos principais bloqueios das mulheres para se tornarem empreendedoras.

Mesmo com o crescimento que o empreendedorismo feminino vem conquistando no decorrer dos anos, há ainda dificuldades encontradas pelas mulheres para trilharem o seu caminho. As mulheres acabam tendo acesso a um menor valor médio de empréstimo, pois também estão à frente de negócios menores (Santos; Barros, 2022).

Assim, de acordo com Cortez e Dias (2019), é possível reconhecer que as mulheres têm enfrentam problemas maiores em comparação com os homens quando pensam em empreender. Mas, apesar de enfrentar dificuldades prosseguem lutando pelo seu espaço. Mesmo que enfrentem percalços e adversidades pelo caminho, buscam a valorização e realização profissional, sempre se mantendo persistentes e corajosas (Castro; Braz; Freitas, 2019).

Essas discussões ilustram claramente os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras. Nota-se que a participação feminina nos negócios proporciona contribuições nas áreas econômica e social, levando-os a discutir quais as razões e fatores que influenciam as mulheres a administrarem seus negócios de forma inovadora (Coleti; Moraes; Silva, 2021).

Para aprofundar o entendimento sobre os desafios das mulheres no mercado e acessar uma riqueza de dados é possível citar as dificuldades listadas na literatura sobre este fenômeno. Diante disso, nota-se que as mulheres empreendedoras enfrentam diversas barreiras que dificultam sua trajetória no mundo dos negócios, refletindo desafios estruturais, culturais e institucionais. O Quadro 02 sintetiza exemplos dessas barreiras, destacando seus impactos e possíveis estratégias para superá-las.

Quadro 02: Barreiras no Empreendedorismo Feminino

Dimensões	Barreiras	Autores
FAMÍLIA	Gravidez, equilíbrio entre família e carreira, falta de apoio familiar.	Hisrich e Brush (2018), Carter e Shaw (2020).
FINANCEIRO	Acesso ao financiamento, custos elevados, burocracia tributária, taxas de impostos, baixa rentabilidade dos negócios.	Minniti e Naudé (2021), Xavier et al. (2019).
HABILIDADE/COMPORTEMENTO	Falta de confiança, dificuldades em networking, aversão ao risco, baixa identificação de oportunidades, medo do fracasso.	Santos e Barros (2022), Welter et al. (2020).
DIFERENÇAS DE GÊNERO	Baixa escolaridade, desigualdade entre gêneros, barreiras socioculturais.	Ahl e Nelson (2019), Verheul et al. (2021).
LEGISLAÇÃO	Dificuldade no licenciamento de negócios, regulamentações trabalhistas complexas, excesso de formalidades legais.	Brush et al. (2020), Campos e Silva (2022).
POLÍTICAS PÚBLICAS	Falta de políticas de incentivo ao empreendedorismo feminino, ausência de suporte governamental.	Kabeer (2021), Dias et al. (2023).
SUPORTE DAS INSTITUIÇÕES	Falta de programas de capacitação voltados para mulheres, baixo suporte empresarial.	Marlow e McAdam (2019), Lima e Souza (2022).

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

De acordo com o Quadro 02 percebe-se que entre os principais obstáculos enfrentados pelas mulheres empreendedoras concentram-se o acesso limitado a financiamento, redes de contato restritas, normas de gênero enraizadas e dificuldades na conciliação entre vida profissional e responsabilidades familiares. Além disso, a ausência de políticas públicas e apoio institucional agrava essas dificuldades, reforçando desigualdades e limitando o potencial de inovação e crescimento dos negócios liderados por mulheres.

Vale acrescentar que as mulheres empreendedoras não apenas contam com barreiras, desafios e limitações nas suas práticas empreendedoras, mas, possuem características significativas no seu perfil empreendedor, tais como: Empatia e cuidado com o cliente; Gestão participativa e de liderança; Resiliência e equilíbrio. A liderança feminina se destaca em todos os setores competitivos do mercado de trabalho. A sua participação é vista como uma fonte facilitadora e participativa. A flexibilidade da negociação, o poder de dividir a informação são pontos positivos observados por estudiosos do assunto, que conseguem perceber essa liderança como um aumento na produtividade e nos lucros. (Cunha; Nascimento; Falcão, 2024)

Nesse contexto, afirma-se que estudos em diferentes cenários ressaltam o papel das mulheres no âmbito do empreendedorismo. Huamán et al. (2022) pesquisaram casos de empresas lideradas por mulheres que alcançaram alto crescimento no curto prazo, contrariando a abordagem tradicional do empreendedorismo feminino associado à precariedade. Destacaram fatores como experiência no setor, estratégia voltada para o crescimento, foco na inovação de serviços, expansão rápida, produtos de alta qualidade e uma abordagem distinta em relação ao empreendedorismo. Este estudo trouxe novos insights sobre como alguns negócios liderados por mulheres podem potencializar novos mercados.

Prodanov, Montardo e Dutrao (2024) estudaram negócio de moda identificando aspectos do empreendedorismo feminino no Rio Grande do Sul, Brasil, com presença no Instagram. Os autores abordaram que as redes sociais influenciam as práticas dos negócios liderados por mulheres. Os dados revelaram um aumento nos produtos vendidos para o público feminino tendo o Instagram como principal ferramenta de divulgação. Além da representatividade da imagem da mulher empreendedora como exemplo de motivação e canal direto de venda.

Cunha, Nascimento e Falcão (2024) mencionam que o empreendedorismo feminino tem sido, por muito tempo, associado à busca por necessidade, envolvendo fatores sociais ligados ao gênero que incentivam as mulheres a empreenderem em busca de independência, autoconfiança, estabilidade financeira ou uma vida mais equilibrada. Apontam que as motivações e os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras variam entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. Diante disso, os autores propõem um modelo integrador que combina a abordagem da Incorporação Mista com a Teoria Institucional, utilizando uma perspectiva multiteórica para analisar o processo empreendedor de mulheres imigrantes. Discutem a compreensão sobre suas práticas empreendedoras e tratar as lacunas existentes nas abordagens teóricas no contexto do empreendedorismo feminino.

Paucarchuco e Gómez (2023) analisaram os desafios enfrentados pelo empreendedorismo feminino no Peru. Para isso, realizaram uma revisão sistemática da literatura nacional e internacional. A pesquisa identificou as principais características desse tipo de empreendedorismo, bem como os obstáculos que dificultam seu crescimento sustentável. Como solução, os autores sugerem que o governo e as empresas privadas promovam ações de capacitação voltadas para o empreendedorismo feminino, incluindo formação acadêmica, qualificação técnica, educação financeira e políticas mais justas. A conclusão é que o empreendedorismo feminino ainda carece de força para contribuir efetivamente com o desenvolvimento sustentável da sociedade peruana.

Nesse sentido, empreendedorismo trouxe mudanças significativas para a sociedade. O empreendedorismo feminino, em específico, vai além da geração de renda, sendo uma força transformadora para a sociedade. Compreender suas características, desafios e impacto é fundamental para propor soluções que promovam a igualdade de oportunidades e o crescimento sustentável.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Classificação da pesquisa

Para a realização deste estudo, foi desenvolvido uma pesquisa empírica de abordagem qualitativa de cunho exploratório e descritivo. De acordo com Gil (2019) esse perfil de pesquisa tem como finalidade proporcionar uma maior familiaridade com o problema com vista a torná-lo mais explícito. Abordado também por Leão (2017), como uma forma de proporcionar uma maior possibilidade de informações perante um tema bem como a formulação de um problema

mais preciso de pesquisa. Segundo Marconi e Lakatos (2017) a pesquisa descritiva compreende aspectos como descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos.

Assim, a escolha deste percurso metodológico permitiu discutir a temática do empreendedorismo feminino na cidade de Uruçuí, Piauí. Reforça-se que o cenário de pesquisa correspondeu a um município localizado no Sul do Estado Piauí, possui de acordo com o último censo realizado em 2022 cerca de 25 mil habitantes. A principal atividade econômica deste município é o agronegócio, o que justifica a possibilidade de atividades empreendedoras na região. (IBGE, 2025).

