ÁREA TEMÁTICA: Empreendedorismo e Startups

DESAFIOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS EM SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL

Resumo

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como um fenômeno relevante no cenário socioeconômico brasileiro, impulsionado pela busca de autonomia, propósito e inclusão produtiva. Apesar dos avanços, persistem barreiras estruturais e culturais que dificultam o crescimento das mulheres empreendedoras. Este estudo teve como objetivo geral analisar a percepção das mulheres empreendedoras de Itajaí (SC) sobre os desafios enfrentados em sua trajetória profissional, considerando dimensões como educação financeira, conciliação trabalho-família, representatividade, autoconfiança, redes de mentoria e maternidade. Adotou-se uma abordagem mista, de natureza descritiva, com aplicação de questionário tipo *survey* a 70 empreendedoras e realização de três entrevistas qualitativas. Os dados quantitativos foram tratados por estatística descritiva e os qualitativos por análise de conteúdo. Os resultados apontaram como maiores médias os desafios relacionados às redes de mentoria, seguidos de maternidade e educação financeira, revelando a importância do apoio coletivo e da capacitação financeira. Em seguida aparecem autocobrança e autoconfiança, trabalho e vida pessoal e representatividade feminina, indicando persistência de desigualdades e sobrecarga de papéis. As narrativas qualitativas confirmaram que o ato de empreender é permeado por esforço, aprendizado e equilíbrio emocional. As contribuições acadêmicas reforçam o entendimento do empreendedorismo feminino como fenômeno multidimensional; as empíricas destacam a necessidade de políticas de capacitação e redes de apoio; e as sociais evidenciam o papel do empreendedorismo como vetor de equidade e empoderamento.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; desafios; mulheres empreendedoras.

Abstract

Female entrepreneurship has become an increasingly significant phenomenon in the Brazilian socioeconomic landscape, driven by the pursuit of autonomy, purpose, and productive inclusion. Despite these advances, structural and cultural barriers continue to hinder the growth and success of women entrepreneurs. This study aimed to analyze the perceptions of women entrepreneurs in Itajaí, Santa Catarina, regarding the challenges encountered throughout their entrepreneurial journeys, considering dimensions such as financial education, work–family balance, representation, self-confidence, mentoring networks, and motherhood. A mixed-methods descriptive approach was adopted, combining a survey administered to 70 women entrepreneurs with three qualitative interviews. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data were examined through content analysis. The findings revealed that the highest mean scores were associated with challenges related to

mentoring networks, followed by motherhood and financial education, highlighting the importance of collective support and financial literacy. These were followed by self-demand and self-confidence, work–life balance, and female representation, indicating the persistence of gender inequalities and role overload. The qualitative narratives further confirmed that entrepreneurship is characterized by continuous effort, learning, and emotional balance. The academic contributions reinforce the understanding of female entrepreneurship as a multidimensional phenomenon; the empirical contributions underscore the need for capacity-building policies and support networks; and the social contributions highlight the role of entrepreneurship as a driver of gender equity and women's empowerment.

Keywords: Female entrepreneurship; challenges; women entrepreneurs.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino, ao longo dos anos, tem se consolidado como uma força essencial no ambiente de negócios. No Brasil, em 2024, *o Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), apontou que as mulheres compõem 46,8% dos empreendedores iniciais (negócios com até 3,5 anos de atividade), representando um crescimento de 6,6 pontos percentuais em relação ao ano anterior (ASN, 2025). Ainda assim, o relatório aponta que a expansão das taxas de empreendedorismo entre mulheres (26%) foi acompanhada por desafios estruturais persistentes, como menor acesso a crédito, tempo reduzido para capacitação e a sobreposição entre atividades domésticas e profissionais (GEM, 2024).

Nesse contexto, ganham destaque iniciativas transformadoras que buscam mitigar as desigualdades de gênero no empreendedorismo, promovendo condições mais justas e equitativas para as mulheres. A Caravana Sebrae Delas 2024, por exemplo, representa um esforço articulado para ampliar o acesso das empreendedoras ao crédito, oferecendo ainda capacitação financeira e suporte jurídico, de modo a fortalecer a sustentabilidade e a formalização dos negócios liderados por mulheres. Complementarmente, a Estratégia Nacional “Elas Empreendem”, instituída por decreto no mesmo ano, reforça o compromisso do Estado brasileiro com a promoção da equidade de gênero no ecossistema de micro e pequenos empreendimentos, estabelecendo diretrizes para políticas públicas integradas e inclusivas voltadas a esse público específico (ASN, 2025).

Apesar desses avanços institucionais importantes e da maior inserção feminina em posições profissionais e empreendedoras nos últimos anos, persistem barreiras estruturais, históricas e culturais que restringem suas oportunidades e limitam seu pleno desenvolvimento econômico e social, pontuam Teixeira, Júnior e Almeida (2023). Essas restrições, já esclareciam Teixeira e Bonfim (2016), estão enraizadas em um contexto marcado pelo patriarcado e pela rígida divisão sexual do trabalho, que naturaliza a sobrecarga de responsabilidades domésticas e de cuidado para as mulheres, além de perpetuar desigualdades salariais e discriminação no ambiente de negócios.

Uma parcela significativa da participação feminina no mercado de trabalho é formada por mulheres que atuam como trabalhadoras autônomas, informais ou empresárias. Ao desempenhar simultaneamente múltiplos papéis sociais, essas mulheres frequentemente vivenciam tensões inerentes à conciliação entre as demandas empresariais e as obrigações domésticas, situação que culmina em um quadro recorrente de sobrecarga física, emocional e temporal (Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017). Não obstante a relevância socioeconômica desse fenômeno, os estudos sobre o empreendedorismo feminino permanecem incipientes, com poucos estudos buscando formular proposições gerais sobre suas características, motivações, desafios e resultados (Borges; Ramos; Ferraz, 2025).

