ÁREA TEMÁTICA: Empreendedorismo e Startups

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM MUNICÍPIOS DE PEQUENO PORTE: DESAFIOS E O PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS NO MUNICÍPIO DE SÃO PEDRO DO SUAÇUÍ

Resumo
Este trabalho analisa os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no município de São Pedro do Suaçuí/MG e investiga o papel das políticas públicas locais no incentivo ao empreendedorismo feminino. A pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza aplicada, com objetivos exploratórios e descritivos, adotando uma abordagem quantitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, com escalas *Likert* de cinco pontos, aplicado a uma amostra de 23 empreendedoras que atuam formal ou informalmente no município. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, teste binomial e teste de confiabilidade *Alfa de Cronbach*, que indicou consistência adequada do instrumento utilizado. Os resultados mostram que o empreendedorismo local é motivado principalmente pela identificação de oportunidades de mercado. Entretanto, as participantes apontaram dificuldades relacionadas ao acesso de crédito e à capacitação em gestão, fatores que podem limitar o crescimento dos negócios. Também foi observada uma baixa percepção quanto ao apoio oferecido pelo poder público e à divulgação das políticas voltadas para o empreendedorismo feminino. Por outro lado, houve forte concordância sobre a importância da criação de redes de apoio entre empreendedoras. Conclui-se que o fortalecimento do empreendedorismo feminino no município depende da ampliação do acesso ao crédito, de ações de qualificação profissional e de iniciativas que favoreçam a cooperação e a troca de experiências entre as mulheres empreendedoras.
Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Políticas Públicas. Pequenos Municípios. Desafios de Gestão. Desenvolvimento local.

Abstract
This study analyzes the challenges faced by women entrepreneurs in the municipality of São Pedro do Suaçuí, Minas Gerais, Brazil, and investigates the role of local public policies in promoting female entrepreneurship. The research is characterized as an applied study with exploratory and descriptive objectives, adopting a quantitative approach. Data were collected through a structured questionnaire using five-point Likert scales and applied to a sample of 23 women entrepreneurs operating formally or informally in the municipality. The data were analyzed using descriptive statistics, the binomial test, and Cronbach's Alpha reliability test, wichi indicated adequate consisteny of the reasearch instrument. The results show that local entrepreneurship is mainly motivated by the identification of Market opportunities. However, the participants reported difficulties related to access to credit and management training, factors that may limit business growth. A low perception regarding government support and the dissemination of policies aimed at female entrepreneurship was also observed. On the other hand, there was strong

agrément on the importance of creating support networks among women entrepreneurs. It is concluded that strengthening female entrepreneurship in the municipality depends on expanding access to credit, promoting professional qualification initiatives, and encouraging cooperation and the exchange of experiences among women entrepreneurs.
Keywords: *Female entrepreneuship. Public policies. Small municipalities. Management challenges. Local development.*

1. Introdução

O fenômeno do empreendedorismo feminino tem se consolidado como um vetor estratégico e imprescindível para o dinamismo da economia brasileira, atuando não apenas como uma alternativa de subsistência, mas como um mecanismo fundamental para a conquista da autonomia financeira e a transformação das realidades socioeconômicas locais (Fortes, 2025). No estado de Minas Gerais, essa relevância é corroborada por dados do Sebrae, que indicam que aproximadamente 40% dos pequenos negócios são liderados por mulheres, o que representa um contingente de cerca de 900 mil empreendimentos fundamentais para o desenvolvimento regional (Lamounier). Em municípios de pequeno porte, como São Pedro do Suaçuí (que possui uma população estimada em 5.143 habitantes), essa atividade transcende a dimensão mercantil, configurando-se como uma forma de inovação social e de fortalecimento da participação feminina na macroeconomia.

Contudo, a despeito do avanço quantitativo, Yoshinaga (2025) afirma que o fortalecimento desses negócios é obstaculizado por desafios estruturais severos, especialmente em regiões com menor acesso a recursos e informações técnicas. Entre os entraves de acordo com Lima (2025) está mais proeminente, a restrição severa ao crédito, frequentemente agravada pelo fato de as mulheres raramente deterem a titularidade e o déficit de capacitação técnica. Squilassi (2024) adiciona a sobrecarga de responsabilidades decorrente da gestão da vida familiar impõe uma carga mental que limita a escalabilidade dessas iniciativas.