Adotou-se como mecanismo para tratamento e análise de dados a estruturação por categorias proposta por Bardin (2011). A autora afirma que a organização de dados envolve um sistema de codificação que pode ser desenvolvido em estudos qualitativos através de várias etapas, tais como: Pré análise, na qual se separa o material disponível e seleciona-se o conteúdo mais relevante; exploração do material, que envolve codificação, categorização, recorte das unidades de registro e seleção das unidades de contexto que serão devidamente utilizadas.

Como instrumento de coleta de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas com empreendedoras residentes na cidade de Uruçuí-PI atuantes em diferentes áreas de negócios. O Quadro 02 apresenta o roteiro de instrumento aplicado.

Quadro 03: Instrumento de Pesquisa

OBJETIVO	CATEGORIA	QUESTÕES	REFERÊNCIAS
Descrever o perfil e trajetória das mulheres empreendedoras.	Perfil sociodemográfico	Idade; Estado Civil; Número de filhos; Escolaridade; Renda mensal; Ramo de negócio; Tempo como empreendedora.	De Oliveira Nunes; Sanches (2022); Sousa; Dias; Pelogio (2021)
	Trajetória empreendedora	Conte sobre sua trajetória como mulher empreendedora. Classifica-se como empreendedora por Oportunidade ou necessidade? Porquê? Teve alguém como modelo que lhe motivou a empreender? Executa outra atividade trabalhista ou empregatícia seja formal ou informal? Quais fatores levaram você a abrir seu próprio negócio?	Bandeira et al. (2021); Huamán et al. (2022); Sousa; Dias; Pelogio (2021)
Identificar as principais características empreendedoras.	Características empreendedoras	Que características pessoais você considera que foram fundamentais para o sucesso do seu negócio/empreendimento? Quais são os valores mais importantes que a definem como empreendedora?	Cunha; Nascimento; Falcão (2024); De Freitas; Da Costa; Visentin (2023); De Oliveira Nunes; Sanches (2022); Huamán et al. (2022); Sousa; Dias; Pelogio (2021)
Apresentar os principais desafios enfrentados na carreira empreendedora.	Barreiras para empreender	Você dispunha de crédito/capital para iniciar o negócio? Se não, como conseguiu? Quais eram seus objetivos iniciais quando decidiu ingressar na carreira empreendedora? Eles eram específicos/claros ou amplos? Como você selecionou seus objetivos, mercados-alvo, produtos/serviços? Você fez algum tipo de pesquisa de mercado? Você dispunha de algum tipo de conhecimento/informação sobre o tipo de negócio que estava abrindo? Quais as dificuldades voce visualiza na sua carreira enquanto mulher empreendedora?	Bandeira et al. (2021); Sousa; Dias; Pelogio (2021).

Apontar estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso.	Estratégias de superação	Como você lidou e agiu diante das dificuldades na sua carreira empreendedora? Em que projetos você está trabalhando agora ou no que pretende trabalhar no futuro?	Bandeira et al. (2021); Sousa; Dias; Pelógio (2021)
---	--------------------------	--	---

Fonte: Elaborados pelos autores (2025)

Salienta-se que a definição das categorias abordadas neste estudo originou-se do levantamento teórico sobre o tema nas bases de dados: *Web of Science*, *Scielo*, *google acadêmico*, entre outras, que viabilizaram conhecer dimensões já existentes em estudos anteriores sobre o Empreendedorismo Feminino. Além disso, como forma de obter dados fidedignos esta pesquisa passou por atualizações através de revisão por especialista e ajuste após o pré teste.

3.2 Coleta e análises de dados

A coleta de dados compreendeu uma análise não probabilística, ou seja, não existe uma informação conhecida e uniforme para que cada elemento da população, não sendo possível um dado estatístico aproximado sobre a quantidade total de empreendedoras no campo de pesquisa investigado. Assim, a pesquisa contou com um quantitativo de 10 participantes incluindo os pré testes aplicados junto a 03 empreendedoras (*Sabor da casa (8)*, *Toque doce (9)*, *Estilo Beleza (10)*). Vale acrescentar, que a escolha das participantes ocorreu em função da disponibilidade e acessibilidade sendo enviado convites prévios para participar do estudo. Durante as entrevistas apresentou-se o Termo Livre e Esclarecido para formalizar a aplicação do instrumento.

As empreendedoras participantes foram nomeadas como: *Alegria show (1)*, *Glamour Belle (2)*, *Mary luxo (3)*, *Conecta (4)*, *Doce encanto (5)*, *Tia Lel (6)*, *Luh mamãe (7)*, *Sabor da casa (8)*, *Toque doce (9)*, *Estilo Beleza (10)*. Acrescenta-se que foi mantido o anonimato das respondentes e empregado o uso pseudônimo de acordo com a área de atuação para fazer menção as empreendedoras participantes do estudo.

O período de aplicação da pesquisa compreendeu o mês de abril 2025. Todas as entrevistas ocorreram na modalidade presencial, ou seja, contato direto entre o pesquisador e participante, com duração média de 20 minutos por entrevista. A análise dos dados foi estruturada por meio da construção das seguintes categorias: *Perfil sociodemográfico*, *Trajetória empreendedora*, *Características empreendedoras*, *Barreiras para empreender*, *Estratégias de superação*. (ver quadro 03 supracitado anteriormente).

Para estruturação dos resultados do estudo foi adotado e utilizado o programa Excel como apoio na organização dos dados e processos de codificação. Informa-se que não houve necessidade de retorno ao campo de pesquisa para novas coletas de dados, haja vista que os dados obtidos alcançaram seu nível de saturação, ou seja, as respostas foram suficientes para atender a proposta da pesquisa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta a análise e discussão dos resultados que está estruturada dos Quadros 01 ao 05 compreendendo as seguintes categorias/ códigos: perfil, trajetória, características, barreiras e estratégias empreendedoras.

4.1 Categoria: Perfil sociodemográfico das empreendedoras

O Quadro 04 notifica dados direcionados para o perfil das empreendedoras participantes do estudo. Apresenta-se informações sobre idade, estado civil, número de filhos, escolaridade, renda mensal, ramo de negócio e tempo como empreendedora.

Quadro 04: Perfil sociodemográfico das empreendedoras

Participante	Resultados						
	Idade	Estado Civil	Nº de filhos	Escolaridade	Renda Mensal	Ramo de negócio	Tempo de atuação no empreendedorismo
Alegria show	Acima de 40 anos	casada	01 a 03 filhos	superior completo	Acima de R\$ 4.500,00	Animação de festas	20 anos
Glamour Belle	De 21 a 30 anos	casada	01 a 03 filhos	superior completo	De R\$ 3.001,00 até R\$ 4.500,00	salão de beleza	12 anos
Mary luxo	De 31 a 40 anos	solteira	01 a 03 filhos	superior completo	Acima de R\$ 4.500,00	loja de acessórios	3 anos
Conecta	De 31 a 40 anos	casada	Não tem filhos	ensino médio completo	Acima de R\$ 4.500,00	loja de celulares	8 anos
Doce encanto	De 21 a 30 anos	solteira	Não tem filhos	ensino médio completo	De R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00	confeiteira	4 anos
Tia lel	De 31 a 40 anos	casada	01 a 03 filhos	superior completo	Acima de R\$ 4.500,00	loja de roupas infantil	5 anos
Luh mamãe	De 31 a 40 anos	casada	01 a 03 filhos	superior completo	Acima de R\$ 4.500,00	loja de gestante	5 anos
Sabor da casa	De 31 a 40 anos	casada	01 a 03 filhos	cursando superior	Acima de R\$ 4.500,00	restaurante	8 anos
Toque doce	De 21 a 30 anos	solteira	Não tem filhos	cursando superior	De R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00	boleira	6 anos

Estilo Beleza	Acima de 40 anos	casada	Acima de 03 filhos	cursando superior cursando superior	De R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00	salão de beleza	9 anos
----------------------	------------------	--------	--------------------	--	-------------------------------------	-----------------	--------

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

A avaliação das informações apresentadas no Quadro 01 possibilitam delinear um perfil sociodemográfico das empresárias envolvidas no estudo. Nota-se que a maioria se encontra na faixa etária de 31 a 40 anos, casada e tem entre um a três filhos. No que diz respeito ao nível educacional, predomina o ensino superior completo ou em andamento, o que sugere um elevado grau de qualificação formal. A renda mensal também exhibe variações significativas, sendo que uma parcela considerável das empresárias afirmou ter ganhos superiores a R\$ 4. 500,00 (06 respondentes).