Diante da relevância do empreendedorismo feminino, torna-se fundamental compreender os desafios enfrentados e que ainda limitam o potencial das mulheres empresárias. Nesse sentido, este estudo buscou responder à seguinte pergunta de pesquisa: Qual a percepção das mulheres empreendedoras sobre os desafios enfrentados em sua trajetória profissional? Para tanto, o objetivo geral foi analisar a percepção das mulheres empreendedoras sobre os desafios enfrentados em sua trajetória profissional. E os objetivos específicos: (i) caracterizar o empreendedorismo feminino e os desafios das mulheres empreendedoras; (ii) identificar a percepção das mulheres sobre o acesso à educação financeira e às redes de mentoria; (iii)

compreender as dificuldades de conciliar a vida profissional com responsabilidades familiares; (iv) examinar a influência da representatividade feminina e da autoconfiança em sua trajetória; e (v) investigar os impactos percebidos da maternidade em sua experiência empreendedora.

Este estudo se justifica por contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre as percepções das mulheres empreendedoras a respeito dos desafios enfrentados ao longo de suas trajetórias profissionais, considerando dimensões centrais como acesso à educação financeira, redes de apoio e mentoria, representatividade, autoconfiança, etarismo, maternidade e conciliação entre esferas pessoal e profissional. Ao investigar essas dimensões a partir de uma amostra de empresárias do município de Itajaí/SC, oferece evidências empíricas úteis para orientar políticas públicas, programas de apoio e estratégias organizacionais voltadas à promoção de condições mais justas e inclusivas para as mulheres no ambiente empresarial, reforçando a importância do empreendedorismo feminino como vetor de desenvolvimento econômico e social sustentável.

Além de sua contribuição teórica para o avanço das discussões acadêmicas sobre empreendedorismo feminino, este estudo também possui elevada relevância prática e social. Ao investigar sobre os desafios percebidos pelas empresárias em diferentes dimensões pessoais e estruturais, os resultados podem subsidiar a formulação de políticas públicas mais eficazes, programas de capacitação alinhados às necessidades reais das empreendedoras e estratégias organizacionais para reduzir as desigualdades de gênero no ecossistema de negócios. Dessa forma, este trabalho reforça o empreendedorismo feminino não apenas como fenômeno econômico, mas também como mecanismo de transformação social, alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em especial o ODS 5 (Igualdade de Gênero) e o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), ao apontar caminhos para a construção de um ambiente empresarial mais inclusivo, equitativo e sustentável.

Após esta introdução, o trabalho está estruturado em outras cinco seções. O referencial teórico sobre o tema se apresenta na segunda seção e a abordagem metodológica na seguinte. Na sequência, se analisam os dados e na quinta seção apresentam-se as considerações finais. Por último se listam as referências utilizadas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O conceito de empreendedorismo, está intrinsecamente ligado à inovação e à capacidade de promover mudanças no sistema econômico por meio de “novas combinações” (Schumpeter, 1982). O autor argumenta que o empreendedor é o agente responsável pela introdução de novos produtos, métodos de produção, fontes de suprimento ou formas de organização, provocando o que denominou de destruição criativa.

O empreendedorismo feminino pode ser compreendido como um fenômeno econômico, social e cultural que ultrapassa a mera criação de negócios. Para Jonathan (2003), trata-se de uma forma de inserção ativa das mulheres no mercado, que envolve não apenas a superação de barreiras estruturais e simbólicas, mas também a reconstrução de identidades e papéis sociais.

Na concepção de Bulgacov et al. (2011), o empreendedorismo feminino assume contornos singulares, pois é permeado por experiências de precarização, de busca por reconhecimento e de resistência frente a contextos adversos. Para Gimenez, Ferreira e Ramos (2017), ele representa a expressão da autonomia, da inovação e da

capacidade de transformação das mulheres em contextos historicamente marcados pela desigualdade de gênero. Já Azevedo et al. (2024) o definem como um processo de desenvolvimento de competências e habilidades específicas, como liderança empática, resiliência, comunicação assertiva e visão estratégica, que fortalecem a atuação das mulheres como agentes de mudança social.

O empreendedorismo feminino não deve ser visto apenas sob a ótica econômica, mas também como um campo de afirmação identitária e de transformação das relações de poder, configurando-se como um importante vetor de equidade e inovação. Contudo, o estudo de Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) evidencia que o campo de pesquisa sobre empreendedorismo feminino no Brasil ainda é relativamente recente, tendo se consolidado a partir dos anos 2000. A gênese dessa produção científica reflete preocupações com a desigualdade de gênero, as barreiras estruturais e as especificidades do comportamento empreendedor feminino. Nesse sentido, Jonathan (2001, 2003) já apontava as dificuldades enfrentadas pelas mulheres em setores tradicionalmente masculinos, como a tecnologia, ressaltando que o empreendedorismo feminino é marcado por desafios adicionais relacionados a preconceitos culturais, estereótipos e limitações de acesso a capital e redes de apoio.

Essas desigualdades persistem em diversos contextos. Borges, Ramos e Ferraz (2025), ao analisarem estudantes universitários da área de tecnologia, constataram que os estereótipos de gênero ainda influenciam negativamente a intenção empreendedora das mulheres, limitando sua autoconfiança e percepção de pertencimento. Resultados semelhantes já tinham sido encontrados por Visentini, Donida e Ferreira (2021), que destacaram a sub-representação feminina no campo da tecnologia da informação e os desafios para romper o “teto de vidro” nesse setor.