Nesse contexto, a atuação do Estado, por meio de políticas públicas e programas de incentivo como oficinas profissionalizantes locais, torna-se determinante para a viabilidade desses empreendimentos. Entretanto, observa-se conforme Souza *et al*., (2022) que, em pequenas localidades, tais recursos institucionais são frequentemente subutilizados ou desconhecidos pelo público-alvo, o que levanta questionamentos acerca da capilaridade e da efetiva eficácia dessas políticas no plano municipal.

Considerando os desafios de gestão e as barreiras de acesso ao crédito enfrentada por mulheres, a presente pesquisa orienta-se pela seguinte questão: quais são os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras em São Pedro do Suaçuí e de que perspectivas de políticas públicas contribuem para enfrentá-los?

Partindo desta pergunta de pesquisa, o objetivo do presente trabalho é analisar de forma multidimensional os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no município de São Pedro do Suaçuí/MG, compreendendo,

simultaneamente, o papel e a influência das políticas públicas no fomento ao empreendedorismo.

Como objetivos específicos, o estudo pretende: i. Delinear o perfil sociodemográfico e identificar os fatores motivacionais das empreendedoras situadas em São Pedro do Suaçuí; ii. Diagnosticar as principais dificuldades de gestão operacional e os entraves cotidianos enfrentados pelas empreendedoras; e iii. Aferir o nível de conhecimento, o grau de acesso e a percepção de eficácia das políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino na esfera local.

A literatura sobre o empreendedorismo tem avançado significativamente nas últimas décadas, abordando principalmente aspectos relacionados à autonomia financeira, desigualdades de gênero e inserção no mercado de trabalho, com ênfase em contextos urbanos ou em análises de abrangência nacional (Yoshinaga, 2025; Marques, 2024). Paralelamente, estudos sobre empreendedorismo em pequenas cidades ou em contextos rurais vêm demonstrando que a atuação feminina transcende a simples dimensão mercantil, configurando-se como uma ferramenta de Inovação Social (Maciel et al., 2025). Contudo, ainda são limitadas as investigações que exploram, de forma mais aprofundada, o empreendedorismo feminino em municípios de pequeno porte, especialmente no que se refere à articulação entre os desafios locais, marcados pela invisibilidade do labor feminino e por barreiras patriarcais, e a efetividade das políticas públicas de incentivo. Nesse sentido, este estudo busca preencher essa lacuna ao analisar como o protagonismo das mulheres em São Pedro do Suaçuí pode atuar não apenas na gestão de renda, mas como vetor do desenvolvimento local e fortalecimento da sucessão familiar.

A relevância desta investigação fundamenta-se, primordialmente, na análise da vulnerabilidade estrutural que caracteriza o perfil das mulheres empreendedoras em contextos regionais (Yoshinaga, 2025; Marques, 2024). Dados do Sebrae Minas (2025) corroboram essa condição ao indicarem que 93% das mulheres iniciam suas atividades laborais de maneira autônoma, desprovidas de redes formais de apoio, e que 92% dependem exclusivamente de recursos próprios para o financiamento inicial de seus empreendimentos. Nesse sentido, a delimitação do estudo ao município de São Pedro do Suaçuí justifica-se pela necessidade de diagnosticar se o suporte institucional e as políticas públicas de fomento alcançam, de maneira efetiva, esse contingente populacional.

Sob a ótica da gestão pública, o trabalho oferece uma contribuição técnico-científica ao avaliar a eficiência e a capilaridade de iniciativas locais (Souza; et al., 2022). Para além do impacto estritamente econômico, a compreensão do acesso a esses recursos é imprescindível para mitigar a invisibilidade do labor feminino na região, promovendo a transição de uma percepção de mera ajuda familiar para um cenário de protagonismo econômico real (Maciel et al., 2025). Por fim, ao analisar o ecossistema empreendedor feminino, esta pesquisa propõe subsídios estratégicos para o desenvolvimento municipal. Tais elementos são determinantes para assegurar que o empreendedorismo se estabeleça como um mecanismo de emancipação socioeconômica e um fator de permanência das novas gerações em sua comunidade de origem.