Em relação ao setor de atuação, sobressai a presença nas áreas de beleza, moda, alimentação e comércio, segmentos que historicamente concentram a participação feminina no empreendedorismo brasileiro. O tempo de experiência no setor oscila entre três e vinte anos, evidenciando uma diversidade de trajetórias e níveis de maturidade nos negócios.

Esse perfil se aproxima das informações nacionais disponibilizadas por fontes como o SEBRAE (2022) e o relatório do GEM (2021), que indicam que uma grande parte das mulheres empreendedoras brasileiras atua em atividades ligadas ao setor de serviços, especialmente na informalidade ou em empreendimentos de menor porte. Segundo Dornelas (2018), muitas mulheres veem no empreendedorismo uma alternativa para alcançar maior autonomia financeira e equilibrar suas responsabilidades familiares com a geração de receita.

A maternidade, portanto, não apenas desafia essas empresárias, mas também estimula a criação de negócios que proporcionem maior flexibilidade de horários. Isso se confirma no presente estudo, onde a maioria das participantes é mãe e, ainda assim, mantém empreendimento com anos de atuação no mercado.

4.2 Categoria: Trajetória empreendedora

O Quadro 05 notifica a trajetória de cada empreendedora participante do estudo. Contando sua história, se foi por necessidade ou oportunidade, teve alguém como modelo, executa outra atividade trabalhista e quais fatores a levaram a abrir seu próprio negócio.

Quadro 05: Categoria: Trajetória empreendedora

Participante	Resultados
Alegria show	“Começou a 20 anos, com venda de salada de frutas, abriu uma loja de carne, frutas e verduras e somente depois entrou no mundo das festas, decolando em 2019. Esposo e filha sempre como apoio emocional, sempre tive emprego fixo. A empresa de festa era uma necessidade para a cidade e uma oportunidade para mim..”
Glamour Belle	“Há 12 anos começou como cabeleireira por influência de parente muito próximo e querido que era cabeleireiro é meu primo. meu pai comprou meu primeiro secador e eu comecei em casa mesmo. Com o apoio da minha família e meu namorado que hoje é meu esposo que sempre me motivou a abrir meu salão, hoje além do meu salão eu vendo produtos da minha área. E foi isso que levou eu abrir o meu negocio a minha admiração por esse primo que foi um incentivo para mim e o amor pela profissão”.
Mary luxo	“Comecei a empreender trabalhava ainda em uma empresa privada e queria ter um renda a mais então usei um quarto da casa da minha mãe. Anos depois fui demitida da empresa privada e usei

	meu acerto para abrir uma loja no centro da cidade. Nas horas vagas ajuda minha mãe que também é empreendedora “boleira”. É o que me levou a ser empreendedora foi a vontade de ser independente, ser uma grande empreendedora , juntou a necessidade com a oportunidade de ter perdido o emprego recentemente.”
Conecta	“Comecei com a loja on-line , no delivery. Anos depois abri minha loja física mesmo com tantos desafios estamos com 3 anos de loja física. Foi algo que sempre sonhei então não vejo como uma necessidade. Sempre tive uma admiração e uma força de um grande amigo que sempre me incentivou, hoje vivo do meu próprio empreendimento..”
Doce encanto	“Há 3 anos, começou com trufas e confeitaria. Iniciou como uma brincadeira de fazer trufas caseiras e todos à volta foi gostando até que apareceu o primeiro pedido de Bento cake. Depois fui só me aperfeiçoando, foi uma oportunidade que me ajudou a ser independente. Meus pais sempre me apoiaram, com esse independência eu ajudo ainda mais eles”
Tia lele	“Sempre tive um desejo de empreender, sou formada em administração e pedagogia e pos graduada em finanças. Me clasifico tanto por necessidade como por oportunidade, minha mae foi minha maior inspiração , sempre busquei empreender.”
Luh mamee	“A ideia da loja surgiu em 2021, onde durante a pandemia resolvi empreender e o meu segmento é moda gestante, amamentação e pós parto. Primeiramente foi uma necessidade pessoal que se transformou em uma oportunidade. Sou CLT , e minha mãe sempre foi minha inspiração”
Sabor da casa	“Há mais de 10 anos, começou com loja de roupas, mais sempre apaixonada por comida onde empreendo atualmente. Nunca tive ninguém como modelo , mais minha filha sempre foi minha inspiração, foi por necessidade”.
Toque doce	“Comecei aos 18anos, tinha finalizado o ensino médio tentei o enem não deu certo. Aí precisei de uma renda e eu sempre gostei de fazer doces. Minha família foi meu incentivo e inspiração, no momento foi uma necessidade e usei a oportunidade de saber fazer doces, hoje executo outra atividade trabalhista”
Estilo Beleza	“Começou em 2016, morava fora e tive que volta e para cuida dos meus pais e cuida dos filhos. Foi uma necessidade pois eu precisava cuida da família e precisa me auto sustentar. Minha ex patroa foi uma inspiração como profissional, no momento continuo trabalhando só pra mim mesma. Ter uma vida mais maleável, ter mais tempo pra família”.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

O Quadro 05 entrevistadas, indicando que o início de suas atividades empreendedoras foi impulsionado tanto por necessidades pessoais quanto por oportunidades percebidas no contexto local. Observa-se que a maioria teve algum tipo de modelo ou inspiração, seja dentro da própria família (pais, irmãos, cônjuges), seja por figuras profissionais ou referências encontradas nas redes sociais.

Algumas empreendedoras conciliaram, ou ainda conciliam, suas atividades com outros empregos formais (CLT), enquanto outras dedicam-se exclusivamente ao negócio. A motivação predominante está ligada à busca por independência financeira, autonomia de vida e realização pessoal, com destaque para o papel da observação de nichos de mercado inexplorados como fator propulsor da ação empreendedora.

A maior parte das participantes iniciou suas empresas por necessidade, como é o caso de Mary Luxo, que lançou sua loja após ser dispensada, e toque doce, que empreendeu após não obter aprovação no ENEM. Essas vivências estão em consonância com os resultados de pesquisadores como Guimarães (2024), Sousa; Dias; Pelogio (2021) que argumentam que muitas mulheres iniciam seus empreendimentos como uma busca por independência financeira ou para preencher uma lacuna no mercado, especialmente em contextos de insegurança no

emprego formal. Por outro lado, empreendedoras como Conecta e Doce Encanto iniciaram seus negócios mais por uma percepção de oportunidade do que por uma necessidade imediata.

O fato de muitas dessas empreendedoras serem inspiradas por familiares, como observado em casos de Glamour Belle, que foi motivada por um primo cabeleireiro e Sabor da Casa, que se inspira em sua filha, sugere a forte influência do apoio emocional e da socialização no contexto familiar. O apoio familiar é um fator determinante para o sucesso inicial de negócios femininos, principalmente pela confiança emocional e pelo suporte nas fases iniciais do empreendimento. A presença de modelos familiares, como no caso dessas empreendedoras, também pode ser interpretada como uma forma de transmissão de capital social. Além disso, a geografia e a situação sociodemográfica parecem desempenhar papéis significativos nas trajetórias dessas mulheres (Bandeira *et al.*, 2021; Huamán *et al.*, 2022).

A localização e o tipo de mercado no qual atuam seja em cidades menores ou grandes centros urbanos podem influenciar as decisões de negócios. Como destacado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021), as oportunidades de empreendedorismo variam conforme a região, o que pode facilitar ou dificultar o acesso a clientes e recursos. No estudo apresentado, as empreendedoras que atuam em áreas mais locais, como Alegria Show, que identificou uma lacuna no mercado de festas de sua cidade, mostram como o contexto geográfico pode ser um fator decisivo.

Quanto à situação sociodemográfica, o fato de muitas dessas mulheres serem casadas e terem filhos indica que fatores familiares podem moldar suas escolhas empreendedoras, pois buscam equilibrar a vida pessoal com a necessidade de autonomia financeira. Isso está em linha com a literatura que observa que mulheres empreendedoras frequentemente enfrentam o desafio de conciliar o papel de cuidadora com a gestão de seus negócios, o que pode afetar suas áreas de atuação e escolhas de horários (Cunha, Nascimento; Falcão, 2024; Huamán *et al.*, 2022).