De acordo com Azevedo et al. (2024), o avanço do empreendedorismo feminino no Brasil depende da consolidação de um conjunto de competências técnicas e comportamentais específicas, que englobam habilidades de liderança, inovação, comunicação, empatia e gestão de equipes. Essas competências não apenas fortalecem a *performance* dos negócios liderados por mulheres, mas também contribuem para a transformação cultural e social em direção à equidade de gênero.

Nesse cenário, o ato de empreender tem sido interpretado não apenas como uma estratégia de empoderamento e emancipação feminina, mas também como uma resposta às limitações impostas pelo mercado formal de trabalho. Bulgacov et al. (2011) já alertaram, entretanto, que a atividade empreendedora da mulher brasileira oscila entre o trabalho precário e o trabalho decente, refletindo desigualdades estruturais e a sobrecarga de papéis sociais. Além das motivações econômicas, o empreendedorismo feminino, conforme pontuaram Carreira et al. (2015), também é impulsionado por fatores identitários, simbólicos e afetivos, aspectos que conferem ao fenômeno uma complexidade abrangente.

Diante do exposto, se constata que o empreendedorismo feminino reúne autonomia, inovação e resiliência, mas ainda é marcado por barreiras estruturais e culturais que restringem o desenvolvimento das mulheres empreendedoras. Esses desafios são discutidos no tópico seguinte.

2.2 DESAFIOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Apesar do crescimento da participação feminina no empreendedorismo, as mulheres ainda enfrentam barreiras culturais, econômicas, estruturais e emocionais que limitam seu desenvolvimento profissional. Jonathan e Silva (2007) descrevem essa realidade como uma “trama de demandas conflitantes”, marcada pela sobreposição entre vida pessoal, familiar e profissional. Nesse contexto, a dupla jornada constitui um dos

principais desafios, pois, além da gestão dos negócios, as mulheres permanecem responsáveis pelas atividades domésticas e pelo cuidado da família, o que gera sobrecarga, ansiedade e sentimento de culpa (Rocha-Coutinho, 2004).

Persistem também dificuldades relacionadas ao acesso ao crédito, à formação gerencial e às oportunidades de liderança. Coimbra, Souza Júnior e Moraes (2020) evidenciam a permanência da dominação masculina nos processos decisórios, enquanto Cembranel, Cardoso e Floriano (2020) apontam preconceitos implícitos que fragilizam o reconhecimento da autoridade feminina. O conflito entre trabalho e família também representa importante obstáculo, favorecendo processos de autossuperação e autossabotagem entre empreendedoras, agravados pela insuficiência de políticas públicas de apoio, como creches e incentivos específicos (Barbosa et al., 2021; Souza, Silva e Costa, 2022).

No âmbito psicológico, Guimarães et al. (2023) destacam a sobrecarga emocional e o produtivismo vivenciados pelas mulheres, reforçando a importância da inteligência emocional (Goleman, 1995), da autoestima, da autoeficácia e do capital psicológico positivo para a permanência e o sucesso dos negócios. Nessa perspectiva, Iizuka e Costa (2022) ressaltam que o empreendedorismo feminino amplia a inclusão social e a geração de impacto positivo quando acompanhado de suporte emocional e estrutural.

Conforme apontam os estudos do Sebrae (ANS, 2023) e as discussões realizadas no Festival Rede Mulher Empreendedora, foram identificadas oito dimensões centrais que sintetizam os principais desafios vivenciados pelas mulheres empreendedoras no Brasil:

1) Acesso à educação financeira: a limitação no domínio de conceitos como orçamento, fluxo de caixa e investimento compromete a sustentabilidade dos negócios femininos. O Sebrae (ANS, 2023) ressalta que a formação financeira específica para mulheres é um fator decisivo para o fortalecimento da autonomia e da tomada de decisões assertivas.

2) Conciliação entre trabalho e vida pessoal: a sobrecarga gerada pela múltipla jornada ainda é uma das principais causas de desistência ou estagnação de negócios liderados por mulheres. A chamada economia do cuidado (ANS, 2023) evidencia a necessidade de políticas inclusivas, horários flexíveis e redes de apoio familiar e comunitário.

3) Representatividade feminina: a ausência de modelos de referência e de mulheres em posições de liderança limita o sentimento de pertencimento e o desenvolvimento de novas gerações empreendedoras (ANS, 2023). A criação de redes de mentoria e visibilidade de casos de sucesso é essencial para inspirar outras empreendedoras.

4) Autocobrança e falta de autoconfiança: segundo o Sebrae (ANS, 2023), a autocrítica exacerbada e a insegurança quanto às próprias competências são barreiras psicológicas frequentes. Estratégias de desenvolvimento pessoal e valorização das pequenas conquistas ajudam a fortalecer a autoconfiança e reduzir a autossabotagem.

5) Acesso limitado a redes e mentoria: muitas empreendedoras ainda atuam isoladas, sem vínculos com redes de apoio, programas de aceleração ou comunidades de aprendizagem. Iniciativas como o Sebrae Delas e a Rede Mulher Empreendedora demonstram o papel transformador da mentoria e do *networking* na trajetória das mulheres de negócios.

6) Etarismo e reinvenção na maturidade: mulheres com mais de 45 anos enfrentam preconceitos relacionados à idade, o que restringe oportunidades de investimento e inovação (ANS, 2023).