2. Fundamentação Teórica

2.1. Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo é conceituado como o processo de identificar, desenvolver e explorar oportunidades para criar valor, seja ele econômico, social ou cultural, por meio da inovação e a mobilização de recursos (Dornelas, 2018). No contexto específico do empreendedorismo feminino, o fenômeno excede a simples gestão de negócios por mulheres, sendo entendido como uma ferramenta de liberdade individual e autorrealização, capaz de transformar a realidade social e as comunidades onde essas mulheres estão incluídas (Fortes, 2025). Segundo a perspectiva de Joseph Schumpeter, o empreendedor é o agente de inovação que promove a “destruição criativa”, rompendo com padrões obsoletos e impulsionando o desenvolvimento econômico (Schumpeter, 1950).

O empreendedorismo feminino não se restringe à participação das mulheres na criação e gestão de negócios, devendo ser compreendido a partir das relações sociais e históricas de gênero que condicionam sua atuação econômica. Nesse contexto, empreender representa, para muitas mulheres, uma forma de autonomia financeira, emancipação social e busca por reconhecimento profissional em espaços tradicionalmente marcados pela predominância masculina. Contudo, essa trajetória é permeada por desigualdades estruturais que impactam diretamente a consolidação dos negócios femininos.

Conforme discutem Fabrício e Vizeu (2024), o empreendedorismo feminino precisa ser analisado para além de uma perspectiva unicamente econômica, considerando aspectos como relações de poder, estereótipos de gênero e desigualdades tradicionalmente construídas. Dessa forma, mulheres empreendedoras frequentemente enfrentam barreiras como menor acesso ao crédito, limitação de redes de apoio, dupla ou tripla jornada de trabalho e dificuldades de legitimação de sua liderança no ambiente empresarial.

A literatura acadêmica e técnica diferencia as trajetórias empreendedoras a partir de dois fatores motivacionais: o empreendedorismo por oportunidade e por necessidade. Enquanto o primeiro envolve planejamento e visão de crescimento, o empreendedorismo por necessidade é predominante em economias emergentes como o Brasil, motivadas pela falta de opções no mercado formal e pela urgência de sustento familiar (Global Entrepreneurship Monitor, 2023). No grupo feminino brasileiro, a necessidade impulsiona 44% das que iniciam negócios, contra 32% no grupo masculino, destacando que a atividade produtiva feminina é constantemente uma estratégia de sobrevivência em contextos de exclusão social (Global Entrepreneurship Monitor, 2023).

Em termos de crescimento, o Brasil estabilizou-se como o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras iniciais no mundo (Global Entrepreneurship Monitor, 2023). Segundo dados do Sebrae citados no Panorama do Empreendedorismo Feminino (2024), o Brasil conta com cerca de 10 milhões de mulheres à frente de negócios, representando cerca de 34% do total de empreendedores. No estado de Minas Gerais, o

protagonismo é ainda mais evidente, com 40,9% dos pequenos negócios liderados por mulheres, o que equivale a quase 900 mil empreendimentos que movimentam a economia regional (Sebrae Minas, 2025). Esse resultado posiciona o estado como o segundo maior polo de empreendedorismo feminino no país, atrás apenas de São Paulo (Sebrae Minas, 2025). A faixa etária predominante entre essas mulheres situa-se entre 31 e 40 anos (27,7%), o que sugere uma maturidade profissional e acúmulo de experiência de mercado que favorecem a gestão dos negócios, embora a maioria ainda atue de forma solitária e com baixa formalização (Sebrae Minas, 2025).

Para além do impacto econômico individual, as mulheres empreendedoras exercem um papel fundamental no desenvolvimento local, pois tendem a reinvestir seus ganhos prioritariamente na saúde e educação de suas famílias, criando ciclos virtuosos de desenvolvimento social (Brasil, 2024). Assim, o fomento a esse segmento não é apenas uma questão de mercado, mas também uma estratégia essencial para a equidade de gênero e a inovação social.

2.2. Políticas Públicas no Empreendedorismo Feminino

O papel do Estado na progressão do empreendedorismo feminino é importante para corrigir desigualdades históricas de gênero que limitam o acesso das mulheres ao mercado produtivo (Souza et al., 2022). Essa agenda está alinhada aos compromissos globais da Agenda 2030 das Nações Unidas, especificamente ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 (ODS 5), que busca alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas (Organização das Nações Unidas, 2015). A ação política governamental deve atuar na criação de condições de equidade, permitindo que mulheres em situação de vulnerabilidade alcancem autonomia financeira e superem a invisibilidade institucional. Conforme destacado por Souza et al. (2022), as políticas públicas para mulheres podem ser classificadas como produtivas e inclusivas, buscando sanar demandas sociais específicas por meio de ajustes estruturais no ecossistema de negócios.