4.3 Categoria: Características empreendedoras

O Quadro 06 apresenta as principais características das empreendedoras participante do estudo. Destacando suas características pessoais que foram fundamentais e quais seus valores mais importantes que a definem como empreendedora.

Quadro 06: Identificação das principais características empreendedoras

Participante	Resultados
Alegria show	“A boa comunicação, a desenvoltura, a educação, o jeito de atender, o jeito de desenrolar, o jeito de sair dos momentos difíceis”.
Glamour Belle	“Acreditar que eu sou capaz, acreditar no meu potencial, acreditar que eu sou uma boa profissional, buscar me especializar sempre para me tornar o melhor para as minhas clientes, para cada vez mais oferecer o melhor”.
Mary luxo	“Acredito que foi eu sendo eu mesma, você tem que fazer o que você acredita”.
Conecta	“Primeiramente umildade , honestidade e jamais perde a essencia. entender que o dinheiro sempre vai ser consequencia do seu plantio”.
Doce encanto	“Aperfeiçoamento, pois sempre fui elogiada pelo sabor e estetica dos meus bolos e doces”.
Tia lele	“Gerencia seu negocio, atingir metas. Resolver problemas e trazer solucoes para os clientes”
Luh mamae	“Trabalhar com peças de qualidade, ter um bom atendimento e ter empatia para entender o que realmente a cliente quer nos transmitir”.

Sabor da casa	“Primeiro lugar, atendimento. Segundo, como eu mexo no ramo de comida, tempero. sou determinada, sou esforçada”.
Toque doce	“Muita perseverança. Tem que ser muita cabeça dura no sentido de não aceitar falha uma vez. A ética de fazer sempre o que é certo. Fazer o que é certo e procurar não só as vantagens, mas ter um porquê naquilo”.
Estilo Beleza	“Lealdade, caráter, ética, profissionalismo. Cuidado com o próximo”.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

O Quadro 06 revela atributos pessoais e valores fundamentais para as empreendedoras participantes, que são cruciais para o êxito de seus empreendimentos. Entre as principais qualidades salientadas, estão a comunicação eficaz, a persistência, a ética e a empatia, as quais foram mencionadas por diversas participantes, como Alegria Show, Toque Doce e Luh Mamãe. Essas características se conectam diretamente com a literatura acerca do perfil do empreendedor, conforme discutido por Dornelas (2018), que aponta a adaptação a transformações e a habilidade de comunicação como competências essenciais para o progresso de um negócio, especialmente em um ambiente competitivo. Ademais, a persistência e a capacidade de superar obstáculos são frequentemente abordadas em investigações sobre o empreendedorismo, como o estudo de Shane (2003), que sugere que empreendedores bem-sucedidos devem ser resilientes diante das adversidades.

A ética e o comprometimento com o trabalho também são elementos ressaltados por empreendedoras como Conecta e Toque Doce, que posicionam a honestidade e a correção como fundamentos de seu negócio. Essas qualidades são discutidas por Hisrich e Peters (2009), que enfatizam que o capital ético é indispensável para construir uma reputação sólida e estabelecer relações de confiança com os clientes.

A ética não se restringe apenas à honestidade, mas também envolve a responsabilidade social e o comprometimento com o bem-estar dos clientes, aspectos que são evidentes no discurso de muitas das empreendedoras deste estudo. Além disso, o aprimoramento contínuo e a busca pela excelência mencionados por empreendedoras como Glamour Belle e Sabor da Casa têm forte ligação com a literatura sobre inovação e competitividade.

Fischer (2016) afirma que a procura por qualidade constante e a formação profissional são determinantes para a sustentabilidade do negócio, especialmente em setores altamente competitivos. Esta dedicação ao desenvolvimento de habilidades e à entrega de produtos ou serviços de elevado padrão pode ser vista como uma tentativa de se destacar no mercado e criar um valor agregado para o consumidor.

4.4 Categoria: Desafios enfrentados na carreira empreendedora

O Quadro 07 esboça dados que versam sobre os desafios enfrentados pelas empreendedoras participantes, de modo que se tenha uma descrição desses desafios para entender seus reflexos no contexto do empreendedorismo feminino.

Quadro 07: Categoria desafios enfrentados

Participante	Entrevistas Empreendedores Sociais
Alegria show	“Enfrentou burocracia e altos impostos. Teve dificuldades para entender o processo de formalização como MEI e depois Simples Nacional. Falta de informação e conhecimento sobre obrigações fiscais, sensação de que a carga tributária desmotiva.”

Glamour Belle	“Com o objetivo de ser independente, pois a renda era baixa foi enfrentando múltiplos desafios como, dificuldade em conciliar trabalho, casa e família até a falta de apoio financeiro no início, sem conhecimento e a necessidade de adaptação ao mercado.”
Mary luxo	“Empreendedoras como eu, que foi com a cara e a coragem muitas vezes sem apoio das pessoas próximas. Iniciei com pouca estrutura, a falta de incentivo e as exigências do mercado, falta de fornecedor mais perto, vencendo a cada dia”.
Conecta	“Começou investindo em telefones, com um capital acumulado de 10 mil reais, atendendo em casa, com muitas dificuldades principalmente relacionadas ao preço de compra de produtos que varia de acordo com o dólar, o que levou a perda de muito dinheiro. “Falta de apoio de pessoas, embora ela ressalte que até os maus e ruins dão aprendizado.”
Doce encanto	“Fazer bolo é fazer arte, o Mercado é competitivo pois é um dos ramos que cresceram com a pandemia, Sobrecarga causada pela tentativa de agradar a todos devido à alta demanda mas com poucos recursos”.
Tia lele	“Não vejo muitas dificuldades, a mulher hoje consegue chega onde ela quer basta ter disposição e ter força de vontade. Ate vejo a mulher crescendo muito mais fora do mundo corporativo do que no seu negocio.”
Luh mamae	“Enfrentando diversos desafios ao empreender em uma cidade pequena, onde o público é limitado e há resistência a novidades. Como mulher empreendedora, precisou lidar com o descrédito, o conservadorismo local e a falta de apoio emocional e estrutural. Iniciou seu negócio em 2021, durante a pandemia, sem experiência prévia no ramo da moda gestante. Teve que aprender tudo na prática, buscando referências em outras lojas e desenvolvendo estratégias criativas para manter sua marca ativa e relevante. Mesmo diante dos obstáculos, segue firme por acreditar no propósito e impacto de sua marca na vida de outras mulheres”
Sabor da casa	“Enfrentando dificuldades financeiras no início do negócio, precisando comprar tudo em etapas e recorrer a uma linha de crédito para complementar o que já tinha em caixa, procurando ajuda mas sem apoio externo e muita concorrência no mercado”.
Toque doce	“Desafios como a falta de recursos financeiros e a competição em uma cidade pequena. Inicialmente, utilizando de materiais que já possuía em casa para iniciar o negócio e, a partir da primeira venda, reinvestiu o lucro para adquirir mais materiais e continuar crescendo. A demora para obter um lucro significativo foi um desafio, mas ela manteve a perseverança e a determinação.”
Estilo Beleza	“Enfrentando os desafios como a negatividade de pessoas próximas, especialmente da família, que muitas vezes não acreditavam no sucesso. Além disso, conquistar clientes foi um desafio, já que ela era nova na cidade e poucos conheciam o serviço. No entanto, e o apoio de representantes que ofereceram crédito para comprar materiais e pagar depois, o que foi fundamental para dar o pontapé inicial no negócio, já que não dispunha de capital inicial o bastante”.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

O Quadro 07 evidencia uma variedade de desafios enfrentados no processo de consolidação dos empreendimentos liderados pelas mulheres participantes. Entre os principais entraves, destacam-se a ausência de conhecimento técnico e burocrático como mencionado no testemunho da Alegria Show, que relata dificuldades com a formalização e impostos e a carência de recursos financeiros iniciais, enfrentada por empresárias como Estilo Beleza e Toque Doce.