7) Maternidade: representa uma das dimensões mais sensíveis e desafiadoras da jornada empreendedora feminina. Conforme apontam os estudos do Sebrae (ANS, 2023), conciliar as demandas da maternidade com as exigências de um negócio próprio é uma tarefa que requer resiliência, organização e, redes de apoio sólidas.
Essas dimensões não apenas refletem barreiras estruturais e subjetivas recorrentes, mas também serviram de base teórico-empírica para a elaboração do questionário utilizado nesta pesquisa, orientando a formulação dos itens e a operacionalização das variáveis investigadas.

3 METODOLOGIA

Este estudo adotou uma abordagem mista, integrando procedimentos quantitativos e qualitativos de natureza descritiva. De acordo com Gil (2019, p. 26), “A pesquisa descritiva busca compreender e relatar os atributos, comportamentos e percepções dos indivíduos investigados, permitindo uma análise sistemática da realidade estudada”.

A abordagem quantitativa teve como propósito identificar e mensurar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras e se caracterizou como um estudo do tipo *survey*, conforme a classificação proposta por Gil (2019), que destaca esse método como adequado para a coleta de dados em larga escala, permitindo a análise de características, comportamentos e opiniões de uma população específica por meio de questionários padronizados.
A fase qualitativa, por sua vez, buscou captar as percepções subjetivas das participantes acerca das dimensões que compõem sua trajetória profissional, considerando que, segundo Vergara (2016), a pesquisa qualitativa visa compreender a natureza e a dinâmica dos fenômenos sociais, explorando significados, percepções e interpretações que não podem ser quantificados, mas que revelam a complexidade do comportamento humano e organizacional. Essa abordagem possibilitou interpretar as narrativas das empreendedoras à luz de suas experiências e contextos, complementando e aprofundando os resultados obtidos na etapa quantitativa.
O questionário, foi estruturado em três seções. A primeira continha a apresentação do estudo e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). A segunda coletava informações sociodemográficas das participantes, assegurando total anonimato. A terceira seção abordava desafios vivenciados pelas mulheres empreendedoras, elaborada com base no estudo do Sebrae (ANS, 2023) e das discussões realizadas no Festival Rede Mulher Empreendedora, que permitiram identificar sete dimensões centrais: (i) acesso à educação financeira; (ii) conciliação entre trabalho e vida pessoal; (iii) representatividade feminina; (iv) autoconfiança e autocobrança; (v) acesso a redes e mentorias; (vi) etarismo e reinvenção na maturidade; (vii) maternidade. Essas categorias orientaram tanto a formulação das perguntas fechadas quanto das questões abertas do instrumento. Ressalta-se que o item referente ao etarismo e reinvenção na maturidade não foi investigado de forma específica, uma vez que a pesquisa abrangeu mulheres empreendedoras de diversas faixas etárias, impossibilitando a análise segmentada dessa dimensão.
A pesquisa foi realizada com mulheres empreendedoras do município de Itajaí (SC), abrangendo diferentes faixas etárias e áreas de atuação. A amostra foi não probabilística por conveniência, composta por respondentes que aceitaram participar de forma voluntária mediante convite digital. O questionário, de autopreenchimento, foi disponibilizado por meio da plataforma Google Forms e a coleta de dados ocorreu nos meses de julho e agosto de 2025.

Importa destacar que a pesquisadora também é empreendedora e, portanto, utilizou sua própria rede de contatos profissionais e empresariais para identificar e selecionar potenciais participantes que se enquadrassem no perfil desejado para o estudo. Nesse processo, foram enviados convites por e-mail a 162 empresárias atuantes no município, obtendo-se o retorno de 70 respostas válidas.

A parte quantitativa do instrumento, além das questões voltadas ao perfil sociodemográfico das participantes, contemplou 18 itens estruturados em escala Likert de 5 pontos, que iam desde "discordo totalmente" (1) até "concordo totalmente" (5). A amostra foi composta por 70 respondentes, que preencheram integralmente o questionário de forma voluntária e anônima. A parte qualitativa, por sua vez, foi composta por questões abertas relacionadas a essas mesmas dimensões, buscando compreender como as empreendedoras interpretam e vivenciam tais desafios em seus contextos pessoais e profissionais. Foram entrevistadas 3 empreendedoras.

Os dados quantitativos foram analisados por estatística descritiva (Mattar, 2005), enquanto as respostas abertas foram submetidas à análise de conteúdo temática (Bardin, 2016). Os resultados quantitativos e qualitativos foram integrados na discussão para proporcionar uma compreensão mais abrangente dos desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras.

4 RESULTADOS E ANÁLISES

4.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

A caracterização sociodemográfica da amostra contemplou idade, escolaridade, área de atuação, tempo de experiência, maternidade e participação em redes de apoio, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 01 – Perfil sociodemográfico

Variável	**Categorias**	**Frequência**	**(%)**
Faixa etária	18 a 25 anos	19	27,10
	26 a 35 anos	21	30,00
	36 a 45 anos	15	21,40
	Acima de 45 anos	15	21,40
Escolaridade	Ensino médio completo	22	31,40
	Graduação incompleta	27	38,60
	Graduação completa	15	21,40
	Pós-graduação	06	8,60
Área de atuação	Beleza e estética	20	28,60
	Moda, vestuário e acessórios	15	21,40
	Alimentação e eventos	10	14,30
	Comércio e serviços em geral	15	21,40
	Outras áreas	10	14,30
Tempo de experiência	Até 3 anos	22	31,40
	4 a 10 anos	18	25,70
	Acima de 10 anos	10	14,30
	Iniciando (menos de 1 ano)	20	28,60
Possui filho(s)	Sim	42	60,00
	Não	28	40,00
Participou de redes ou eventos de empreendedorismo feminino?	Sim	26	37,10
	Não	44	62,9

Fonte: Dados da pesquisa 2025.