No âmbito nacional, o governo brasileiro instituiu a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino, Elas Empreendem, por meio do Decreto n° 11.994/2024 (Brasil, 2024), que articula eixos como acesso ao crédito, educação empreendedora e inclusão tecnológica. Dentre os programas de destaque, o “Acredita no Primeiro Passo” demonstrou eficácia ao destinar, no segundo semestre de 2024, 70% de suas operações de microcrédito a mulheres, beneficiando mais de 42 mil empreendedoras em situação de vulnerabilidade. Conjuntamente, o projeto-piloto Qualifica Mulher promove ações de qualificação profissional almejando estimular a independência financeira (BRASIL, 2024).

Em Minas Gerais, a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Social (Sedese) promove iniciativas como o banco de empregos "A Vez Delas", focado na inclusão de mulheres em situação de violência, e o projeto "Trajeto Moda", que busca desenvolver autonomia por meio da costura e capacitação psicossociais (Sedese, 2025). Além disso, o programa Sebrae DELAS, desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, atua na profissionalização de práticas empresariais e no fortalecimento de

redes de apoio (Sebrae, 2024). Essas ações estaduais buscam ampliar o alcance das políticas públicas, integrando o desenvolvimento pessoal ao crescimento dos pequenos negócios liderados por mulheres.

Localmente, o município de São Pedro do Suaçuí tem implementado estratégias de inclusão produtiva por meio do Edital de Credenciamento n° 010/2025 (Prefeitura São Pedro do Suaçuí, 2025). A iniciativa visa a contratação de oficinas profissionalizantes de doces, salgados e quitandas para festas, destinadas a maiores de 18 anos em atendimento às demandas da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social. Realizadas no Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), essas oficinas buscam transformar habilidades manuais em negócios sustentáveis, combatendo a invisibilidade do trabalho feminino e para o fortalecimento do protagonismo econômico das mulheres no contexto local (Prefeitura de São Pedro do Suaçuí, 2025).

2.3 Barreiras e desafios da Mulher Empreendedora

Apesar do crescimento número, as empreendedoras brasileiras enfrentam desafios severos, sendo a tripla jornada de trabalho um dos mais impactantes. As mulheres assumem desproporcionalmente a responsabilidade pelos cuidados familiares e domésticos, o que resulta em menos tempo disponível para a gestão dos seus negócios em comparação aos homens. Esse acúmulo de funções gera uma carga mental extenuante, aumentando os riscos de exaustão física, emocional e o desenvolvimento da síndrome de *burnout* (Squilassi, 2024). Efetivamente, de acordo com dados oficiais, as microempreendedoras dedicam, em média, 17% menos tempo às suas empresas devido a essas obrigações sociais (Brasil, 2024).

Outro elemento que carece de discussão no que se refere ao empreendedorismo feminino é a dimensão do preconceito de gênero. Este, no ambiente empresarial, manifesta-se por intermédio de mecanismos como o “piso pegajoso” (*sticky floor)*, onde mulheres qualificadas permanecem fixadas em posições subvalorizadas, e pela concentração em setores de baixa complexidade tecnológica, como alimentação e estética (Lima, 2025). Essas áreas, rotuladas culturalmente como “negócios femininos”, tendem a apresentar menores margens de lucro e maior informalidade (Lima, 2025). Além disso, a cultura patriarcal muitas vezes nega à mulher o reconhecimento de sua atuação como gestora, tratando o seu labor produtivo como mera “ajuda familiar”, o que enfraquece sua autoeficácia e poder de decisão (Saffioti, 1987).

A dificuldade de acesso ao crédito configura-se como um gargalo crítico para a expansão dos negócios femininos. Estima-se que as mulheres recebam apenas cerca de 30% da concessão de crédito destinada aos pequenos negócios no Brasil (Sebrae, 2025). As barreiras incluem burocracia excessiva, menor histórico de crédito formal devido à informalidade e a falta de produtos financeiros adaptados às necessidades femininas (Yoshinaga, 2025). Como reflexo dessa exclusão, em Minas Gerais, 92% das empreendedoras financiam seus negócios exclusivamente com recursos próprios, o que compromete a sustentabilidades e o potencial de inovação de seus empreendimentos (Sebrae Minas, 2025).