Esses fatores afetam diretamente a sustentabilidade e o crescimento dos negócios, demandando das entrevistadas não apenas resiliência, mas também criatividade para superar limitações. Como enfatizam Costa (2012) e Chiavenato (2012), o início da jornada

empreendedora frequentemente é caracterizado pela falta de planejamento formal, o que aumenta os riscos e os esforços necessários para a adaptação ao mercado.

Outro aspecto relevante revelado no contexto é o impacto do ambiente social e geográfico nos desafios enfrentados. Mulheres como Luh Mamãe e Mary Luxo demonstram que a ausência de apoio emocional, a desconfiança por parte da sociedade e o conservadorismo local podem constituir barreiras significativas à atuação empreendedora. Esse cenário se alinha com as análises de Strobino e Teixeira (2014), que indicam que mulheres empreendedoras, especialmente em cidades menores, enfrentam julgamentos culturais que dificultam a aceitação de seus papéis como líderes e gestoras.

Além disso, a dupla jornada entre vida profissional e pessoal vivenciada por Glamour Belle, por exemplo evidencia como os papéis de gênero ainda interferem na construção da autonomia econômica feminina. Entretanto, os desafios enfrentados por essas mulheres continuam sendo significativos. Isso corrobora com as discussões trazidas na literatura sobre diversidades no âmbito do empreendedorismo quanto as questões de gênero (Omotosho, 2024; Subtil, 2023; Verheul *et al.*, 2021).

Conforme ressaltam pesquisas do SEBRAE (2021) e GEM (2023), o acesso ao crédito, a formação técnica e a conciliação entre trabalho e vida pessoal ainda se destacam como barreiras relevantes na trajetória de consolidação dos negócios liderados por mulheres. Ademais, a concentração em setores tradicionalmente femininos pode restringir as oportunidades de expansão e inovação. Com base na literatura, é evidente que as políticas de apoio ao empreendedorismo feminino devem levar em conta essas particularidades, promovendo programas de capacitação, redes de apoio e acesso facilitado a recursos financeiros para fomentar a sustentabilidade e o crescimento dos empreendimentos geridos por mulheres.

Logo, compreende-se que tais obstáculos não apenas dificultam o crescimento dos empreendimentos, mas também influenciam diretamente na identidade e postura dessas mulheres como empreendedoras. A falta de suporte estrutural e financeiro, juntamente com a pressão social, requer delas um esforço contínuo para equilibrar paixão, sobrevivência e inovação.

Os dados corroboram com a visão de Costa (2012) e Coleti, Morais e Silva (2021), ao afirmar que o empreendedorismo feminino, mais do que uma escolha, frequentemente é uma resposta às adversidades impostas por um mercado excludente. O enfrentamento desses desafios, portanto, molda trajetórias empreendedoras mais adaptativas e resilientes, o que se confirma nas falas dessas mulheres que, mesmo diante de inúmeras dificuldades, permanecem firmes em seus propósitos.

4.5 Categoria: Estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso

O Quadro 08 aponta estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso. Destacando Estratégias de superação.

Quadro 08: Categoria Estratégias adotadas pelas empreendedoras

Participante	Entrevistas Empreendedores Sociais
Alegria show	“Estratégia essencial é o estudo constante, acredita que, para ter sucesso e lançar novas ideias, é essencial estudar muito antes de tomar qualquer ação. O planejamento e a preparação são fundamentais para garantir o sucesso de qualquer projeto. Também demonstrar visão de futuro e otimismo, sugerindo que pode haver novas oportunidades, como uma casa de festas ou até um parque de diversões, dando a entender que está sempre em busca de crescer e expandir seus negócios.”

Glamour Belle	“Estratégias que organizam sua vida e o seu negócio, se concentrar em uma boa gestão do tempo criando uma agenda para poder conciliar as atividades do seu empreendimento com as responsabilidades de mãe, esposa e dona de casa. Além disso, reconhecer a importância da rede de apoio , direcionando pessoas para ajudá-lo em sua jornada empreendedora, pois acredita-se que sozinha não conseguiria alcançar seus objetivos. A organização é uma prioridade, permitindo que lide com as dificuldades de forma estruturada e eficiente.”
Mary luxu	“O crescimento do negócio inclui a autoconfiança e a persistência. acreditar em si mesma e nunca se deixa abater, mesmo diante das dificuldades. A organização é outra chave importante em sua abordagem, buscando sempre fazer as coisas da maneira mais correta possível. sempre ter uma visão de futuro otimista, crescer ainda mais, apesar dos obstáculos. buscar novas oportunidades, sinalizando sempre grandes novidades e projetos para expandir o negócio.”
Conecta	“Fé e apoio familiar, são as estratégias fundamentais para superar as adversidades e seguir firme no sonho. família é fundamental para dar suporte emocional e prático”.
Doce encanto	“É fundamental ter uma gestão de tempo e aperfeiçoamento contínuo. Se organizar rigorosamente com uma agenda marcada, garantindo que as tarefas e compromissos sejam cumpridos de forma eficiente. Além disso, buscar sempre cursos gratuitos para aprimorar suas habilidades e melhorar o atendimento aos clientes, visando sempre evoluir profissionalmente e oferecer um serviço de qualidade”.
Tia lele	“Buscar como estratégias a persistência e a reinvenção diante das dificuldades, A organização é outra chave importante em sua abordagem, buscando sempre fazer as coisas da maneira mais correta possível.”
Luh mamae	“Buscar como estratégias a persistência e a reinvenção diante das dificuldades. Quando o mercado ficar instável e as vendas caírem, é não desistir, mas se lembrar do propósito de ajudar outras mulheres. Dedicar-se a aprender mais, testar novas estratégias e a ouvir seu público, transformando cada dificuldade em aprendizado. Essas ações são fundamentais para seu crescimento tanto como empreendedora quanto como mulher.”
Sabor da casa	“Focar sempre na paciência e na adaptação contínua. Destacar a importância de pesquisar o mercado para entender o que os clientes estão precisando e, com isso, ajustar as ofertas do negócio. Além disso, é fundamental reavaliar o estoque e buscar sempre melhorar os processos. Estar aberta a novas estratégias e mudanças, com foco nas necessidades do público, é essencial para continuar crescendo e se mantendo relevante no mercado.”
Toque doce	“Estabilização do negócio como um objetivo principal. buscar adaptação para alcançar uma sustentabilidade no longo prazo, reconhecendo que este é um dos maiores desafios a se enfrentar, ajustar e consolidar a empresa para que se torne estável e sustentável no futuro. Esse foco na adaptação e na estabilidade é visto como um passo essencial para alcançar um sucesso duradouro”.
Estilo Beleza	“Buscar por conhecimento, investindo em bons produtos para seus clientes e tendo fé em Deus para superar desafios. Acreditar e ter vontade são fundamentais para o sucesso. Além disso, sempre ter o desejo de expandir seus horizontes, não se limitando apenas a administrar seu próprio negócio, mas também aspirando a atuar em áreas e conhecimentos maiores, fazendo concursos e buscando sempre mais, indicando seu espírito de crescimento e ambição.”

Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

O Quadro 08 evidencia as estratégias adotadas pelas empreendedoras entrevistadas para garantir a continuidade e o crescimento de seus negócios. Entre os principais pontos levantados, destacam-se uma forte presença de organização pessoal, busca por capacitação constante, apoio familiar e fé, além de uma mentalidade voltada para o otimismo e para a visão de futuro. Essas estratégias refletem o esforço constante dessas mulheres em equilibrar as responsabilidades do negócio com as exigências da vida pessoal, uma realidade muito comum no universo feminino do empreendedorismo (Bezerra, 2023; Cunha, Nascimento e Falcão, 2024).

Segundo o Sebrae (2023), uma das características fundamentais das empreendedoras brasileiras é justamente a capacidade de conciliar múltiplas funções, entre as quais empresária, mãe, esposa, dona de casa, e ainda buscar a profissionalização de sua atuação. O estudo GEM (2023) também aponta que, embora enfrentem barreiras estruturais, como acesso limitado a crédito e redes de apoio, as mulheres empreendedoras destacam-se por sua resiliência e adaptabilidade, qualidades amplamente identificadas nas falas das entrevistadas. Dornelas (2021) reforça esse argumento ao afirmar que a preparação, o aprendizado contínuo e a clareza de propósito são estratégias determinantes para o sucesso empreendedor, especialmente em cenários de crise ou instabilidade.