A amostra foi composta predominantemente por mulheres jovens, com 30,0% entre 26 e 35 anos e 27,1% entre 18 e 25 anos, indicando crescente inserção feminina no empreendedorismo em fases iniciais da vida profissional. As participantes entre 36 e 45 anos e acima de 45 anos corresponderam, cada uma, a 21,4%, evidenciando

também a presença de mulheres que buscam reinvenção profissional na maturidade (Azevedo et al., 2024).

Quanto à escolaridade, prevaleceram empreendedoras com ensino médio completo (31,4%) e graduação incompleta (38,6%), totalizando 70% da amostra, perfil compatível com o observado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (2024). Embora 30% possuam ensino superior completo ou pós-graduação, o acesso à formação avançada ainda é limitado, possivelmente em razão da sobrecarga de papéis desempenhados pelas mulheres (Jonathan & Silva, 2007; Guimarães et al., 2023).

As atividades concentram-se principalmente nos setores de beleza e estética (28,6%), moda e vestuário (21,4%) e comércio e serviços (21,4%), confirmando a predominância feminina em segmentos que demandam menor investimento inicial e maior autonomia (Bulgacov et al., 2011; Gimenez, Ferreira & Ramos, 2017). Alimentação, eventos e outras áreas responderam pelos 28,6% restantes, demonstrando a diversidade do empreendedorismo feminino.

Em relação ao tempo de atuação, 60% das participantes possuíam até três anos de experiência, indicando um cenário de empreendedorismo emergente, enquanto 40% atuavam há mais de quatro anos, evidenciando permanência e consolidação dos negócios. Por fim, 60% das empreendedoras eram mães, reforçando a coexistência entre as responsabilidades familiares e a atividade empreendedora, aspecto amplamente discutido na literatura sobre a dupla jornada feminina (Rocha-Coutinho, 2004).

4.2 DESAFIOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

4.2.1 Análise dos dados quantitativos

Inicialmente buscou-se identificar a percepção das mulheres sobre o acesso à educação financeira e às redes de mentoria, conforme se evidencia no quadro 02.

Quadro 02 – Educação financeira e redes de mentoria

	Média	**Mediana**	**Desvio Padrão**
Educação Financeira			
Tenho dificuldade em entender conceitos financeiros essenciais para gerir meu negócio.	3,03	3	1,19
Sinto que há poucas oportunidades de capacitação financeira voltadas às mulheres empreendedoras.	3,63	4	1,02
A falta de conhecimento em finanças já comprometeu decisões importantes na minha jornada empreendedora.	3,56	4	1,09
Média	**3,41**		
Redes de mentoria			
Tenho dificuldade em acessar redes influentes de networking.	3,30	4	1,31
Sinto falta de mentoras ou de orientação especializada na minha área de atuação.	3,54	4	1,24
As mentorias femininas são importantes para meu crescimento profissional e pessoal.	4,13	4	0,92
Média	**3,66**		

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Os resultados da dimensão educação financeira apresentaram média geral de 3,41, indicando que, embora as empreendedoras reconheçam sua importância, ainda enfrentam limitações de conhecimento e capacitação. As maiores dificuldades relacionaram-se à compreensão de conceitos financeiros (média = 3,03), à escassez de oportunidades de capacitação voltadas às mulheres (média = 3,63) e ao impacto da falta de conhecimento financeiro sobre decisões do negócio (média = 3,56). Esses

achados corroboram o diagnóstico do Sebrae (ANS, 2023) e reforçam as evidências de Bulgacov et al. (2011) e do GEM (2024), que apontam a educação financeira como elemento fundamental para a autonomia e a sustentabilidade dos empreendimentos femininos.

A dimensão redes de mentoria apresentou a maior média entre os construtos (3,66), evidenciando a relevância do apoio coletivo e do networking para o empreendedorismo feminino. As participantes relataram dificuldades de acesso a redes influentes (média = 3,30) e carência de mentoras e orientação especializada (média = 3,54), aspectos já discutidos por Jonathan (2003), Teixeira e Bonfim (2016) e Gimenez, Ferreira e Ramos (2017). O maior consenso foi observado quanto à importância das mentorias femininas para o crescimento profissional e pessoal (média = 4,13), corroborando as contribuições de Azevedo et al. (2024) e Iizuka e Costa (2022) sobre o papel das redes de apoio no fortalecimento da identidade empreendedora e do aprendizado coletivo.

A análise conjunta das dimensões educação financeira e mentoria revela que as mulheres empreendedoras de Itajaí reconhecem a importância de aprimorar o conhecimento técnico-financeiro e de fortalecer laços de cooperação e apoio mútuo.

Na sequência, apresenta-se o quadro 3, que sintetiza os resultados referentes às dificuldades de conciliar o trabalho com a vida pessoal.