Por fim, a falta de conhecimento técnico em gestão é apontada por 62% das empreendedoras mineiras como um dos principais desafios, sendo a ausência de capacitação uma barreira inicial ao desenvolvimento de seus negócios (Sebrae Minas, 2025). A carência de redes de apoio, mentoria e qualificação dificulta a transição da informalidade para a formalização, mantendo muitos negócios em níveis de subsistência. Nesse sentido, superar esses desafios demanda a implementação de políticas públicas integradas, que considerem não apenas o aspecto econômico, mas também as dimensões sociais que influenciam a atuação feminina no empreendedorismo (Souza et al., 2022).

3. Metodologia

A presente investigação caracteriza-se como uma pesquisa de natureza aplicada, com objetivos exploratórios e descritivos, visando gerar conhecimentos práticos para o desenvolvimento local de São Pedro do Suaçuí, Minas Gerais. A escolha por este município, que possui cerca de 5.143 habitantes, justifica-se pela carência de estudos acadêmicos focados em localidades de pequeno porte na região, permitindo diagnosticar se desafios como o acesso ao crédito e a sobrecarga da tripla jornada manifestam-se de forma específica nesse contexto de interioridade. Para tanto, adotou-se uma abordagem quantitativa, que utiliza instrumentos estruturados para mensurar de forma objetiva as percepções das empreendedoras, possibilitando a identificação de padrões e tendências estatísticas que podem ser confrontados com indicadores estaduais e nacionais.

O objeto de estudo compreende as mulheres que mantêm atividades produtivas no município, tanto em contextos formais quanto informais, focando em suas trajetórias e barreiras estruturais. A amostra foi definida pela técnica de conveniência e acessibilidade, priorizando gestoras nos setores de comércio e produção de alimentos (como doces e quitandas), segmentos que são alvo de políticas públicas recentes na cidade, a exemplo do Edital de Credenciamento nº 010/2025. As participantes foram selecionadas a partir da rede de contatos da pesquisadora principal e da identificação de mulheres atuantes no empreendedorismo local, considerando a acessibilidade e disponibilidade para participação na pesquisa. O esforço de coleta resultou em 23 respostas válidas provenientes de um grupo inicial de 40 mulheres convidadas, o que representa uma taxa de resposta de 57,5% para a composição da base de análise.

Como instrumento de coleta, utilizou-se um questionário estruturado aplicado via *Google Forms*, método escolhido pela agilidade e facilidade de acesso em municípios de menor porte, garantindo-se o anonimato pois não possui perguntas de identificação. O uso é estritamente acadêmico. O formulário foi organizado utilizando escalas *Likert* de 5 pontos (1: discordo totalmente e 5: concordo totalmente), que permitem converter opiniões subjetivas em dados numéricos. O questionário investigou as percepções sobre os desafios estruturais, motivações e barreiras de gênero, enquanto o segundo bloco avaliou a eficácia das políticas públicas e do apoio institucional local sob a ótica das participantes. A distribuição do *link* para preenchimento

foi realizada de forma estratégica através de redes sociais e do aplicativo *WhatsApp*.

O tratamento dos dados foi realizado por meio de estatística descritiva, utilizando o software JASP e as ferramentas de tabulação da plataforma de coleta para identificar frequências e níveis de concordância. Para assegurar a consistência interna do instrumento, aplicou-se o teste de confiabilidade Alfa de Cronbach. O teste de confiabilidade Alfa de Cronbach é uma medida de consistência interna que verifica o grau de relação entre os itens de uma escala. De acordo com Souza, Alexandre e Guirardello (2017), esse coeficiente reflete a covariância entre os itens, permitindo avaliar a confiabilidade do instrumento. Por fim, a análise seguiu uma lógica comparativa, confrontando os dados empíricos de São Pedro do Suaçuí com indicadores do Sebrae Minas e do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), conectando a realidade local ao debate contemporâneo sobre empreendedorismo feminino e autonomia financeira.