Assim, as falas das participantes revelam que o sucesso de suas estratégias não depende apenas de condições externas, mas também de uma postura ativa diante dos desafios. O uso de agendas, a busca por cursos gratuitos, o investimento em produtos de qualidade e a reavaliação constante do negócio são reflexos do esforço por autossuficiência e inovação. Esses comportamentos se alinham com o que a literatura recente descreve como empreendedorismo por propósito, em que a motivação pessoal, a missão do negócio e o impacto social são tão importantes quanto os resultados financeiros.

4.6 Discussão dos Resultados

Ao examinar os percursos, desafios, táticas e perfis das empreendedoras entrevistadas, nota-se que o empreendedorismo feminino no campo de pesquisa investigado se torna uma ferramenta de mudança pessoal e social. Muitas dessas mulheres iniciaram seus empreendimentos por necessidade, seja devido ao desemprego, baixa renda ou restrições do mercado formal. Fatores estes comuns em ambientes pautados por limitações de recursos econômicos e sociais. Contudo, o que se destaca nos dados encontrados é que, apesar de diversos obstáculos, as empreendedoras conseguiram reinventar sua realidade e criar negócios que possuem identidade própria e que refletem sua trajetória de vida.

Outro aspecto que gerou uma reflexão profunda consiste na maneira como os laços familiares, emocionais e comunitários impactaram a escolha de empreender. A maior parte das participantes contou com algum tipo de suporte emocional, motivação ou estímulo proveniente de parentes ou amigos. Isso enfatiza que o empreendedorismo feminino na região de Uruçuí vai além do simples lucro, está intimamente associado ao sentimento de pertencimento, à afetividade e à aspiração de melhorar a vida da família.

Ademais, notou-se que muitas dessas mulheres enfrentaram e ainda enfrentam desafios estruturais, como a dificuldade de acesso a crédito, a carência de informações técnicas e a falta de reconhecimento social, especialmente por estarem em uma cidade menor e, frequentemente, com uma mentalidade mais conservadora.

Por último, o que mais impressionou foi a determinação e a capacidade de superar desafios dessas mulheres. Elas demonstraram que, mesmo na ausência de suporte institucional ou formação formal em negócios, é viável estabelecer uma empresa fundamentada em vivências pessoais, aprendizados cotidianos e princípios como integridade, empatia e comprometimento.

A partir disso, entende-se que o empreendedorismo feminino na região não deve ser avaliado apenas por métricas ou pelo crescimento econômico, mas, acima de tudo, pelo impacto social que essas mulheres promovem em suas comunidades. São narrativas de bravura, inovação e superação que evidenciam o potencial do empreendedorismo como uma ferramenta transformadora.

Vale dizer que estas percepções se conectam as discussões teóricas haja vista que estudos como o de Silva e Melo (2023) e Rodrigues *et al.* (2021) sinalizam que os empreendedores são tipicamente corajosos e motivados, capazes de oferecer soluções para o local onde vivem e atingir mercados não percebidos.

Nesse contexto, o empreendedorismo feminino apresenta uma ascensão transformadora no cenário econômico e social. Vale-se não somente da produção de bens ou serviços por meio da idealização de novos negócios, mas, propõe-se a enfatizar a importância da redução das desigualdades de gênero, promover renda em ambientes escassos e contribuir para o desenvolvimento local (Bezerra, 2023).

Os desafios pontuados nesta pesquisa são coerentes com as visões dos estudos de Bandeira et al. (2021); Sousa, Dias e Pelógio (2021) principalmente no tocante as questões de gênero, conciliação de trabalho e família e a obtenção de maiores facilidades de acesso a recursos para os empreendimentos e o reconhecimento pela atitude empreendedora.

Isso reforça que o empreendedorismo se revela uma ferramenta propulsora de mudanças e que as mulheres integram esse fenômeno com destaque, o que torna o empreendedorismo feminino um caminho para o sucesso profissional, marcado por características essenciais capazes de mudar contextos locais pela iniciativa de abrir novos negócios, liderar mercados e nichos não explorados agregando valor para a sociedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho objetivou compreender os motivos que impulsionaram a inserção das mulheres no empreendedorismo no município de Uruçuí, no estado do Piauí, analisando as suas trajetórias, os desafios enfrentados e as estratégias utilizadas para alcançar e manter seus empreendimentos. Buscou-se refletir sobre o papel da mulher empreendedora em contextos regionais marcados por desigualdades sociais, culturais e econômicas, reconhecendo o empreendedorismo como um caminho de autonomia, transformação pessoal e contribuição para o desenvolvimento local.

De forma específica, o trabalho teve como objetivos: (1) descrever o perfil e trajetória das mulheres empreendedoras; (2) identificar as principais características empreendedoras; (3) apresentar os principais desafios enfrentados na carreira empreendedora; e (4) apontar estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso.

Para o primeiro objetivo, referente ao perfil e à trajetória das participantes, a análise evidenciou que a maioria das empreendedoras possui entre 31 e 40 anos, é casada, tem filhos e apresenta nível de escolaridade elevado (superior completo ou em andamento). O tempo de atuação varia entre três e vinte anos, com predominância nos setores de beleza, alimentação e moda, os quais são historicamente ocupados por mulheres no Brasil. Em relação à trajetória, os relatos revelam que boa parte das empreendedoras iniciou suas atividades por necessidade como alternativa diante da perda de emprego ou da busca por renda extra, mas, também por identificação com o ramo escolhido, influência de familiares e desejo de independência.

No segundo objetivo, que tratou das características empreendedoras, as falas das entrevistadas destacaram atributos como persistência, organização, empatia, ética, resiliência, comunicação, capacidade de inovação e aprimoramento contínuo. A capacidade de se reinventar e de manter uma postura ética e cuidadosa no atendimento ao cliente foram frequentemente associadas ao sucesso dos empreendimentos.

O terceiro objetivo analisou os desafios enfrentados pelas mulheres na condução de seus negócios. Entre os principais obstáculos relatados, estão: dificuldades para acesso ao crédito e ao conhecimento técnico, alta carga tributária, resistência social e cultural à figura feminina como gestora, descrédito em relação à sua capacidade e a necessidade de conciliar múltiplos papéis como o de empresária, mãe, esposa e dona de casa.

A ausência de apoio emocional em alguns casos também foi mencionada, além das barreiras impostas pelo conservadorismo em cidades de menor porte. Esses dados reforçam as análises da literatura que apontam como o empreendedorismo feminino, especialmente em regiões interioranas, ainda é atravessado por desigualdades estruturais.

No quarto objetivo, ao tratar das estratégias utilizadas para superação dos desafios, as empreendedoras demonstraram grande capacidade de adaptação, dedicação aos estudos, planejamento, apoio familiar, redes de suporte emocional e o uso da fé como instrumento motivacional. Algumas participantes citaram ainda a importância do uso de agenda, cursos de capacitação, investimento em produtos de qualidade e visão de longo prazo como formas de manter o negócio sustentável. Percebe-se que essas mulheres, mesmo diante das dificuldades, criam caminhos próprios e demonstram um forte senso de propósito e perseverança.

A partir da análise das categorias abordadas, conclui-se que o empreendedorismo feminino em Uruçuí-PI é um campo em crescimento, carregado de significados que vão além do retorno financeiro. As mulheres empreendedoras da região revelam-se agentes transformadoras, capazes de criar seus próprios espaços de atuação, conciliando os papéis sociais que lhes são atribuídos com o desejo de autonomia e realização pessoal. O estudo demonstra que, mesmo em contextos de fragilidade social, econômica e institucional, é possível construir negócios sólidos quando há disposição, criatividade e apoio, ainda que limitado.

Os dados obtidos ao longo da pesquisa também reforçam a importância do estudo como instrumento de visibilidade para o empreendedorismo feminino em cidades do interior. A partir das informações coletadas, compreende-se que o presente trabalho contribui para a valorização das mulheres como protagonistas de seus próprios negócios, e, ao mesmo tempo, denuncia as desigualdades que ainda dificultam seu pleno desenvolvimento. Além disso, evidencia a necessidade de políticas públicas mais sensíveis às realidades locais, com incentivo à capacitação, ao financiamento e à criação de redes de apoio institucional.