Quadro 03 – Trabalho e vida pessoal

	Média	**Mediana**	**Desvio Padrão**
É difícil equilibrar minhas responsabilidades profissionais com a vida familiar.	3,40	3	1,20
Falta uma rede de apoio que me permita dividir as responsabilidades do cuidado familiar.	3,30	3	1,23
A ausência de políticas de flexibilidade afeta diretamente meu desempenho como empreendedora.	3,03	3	1,25
Média Geral	**3,24**		

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A dimensão trabalho e vida pessoal apresentou média geral de 3,24, evidenciando dificuldades moderadas na conciliação entre as responsabilidades profissionais e familiares. O maior desafio foi equilibrar trabalho e família (média = 3,40), seguido da ausência de uma rede de apoio para compartilhar os cuidados familiares (média = 3,30), resultados que corroboram as discussões de Rocha-Coutinho (2004), Jonathan e Silva (2007), Sebrae (ANS, 2023) e Guimarães et al. (2023) sobre a persistência da dupla jornada e da sobrecarga feminina.

A percepção de que a ausência de políticas de flexibilidade afeta o desempenho empreendedor apresentou a menor média da dimensão (3,03), sugerindo que muitas empreendedoras recorrem a estratégias de adaptação e autogestão, conforme destacado por Souza, Silva e Costa (2022). Em conjunto, os resultados reforçam a necessidade de ampliar redes de apoio e políticas públicas voltadas à equidade de gênero, favorecendo maior equilíbrio entre vida pessoal e profissional.O próximo desafio analisado foi a representatividade feminina e a autocobrança e autoconfiança em sua trajetória, conforme se exibem no quadro 04.

Quadro 4 - Representatividade feminina e a autocobrança e autoconfiança

	Média	**Mediana**	**Desvio Padrão**
Representatividade feminina			
Sinto falta de referências femininas no setor em que atuo.	2,66	2	1,37
A baixa representatividade feminina me desmotiva ou dificulta meu crescimento.	2,66	2	1,19

Participar de redes de mulheres empreendedoras fortalece minha confiança e visão de futuro.	3,93	4	1,21
Média	**3,08**		
Autocobrança e autoconfiança			
Costumo duvidar da minha capacidade de gerir meu próprio negócio.	2,71	2	1,35
Sinto que me cobro mais do que o necessário para alcançar resultados.	3,60	4	1,28
Reconhecer e valorizar minhas conquistas é algo que ainda preciso desenvolver.	3,24	3	1,33
Média	**3,18**		

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A dimensão representatividade feminina apresentou média geral de 3,08, indicando que, embora as empreendedoras percebam baixa presença de referências femininas em seus setores, reconhecem o papel das redes de apoio na superação desse cenário. Os itens relacionados à falta de referências e ao impacto da baixa representatividade obtiveram médias de 2,66, corroborando as discussões de Jonathan (2003) e Borges, Ramos e Ferraz (2025) sobre a invisibilidade feminina em posições estratégicas. Em contrapartida, a participação em redes de mulheres empreendedoras foi o aspecto mais bem avaliado da dimensão (média = 3,93), reforçando as evidências de Azevedo et al. (2024) e Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) quanto à importância das redes colaborativas para o fortalecimento da confiança e do empoderamento feminino.

Na dimensão autocobrança e autoconfiança, a média geral foi de 3,18, indicando níveis moderados de autoconfiança e elevada autocobrança. As empreendedoras relataram alguma insegurança na gestão dos negócios (média = 2,71), resultado alinhado ao fenômeno da síndrome da impostora descrito por Guimarães et al. (2023). Em contrapartida, destacaram elevada autocobrança para alcançar resultados (média = 3,60), em consonância com Rocha-Coutinho (2004), além da necessidade de desenvolver maior valorização das próprias conquistas (média = 3,24), aspecto relacionado ao capital psicológico positivo discutido por Iizuka e Costa (2022).

Por fim, de acordo com os resultados do quadro 05, investigaram-se os desafios da maternidade vivenciados pelas mulheres empreendedoras.

Quadro 05 - Maternidade

	Média	**Mediana**	**Desvio Padrão**
A maternidade dificultou ou atrasou minha trajetória empreendedora.	2,94	3	1,44
Faltam políticas e incentivos que apoiem mães empreendedoras.	3,63	4	1,42
Contar com uma rede de apoio foi ou seria fundamental para conciliar maternidade e trabalho.	3,67	4	1,52
Média Geral	**3,41**		

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A dimensão maternidade apresentou média geral de 3,41, indicando que, embora a maternidade represente desafios ao empreendedorismo, as participantes reconhecem a importância do apoio social e institucional. O impacto da maternidade na trajetória empreendedora obteve média de 2,94, refletindo percepções distintas entre as respondentes e corroborando as discussões de Rocha-Coutinho (2004) e Jonathan e Silva (2007) sobre a dupla jornada feminina.

Em contrapartida, a percepção da insuficiência de políticas e incentivos às mães empreendedoras apresentou média de 3,63, confirmando as evidências de Souza, Silva e Costa (2022) e Teixeira e Bonfim (2016) quanto às barreiras estruturais relacionadas à economia do cuidado. O maior resultado da dimensão foi atribuído à importância das redes de apoio para conciliar maternidade e trabalho (média = 3,67), reforçando as contribuições do Sebrae (ANS, 2023), Gimenez, Ferreira e Ramos

(2017) e Azevedo et al. (2024), que destacam o papel das redes colaborativas para o fortalecimento, a resiliência e a sustentabilidade do empreendedorismo feminino.

4.2.2 Análise dos dados qualitativos

A etapa qualitativa do estudo buscou compreender, por meio das narrativas das três empreendedoras entrevistadas, Larissa, Gisele e Carla, os significados subjetivos atribuídos às suas trajetórias e desafios. As falas revelam dimensões humanas e emocionais que complementam e aprofundam os achados quantitativos apresentados nos quadros anteriores, evidenciando como fatores individuais, familiares e estruturais se entrelaçam na experiência empreendedora feminina.