4. Análise e Discussão dos Resultados

A Tabela 1 apresenta as medidas descritivas das variáveis analisadas (PV1 a PV10), baseadas em uma escala de opinião onde as respondentes foram convidadas a avaliar as seguintes sentenças: PV1: O empreendimento surgiu principalmente pela identificação de uma oportunidade de mercado; PV2: O acesso a capital e investimentos é o principal desafio para a manutenção do negócio; PV3: Há dificuldade em equilibrar as demandas da gestão com as responsabilidades familiares; PV4: A carência de conhecimento técnico em gestão limita o crescimento da empresa; PV5: As mulheres enfrentam barreiras específicas no ambiente de negócios por questões de gênero; PV6: Existe ampla divulgação de políticas públicas voltadas para mulheres empreendedoras na região; PV7: Os cursos de capacitação oferecidos no município atendem às necessidades reais do negócio; PV8: O acesso a linhas de crédito burocráticas é facilitado para as pequenas empreendedoras locais; PV9: A prefeitura ou órgãos locais oferecem suporte suficiente para o crescimento empresarial; e PV10: A criação de uma rede de apoio formal entre empreendedoras seria fundamental para o município.

Tabela 1 – Medidas descritivas das variáveis analisadas

	Mode	*Median*	*Mean*	*Std. Deviation*	*Variance*	*Minimum*	*Maximum*
PV1	4.983	4.000	4.043	1.296	1.680	1.000	5.000
PV2	4.935	5.000	3.957	1.522	2.316	1.000	5.000
PV3	1.165	3.000	2.783	1.565	2.451	1.000	5.000
PV4	4.651	4.000	3.304	1.636	2.676	1.000	5.000
PV5	4.201	3.000	2.870	1.576	2.482	1.000	5.000
PV6	1.093	1.000	2.043	1.331	1.771	1.000	5.000
PV7	1.120	2.000	2.217	1.413	1.996	1.000	5.000
PV8	1.078	2.000	2.304	1.329	1.767	1.000	5.000
PV9	1.076	1.000	2.087	1.474	2.174	1.000	5.000
PV10	4.995	5.000	4.478	0.947	0.897	2.000	5.000

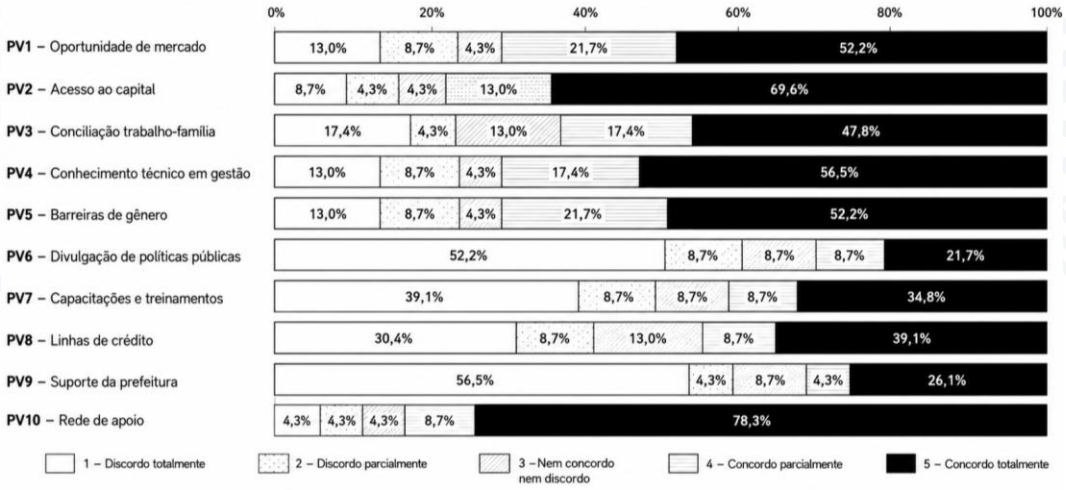
Fonte: Elaborado pelos autores, 2026.

A análise das medidas de tendência central demonstra perspectivas sobre a realidade empreendedora local. Em relação à PV1 (identificação de oportunidade), observa-se uma média de 4,043 e uma mediana de 4,000, indicando que a maioria das respondentes concorda que o seu negócio surgiu de uma percepção de mercado. Esse dado se alinha à literatura que aponta o crescimento do empreendedorismo por oportunidade no Brasil, embora a variância de 1,680 sugira que uma parcela significativa possa estar relacionada à necessidade (Global Entrepreneurship Monitor, 2023).