Durante a execução da pesquisa, enfrentaram-se algumas limitações, como a dificuldade de acesso a um número maior de participantes devido à rotina intensa das empreendedoras, à desconfiança inicial diante do processo de entrevista e, em alguns casos, à insegurança em compartilhar experiências mais íntimas ou sentimentos negativos. Algumas entrevistadas demonstraram receio ao falar sobre fracassos, conflitos familiares ou problemas financeiros, o que pode ter limitado a profundidade de algumas análises.

Diante dessas limitações, sugerem-se como possibilidades para estudos futuros: a ampliação do número de participantes para uma análise mais representativa do contexto local; a realização de estudos focados em setores específicos, como alimentação, beleza ou moda; o uso de métodos qualitativos complementares, como grupos focais e análise de discurso, que podem ampliar a compreensão dos sentidos atribuídos à experiência empreendedora; além da possibilidade de adotar abordagens quantitativas para mensuração de indicadores sobre crescimento, renda, impacto social e acesso a recursos.

Por fim, considera-se que a pesquisa cumpriu seu propósito ao dar visibilidade às histórias e experiências de mulheres que, mesmo diante de desafios complexos, transformaram suas vidas e impactaram positivamente suas comunidades por meio do empreendedorismo. Que esse estudo sirva de base para novas reflexões, práticas de incentivo e ações que fortaleçam o protagonismo feminino no mundo dos negócios, sobretudo em territórios onde essa presença ainda precisa ser reconhecida e valorizada.

REFERÊNCIAS

- AIDAR, M. M. **Empreendedorismo**: Coleção Debates em Administração. São Paulo: Thompson, 2007.
- BACELLAR, F.; PEREIRA, C.; BASÍLIO, M. Conhecimento e inovação em ecossistemas empreendedores: o papel dos centros tecnológicos. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentável**, v. 3, n. 1, p. 45-62, 2023.
- BANDEIRA, L. L. *et al.* As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 12, n. 3, p. 1-18, 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BEZERRA, C. H. Gestão do conhecimento e cultura inovadora: um estudo em centros de tecnologia. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 23, n. 2, p. 89-105, 2023.
- CACCIOTTI, G.; HAYTON, J. C. *Fear and entrepreneurship: A review and research agenda*. **International Journal of Management Reviews**, v. 17, n. 2, p. 165–190, 2015.
- CASTRO, J. C. da S.; BRAZ, A. de F.; FREITAS, D. M. de. Empreendedorismo feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-MG. Empreendedorismo, Gestão e Negócios - **Revista da Faculdade de Administração da FATECE**, v. 8, n. 8, p. 515-542, mar. 2019.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.
- CHRYSOSTOME, E. *The success factors of necessity immigrant entrepreneurs: In search of a model*. **Thunderbird International Business Review**, v. 52, n. 2, p. 137-152, 2010.
- COLETI, J. de C.; SILVA, J.; MORAIS, L. S. Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil com as mulheres empreendedoras de Frutal - MG. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 9, n. 2, p. 25-44, maio/set. 2021.
- CORTEZ, A. E. G.; DIAS, G. F. Empreendedorismo feminino sob a perspectiva do filme Joy. In: Encontro da associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração-ENANPAD, 43., 2019, São Paulo. **Anais...ENANPAD**, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Ana-Cortez-3/publication/336730492_Empreendedorismo_Feminino_Sob_A_Perspectiva_Do_Filme_Joy/links/5daf870492851c577eb9a6b6/Empreendedorismo-Feminino-Sob-A-Perspectiva-Do-Filme-Joy.pdf. Acesso em: 30/04/2025.
- DA COSTA, F. A. Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. **Pretextos-Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas**, v. 3, n. 6, p. 434-452, 2018.
- CUNHA, V. B. D. C.; NASCIMENTO, T. C.; FALCÃO, R. P. D. Q. *In search of an integrative framework for female immigrant entrepreneurship*. **Revista de Administração de Empresas**, v. 64, n. 1, p. e2022-0469, 2024.
- DAMASCENA, L.; ALELUIA, S. L.; SEIXAS, P. **Empreendedorismo feminino**: análise das motivações e desafios das mulheres empreendedoras no bairro de São Marcos em Salvador. (Trabalho de Conclusão de Curso-TCC). UCSal - Universidade Católica do Salvador, Salvador, Bahia, 2024. Disponível em: <https://ri.ucsal.br/handle/123456789/5099>. Acesso em: 20/04/2025.

DE FREITAS, R. C.; DA COSTA, A. J. L.; VISENTIN, I. C. Empreendedorismo feminino: um estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de brechó na cidade de Luziânia-Goiás. **Humanidades e Tecnologia (FINOM)**, v. 39, n. 1, p. 268-289, 2023.

DE OLIVEIRA NUNES, D.; SANCHES, C. Empreendedorismo feminino: uma análise do sentimento em relação ao trabalho das mulheres empreendedoras. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 16, n. 2, p. 144-178, 2022.

DO NASCIMENTO SILVA, L. *et al.* Empreender ou não? Eis a questão! Análise da Intenção Empreendedora dos universitários de uma Instituição Federal de Ensino. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 13, n. 1, p. 94-119, 2022.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2008.

DOS SANTOS, E. S. A.; ODERICH, C. O. L. Gestão do tempo: estudo de mulheres empreendedoras. **Revista Gestão e Organizações**, v. 6, n. 4, p. 40-65, 2021.

FERNANDES, M. A. **Mulheres empreendedoras**: desafios, oportunidades e perspectivas. 2023. 27 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2023.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia (RIAE)**, v. 13, n. 3, p. 123-140, jul./set. 2014. <https://doi.org/10.5585/riae.v13i3.2130>. Acesso em: 16 maio 2025.

FRIEDMAN, S. D. *et al.* **Work and family - allies or enemies?: What happens when business professionals face life choices**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil – 2013**: relatório executivo. Curitiba: IBQP/SEBRAE, 2013. Disponível em: <https://ibqp.org.br>. Acesso em: 14/04/2025.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. Empreendedorismo no Brasil - 2018. Curitiba: IBQP, 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em: 22/04/2025.

GUIMARÃES, J. Empreendedorismo feminino e transformação social: uma análise da última década. **Cadernos de Desenvolvimento**, v. 19, n. 1, p. 101-118, 2024.

HUAMÁN, F. *et al.* *Female entrepreneurship: Evidencebased high-impact perspective from Chile and*. **Retos**, v. 13, n. 26, p. 746, 2022.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2025. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi/urucui.html>. Acesso em: 03/06/2025.

JARONSKI, R. Competências empreendedoras no ambiente corporativo: estudo sobre adaptabilidade e inovação. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 22, n. 1, p. 45-62, 2020. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i1.2547>. Acesso em: 16/05/2025.

LEMES JÚNIOR, A. C. **Administração estratégica**: conceitos, práticas e implementação. São Paulo: Atlas, 2019.