No que se refere ao início da trajetória e motivação, as histórias demonstram que o impulso inicial para empreender está fortemente associado à paixão, à busca por autonomia e à influência de figuras inspiradoras. Gisele destacou o legado materno como base de sua motivação, enquanto Larissa encontrou na área da beleza a realização pessoal. Carla, por sua vez, enxergou no empreendedorismo uma forma de expressar autoestima e elegância, apesar da resistência familiar. Essas percepções dialogam com o resultado quantitativo que evidenciou o papel central da autoconfiança e da representatividade feminina no desenvolvimento das empreendedoras.

A dimensão da educação financeira também emergiu de modo marcante nas entrevistas. Todas as participantes relataram dificuldades na gestão dos recursos no início dos negócios, confirmando os dados do Quadro 2, que apontaram médias intermediárias de conhecimento financeiro. Gisele enfatizou o aprendizado obtido ao separar finanças pessoais e empresariais, enquanto Carla relatou quase desistir pela falta de controle do capital de giro. Esses relatos reforçam a importância de políticas e programas de capacitação financeira voltados às mulheres, conforme já identificado na literatura e na análise quantitativa.

Quanto à conciliação entre trabalho e vida pessoal, as narrativas convergem para o mesmo desafio: equilibrar demandas domésticas, familiares e empresariais. Gisele destacou o diálogo familiar como principal estratégia, enquanto Carla descreveu a criação de rotinas e horários específicos para minimizar conflitos. Larissa, por outro lado, expressou dificuldades em organizar o tempo, evidenciando o impacto emocional da sobrecarga. Esses achados complementam os resultados do Quadro 3, que apontaram médias moderadas, indicando que a flexibilidade do empreendedorismo nem sempre elimina o acúmulo de responsabilidades.

A influência de referências femininas apareceu como um fator motivacional decisivo. Gisele relatou inspiração na mãe empreendedora, símbolo de resiliência e determinação; Carla destacou a observação de outras mulheres no comércio como modelo de postura profissional; e Larissa ressaltou o apoio mútuo de mulheres em sua rede. Essa dimensão reforça a relevância das redes de mentoria e da representatividade já apontadas nos dados quantitativos como mecanismos de empoderamento coletivo e fortalecimento emocional.

A maternidade e a experiência de vida foram interpretadas de maneiras distintas: para Gisele, a maternidade foi estímulo e fonte de equilíbrio; para Carla, um desafio de reorganização e superação pessoal; e para Larissa, um aprendizado indireto sobre empatia com mães empreendedoras. As percepções dialogam com o Quadro referente à maternidade, que revelou médias moderadas e reforçou a importância das redes de apoio.

Por fim, ao oferecerem conselhos às futuras empreendedoras, as três mulheres convergiram em um mesmo ponto: a persistência e a fé em si mesmas. As falas

evidenciam a importância do propósito e da aprendizagem contínua, aspectos que sustentam o crescimento e a autoconfiança, pilares teóricos discutidos no modelo deste estudo.

As narrativas qualitativas confirmam os resultados quantitativos, evidenciando que o empreendedorismo feminino é marcado por aprendizado, equilíbrio emocional e superação. Os achados reforçam sua complexidade e o empreendedorismo como expressão de coragem e propósito.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como propósito analisar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras de Itajaí (SC), articulando dimensões quantitativas e qualitativas que refletem as múltiplas realidades do empreendedorismo feminino. Os resultados evidenciaram que a trajetória das empreendedoras é marcada por conquistas, resiliência e aprendizado contínuo, mas também permeada por barreiras estruturais, emocionais e culturais que demandam políticas de apoio mais efetivas e sensíveis à perspectiva de gênero.

A análise dos dados revelou que as médias mais elevadas se concentram nas dimensões redes de mentoria (3,66), maternidade (3,41) e educação financeira (3,41), indicando que as empreendedoras reconhecem o valor do apoio coletivo, das capacitações financeiras e das redes de solidariedade feminina como fatores centrais para o fortalecimento de seus negócios. Em seguida, aparecem autocobrança e autoconfiança (3,18) e trabalho e vida pessoal (3,24), que refletem o esforço constante das mulheres em equilibrar papéis múltiplos e lidar com exigências internas e externas de desempenho. As menores médias referem-se à representatividade feminina (3,08), o que confirma a necessidade de maior visibilidade de modelos inspiradores e da presença feminina em espaços decisórios.

Esses resultados contribuem academicamente ao ampliar o entendimento sobre o fenômeno do empreendedorismo feminino a partir de uma perspectiva integrada, que combina dados objetivos e narrativas subjetivas,evidenciando que o ato de empreender ultrapassa a dimensão econômica e assume caráter identitário, afetivo e político. Empiricamente, o estudo reforça a importância das redes de apoio, da educação financeira e das políticas de mentoria como instrumentos de fortalecimento da autoconfiança e sustentabilidade dos negócios femininos. Já as contribuições sociais situam-se no reconhecimento do empreendedorismo feminino como mecanismo de inclusão produtiva e empoderamento, alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 5 e ODS 8), ao promover igualdade de oportunidades, geração de renda e valorização da liderança das mulheres.

Como limitações, destacam-se o tamanho reduzido da amostra e o recorte geográfico restrito ao município de Itajaí, o que limita a generalização dos resultados para outros contextos regionais e setoriais. Além disso, o número de entrevistas qualitativas foi pequeno, ainda que tenha permitido uma compreensão aprofundada dos significados atribuídos pelas participantes às suas trajetórias.