- LENZI, F. C.; MACHADO, H. M.; SCHMIDT, A. Empreendedorismo e inovação social: um estudo exploratório. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 3, p. 134–157, 2015.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- OCKYER, J.; GEORGE, S. *What women want: barriers to female entrepreneurship in the West Midlands*. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, USA, v. 4, n. 2, p. 179-195, 2012.
- OMOTOSHO, O. Mulheres empreendedoras e igualdade de gênero: Desafios e oportunidades em contextos emergentes. **Journal of Women's Entrepreneurship and Education**, v. 1, n. 1, p. 15-29, 2024.
- PRODANOV, L. S.; MONTARDO, S. P.; DUTRA, U. de O. *Profiles of female entrepreneurship in the fashion sector in RS on Instagram*. **Revista Prâksis**, [S. l.], v. 1, p. 61–76, 2024. DOI: 10.25112/rpr.v1.3584.
- PÉREZ-MORÓN, J.; THOENE, U.; ALONSO, R. G. *Sustainability and female entrepreneurship through new business models: the case of micro-franchises in post-peace agreement Colombia*. **Pesquisa em Gestão: Revista da Academia Iberoamericana de Administração**, v. 22, n. 3, p. 324-342, 2023.
- REIS, E. P.; ARMOND, Á. C. **Empreendedorismo**. Curitiba: Iesde Brasil S.A., 2013.
- RODRIGUES, A. S. M. *et al.* Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino. **Espacio Abierto**, v. 30, n. 1, p. 75-96, 2021.
- RODRIGUES, L. P.; SILVA, A. M.; COSTA, M. A. Características e perfis de empreendedores no Brasil contemporâneo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 25, n. 3, p. 123-145, 2021. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2021180162>. Acesso em: 16 maio 2025.
- ROSA, S. B.; SOUZA, V. A. B.; LOCH, A. Comportamentos empreendedores: por que as mulheres empreendem? In: LAPOLLI, E. M.; FRANZONI, A. M. B.; FELICIANO, A. M. (Org.). **Mulheres em ação: notáveis empreendedoras em Santa Catarina**. Florianópolis: Pandion, p. 20-41, 2011.
- SCHIMCHAK, F.; PERES, R.; CRESCITELLI, E. A dinâmica da inovação em ecossistemas empreendedores: conexões entre conhecimento, colaboração e resultados. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 22, n. 1, p. 134-158, 2023.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.
- SEBRAE. **Mulheres empreendedoras: uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte-MG**. Belo Horizonte, 2021.
- SILVA, M. S.; MELO DE OLIVEIRA, C. M. Empreendedorismo feminino no Brasil e as características comportamentais empreendedoras: uma breve revisão de literatura. **Revista Foco (Interdisciplinary Studies Journal)**, v. 16, n. 10, 2023.
- SILVEIRA, J. F.; MATTOS, A. P.; LIMA, R. C. **Tecnologia e empreendedorismo: fundamentos aplicados**. São Paulo: Atlas, 2007.
- STROBINO, M. R. D. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da

cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, Salvador, v. 49, ed. 26, p. 59-76, jan./mar. 2014.

SUBTIL, R. Tendências do empreendedorismo feminino no Brasil e no mundo. **Revista Brasileira de Empreendedorismo**, v. 5, n. 2, p. 77-94, 2023.

VIEIRA, C. F. C. *Women who undertake: a study on the profile of women entrepreneurs informal activities in the municipality of Codó-Ma*. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Estadual do Maranhão, Codó, 2024. Disponível em: <https://repositorio.uema.br/jspui/handle/123456789/3894>. Acesso em: 21/05/2025.

VILELA, L. J. F. **Empreendedorismo feminino**: perfil e desafios das mulheres empreendedoras no município de Palmeira dos Índios-AL. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Alagoas, Campus Arapiraca, Unidade Educacional Arapiraca, 2023. 56 f. Disponível em: <https://ud10.arapiraca.ufal.br/repositorio/publicacoes/4833>. Acesso em: 20/05/2025.

WELTER, F. *et al.* *Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts*. **Small Business Economics**, v. 55, n. 1, p. 1–13, 2020.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências empreendedoras e processo de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos EBAPE BR**, Rio de Janeiro, v. 9, número especial, p. 564-585, jul. 2011.

ZARELLI, P. R.; OTTO, E. M.; JUNIOR, S. L. Intenção empreendedora entre estudantes universitários: Influência das características e treinamento empreendedor. **Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 3, p. 299-320, 2021.

APÊNDICE A

TERMO DE CONSENTIMENTO

Título do Estudo: Construindo negócios e vencendo barreiras: Jornada das mulheres empreendedoras no município de Uruçuí, Piauí

Pesquisador (a) responsável: Alexandra Maria dos Santos; Railane Duarte Sousa

Orientador(a): Ma. Laíse do Nascimento Silva

Contatos.: laisesilva1996@urc.uespi.br

Prezado (a) participante,

Este roteiro de entrevista faz parte de uma pesquisa no qual você está sendo convidado a participar voluntariamente. Antes de concordar em contribuir com esta pesquisa e responder aos instrumentos de coleta de dados, é importante que você leia cuidadosamente este documento e compreenda as informações nele contidas. Os pesquisadores deverão responder todas as suas dúvidas antes de você decidir sua participação. Você tem o direito de recusar a participar ou retirar seu consentimento em qualquer fase do estudo, sem nenhuma penalidade.

Objetivo do estudo: investigar os motivos que impulsionaram a inserção das mulheres no empreendedorismo no município de Uruçuí, Piauí. Elencou-se como objetivos específicos: Descrever o perfil e trajetória das mulheres empreendedoras; identificar as principais características empreendedoras; apresentar os principais desafios enfrentados na carreira empreendedora; apontar estratégias adotadas para superar desafios e alcançar o sucesso.

Benefícios: Essa análise proporcionará *insights* sobre o empreendedorismo feminino e estudar este fenômeno no município de Uruçuí, Piauí. Possibilita explorar as características do empreendedorismo feminino, os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras em uma região local e as estratégias para superar esses desafios.

Riscos: Esse estudo não preside a existência de riscos.

Sigilo: Os resultados do estudo serão utilizados estritamente no meio acadêmico, não havendo a divulgação dos participantes.

Garantia de acesso: A qualquer etapa do estudo, você terá acesso aos profissionais responsáveis pelo estudo para esclarecimento de eventuais dúvidas, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste Termo.

Caso concorde em participar da entrevista, por favor, preencha os seguintes campos:

() Concordo em participar do estudo.

Cidade de _____, ____/_____/2025

APÊNDICE B
INSTRUMENTO DE PESQUISA
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1. Idade

- ☐ Até 20 anos
☐ De 21 a 30 anos
☐ De 31 a 40 anos
☐ Acima de 40 anos

2. Estado Civil

- ☐ Solteiro (a)
☐ Casado(a)
☐ União Estável (
) Divorciado(a) (
) Viúvo(a)

4. Nível de Escolaridade

- ☐ Sem escolaridade
☐ Nível Fundamental
☐ Nível Médio
☐ Nível Superior
☐ Pós-graduação.

Qual: ☐ Especialização ☐ Mestrado

☐ Doutorado.

5. Sua renda mensal situa-se na faixa:

- ☐ Até R\$ 1.500,00
☐ De R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00
☐ De R\$ 3.001,00 até R\$ 4.500,00
☐ Acima de R\$ 4.500,00

6. Número de filhos

- ☐ Não tem filhos
☐ 01 a 03 filhos
☐ Acima de 03 filhos

**6. Tempo de atuação
empreendedora? Marque alternativa ou
indique o tempo exato.**

- ☐ Menos de 1 ano
☐ Mais de 1 ano e menos de 3 anos
☐ Entre 3 e 5 anos
☐ Mais de 5 anos e menos de 10 anos
☐ Mais de 10 anos

**7. Qual segmento de
atuação? Exemplifique.**

- ☐ Indústria
☐ Serviço
☐ Comércio
☐ Outro: _____

ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1) Conte sobre sua trajetória como mulher empreendedora.
- 2) Classifica-se como empreendedora por Oportunidade ou necessidade? Porquê?
- 3) Teve alguém como modelo que lhe motivou a empreender?
- 4) Executa outra atividade trabalhista ou empregatícia seja formal ou informal?
- 5) Quais fatores levaram você a abrir seu próprio negócio?
- 6) Que características pessoais você considera que foram fundamentais para o sucesso do seu negócio/empreendimento?
- 7) Quais são os valores mais importantes que a definem como empreendedora?
- 8) Você dispunha de crédito/capital para iniciar o negócio? Se não, como conseguiu?
- 9) Quais eram seus objetivos iniciais quando decidiu ingressar na carreira empreendedora? Eles eram específicos/claros ou amplos?
- 10) Como você selecionou seus objetivos, mercados-alvo, produtos/serviços? Você fez algum tipo de pesquisa de mercado?
- 11) Você dispunha de algum tipo de conhecimento/informação sobre o tipo de negócio que estava abrindo?
- 12) Quais as dificuldades você visualiza na sua carreira enquanto mulher empreendedora?
- 13) Como você lidou e agiu diante das dificuldades na sua carreira empreendedora?
- 14) Em que projetos você está trabalhando agora ou no que pretende trabalhar no futuro?