Para estudos futuros, recomenda-se a ampliação da amostra para diferentes regiões do país, a inclusão de variáveis como etarismo e saúde mental, e a realização de estudos longitudinais que acompanhem o desenvolvimento dos negócios ao longo do tempo. Sugere-se, ainda, a comparação entre empreendedoras formais e informais, e entre setores tradicionalmente femininos e masculinos, de modo a identificar padrões e singularidades no comportamento empreendedor.

Conclui-se que, a integração dos resultados evidenciou que as mulheres empreendedoras constroem autonomia por meio do aprendizado contínuo e do apoio

coletivo. Entretanto, a consolidação de seu protagonismo depende da redução das desigualdades estruturais e do fortalecimento de políticas públicas de equidade e oportunidades.

REFERÊNCIAS

ASN (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS). **Participação das mulheres no universo do empreendedorismo volta a crescer.** Disponível em: https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/participacao-das-mulheres-no-universo-do-empreendedorismo-volta-a-crescer/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 7 jul. 2025.

AZEVEDO, A.; LIBONI, L.; CEZARINO, L. ; ARAUJO, G.; MARTINS, F. Female entrepreneurship: skills framework for Brazil. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v. 15, n. 1, p. 0–0, 2024. DOI: HTTP://DX.DOI.ORG/10.13059/RACEF.V15I1.1042

BARBOSA, H.; ROCHA NETO, M.; CÂMARA JÚNIOR, S.; SILVA, P. Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 12, n. 2, p. 94–121, 2021. DOI: https://doi.org/10.7769/gesec.v12i2.1123

BORGES, L.; RAMOS, A.; FERRAZ, J. Perception of gender stereotypes in the intention to undertake in the area of information technology: a qualitative study with undergraduate students at a federal university. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business**, v. 14, n. contínua, p. 0–0, 2025. DOI: 10.14211/regepe.esbj.e2644

BULGACOV, Y. L. M. et al. Atividade empreendedora da mulher brasileira: trabalho precário ou trabalho decente? **Psicologia Argumento**, v. 28, n. 63, p. 337–349, 2011. Disponível em: https://periodicos.pucpr.br/psicologiaargumento/article/view/20309.

CEMBRANEL, P.; CARDOSO, J.; FLORIANO, L. Mulheres em cargos de liderança e os seus desafios no mercado de trabalho. **Revista de Ciências da Administração**, v. 22, n. 57, p. 57–67, 2020. DOI:10.5007/2175-8077.2020.e78116.

COIMBRA, D. ; SOUZA JÚNIOR, A.; MORAES, A. Aspectos da dominação masculina no processo sucessório em empresas familiares do setor automotivo. **Revista de Administração IMED**, v. 10, n. 2, p. 158–177, 2020. DOI:10.18256/2237-7956.2020.v10i2.3969

CARREIRA, S. da S. et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus – Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 6–13, 2015. DOI:10.18815/navus.v5i2.208

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

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa. **REGEPE – Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 6, n. 1, p. 40–74, 2017. DOI:10.14211/regepe.v6i1.450

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil – Relatório executivo 2024.** Coordenação: Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (ANEGEPE); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Brasília: SEBRAE, 2024.

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GUIMARÃES, L. de V. et al. Mulheres exaustas: sobre incômodos e o fazer ciência na contemporaneidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 27, n. 5, e230201, 2023. DOI:10.1590/1982-7849rac2023230201.en

IIZUKA, E. S.; COSTA, H. S. Negócios inclusivos liderados por mulheres empreendedoras: busca por avanços teóricos e empíricos. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 20, n. 4, p. 1–19, 2022. DOI: https://doi.org/10.1590/1679-395120220011

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: quebrando alguns em III Empreendedorismo (ENEMPRE). **In:** Anais do Encontro Nacional de Empreendedorismo. Florianópolis: UFSC, 2001.

JONATHAN, E. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. *In*: 3º EGEPE – Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Anais [...]. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003. p. 41–53.

JONATHAN, E. SILVA, T. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, p. 77–84, 2007. DOI:10.1590/S0102-71822007000100011

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ROCHA-COUTINHO, M. L. Quando o executivo é uma dama: a mulher, a carreira e as relações familiares. **In:** FÉRES-CARNEIRO, T. (org.). Família e casal: arranjos e demandas contemporâneas. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Loyola, 2003. p. 57–77.

SOUZA, L. D. P.; SILVA, I. P. A.; COSTA, L. A. Implementação e implicações da ação política de fortalecimento ao empreendedorismo feminino. **Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais**, v. 7, n. 2, p. 158–183, 2022. DOI:10.22478/ufpb.2525-5584.2022v7n2.62512

SOUZA, M. D.; FERRAZ, D. L. S.; FERRAZ, J. M. As mulheres conforme a administração: uma ciência para a manutenção da opressão e da exploração? **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 20, n. 3, p. 509–534, 2021. DOI:10.21529/RECADM.2021018

TEIXEIRA, D. M.; JÚNIOR, C. V. B.; ALMEIDA, M. I. S. A relação entre as políticas de gênero e a criação de empresas por mulheres. **REGEPE – Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 12, n. 3, e2137, 2023. DOI: https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2137

TEIXEIRA, R.; BOMFIM, L. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44–64, 2016. DOI: https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VISENTINI, Í. S.; DONIDA, A.; FERREIRA, L. S. Gênero e TI: qual o lugar das mulheres na área de tecnologia? **CSONLINE – Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, n. 34, p. 13–37, 2021. DOI:10.34019/1981-2140.2021.34594