O maior consenso de concordância foi verificado na PV10 (necessidade de rede de apoio), com a maior média (4,478), mediana (5,000) e a menor variância (0,897) de todo o estudo. Isso revela uma convergência quase absoluta das mulheres sobre a carência de suporte coletivo. Por outro lado, a PV 2 (desafio de acesso ao capital) apresentou alta mediana (5,000), mas também uma das maiores variâncias (2,316), destacando que, embora seja um obstáculo crítico para muitas, a percepção da gravidade do acesso ao crédito é divergente entre as participantes.

A Figura 1 apresenta a distribuição e a densidade das respostas obtidas para cada variável analisada. A coleta de dados foi estruturada por meio de uma escala de *Likert* de cinco pontos, permitindo a mensuração do grau de concordância das respondentes com as afirmações propostas, conforme a seguinte classificação: (1) Discordo totalmente, quando não há concordância com a assertiva; (2) Discordo parcialmente, representando uma concordância mínima; (3) Nem concordo nem discordo, indicando neutralidade ou ausência de opinião formada; (4) Concordo parcialmente, denotando concordância moderada; e (5) Concordo totalmente, expressando a plena concordância com a afirmação.

Figura 1 – Distribuição das respostas – Escala Likert (1 a 5)



Fonte: elaborado pelos autores, 2026.

A Figura 1 revela uma forte concentração nas extremidades da escala de 5 pontos. A PV10 apresenta a maior densidade do nível 5, com 69,6% (16 respostas) de “Concordo Totalmente”, comprovando que a criação de uma rede de apoio é vista como fundamental para a cidade, o que justifica a relevância da rede de apoio no contexto do empreendedorismo (Sousa et al.,

2024). A PV2 também demostra uma alta densidade no nível 5 (56,5%), enfatizando o capital como um gargalo estrutural, o que confirma dados nacionais de que 68% das mulheres têm o crédito negado (Sebrae, 2025).

Por outro lado, observa-se uma alta densidade de discordância em relação ao suporte institucional. A PV9 e a PV6 (relacionadas ao apoio municipal e institucional) apresentam, respectivamente, 56,5% e 52,2% de respostas de nível 1 (Discordo Totalmente). Essa distribuição sugere um distanciamento entre as políticas públicas existentes e o que chega realmente às empreendedoras de São Pedro do Suaçuí, assemelhando-se aos achados de Souza, Silva e Costa (2022) sobre a necessidade de melhorias na implementação de ações governamentais.

O teste binomial foi utilizado para verificar a significância estatística da distribuição das respostas em relação aos níveis da escala *Likert*, detalhando as frequências absolutas (contagem) e as proporções observadas para cada categoria de resposta. O teste binomial aplicado à escala Likert permite identificar se as proporções das respostas em determinados níveis são estatisticamente significativas. Para a PV1 (Oportunidade), os níveis 1 e 2 apresentaram $p < .001$, o que mostra que a baixa discordância não é aleatória, mas uma característica consolidada do grupo que predominantemente concorda com a afirmação. Um padrão similar é observado na PV10, onde os níveis 2 e 3 possuem $p < .001$, isolando o nível 5 como a tendência dominante e significativa da amostra.

Já em variáveis com maior variabilidade, como a PV3 (conflito trabalho-família), o teste binomial mostra p-valores mais elevados nos níveis 1 (0,210) e 4 (0,011), sugerindo que não há um consenso pleno, mas sim uma divisão de realidades: enquanto parte das mulheres sente a sobrecarga da tripla jornada, outra parcela não a percebe como o obstáculo principal. Essa dualidade reflete a profundidade do “piso pegajoso”, onde fatores sociodemográficos influenciam a percepção da barreira de gênero (Squilassi, 2024).

O teste de coerência interna (Tabela 2) revelou um Alfa de Cronbach de 0,699 (com erro padrão de 0,086). Na literatura, coeficientes próximos a 0,70 são considerados indicativos de uma confiabilidade aceitável para instrumentos de pesquisa em ciências sociais, validando a consistência das perguntas do questionário aplicado (Souza; Alexandre; Guirardello, 2017).

Tabela 2 – Coeficiente Alfa de Cronbach

Coefficient	Estimate	Std. Error
Coefficient α	0.699	0.086

Fonte: Elaborado pelos autores, 2026.

Este resultado comparado com a bibliografia demonstra que o instrumento foi capaz de captar de forma coerente as dimensões propostas (motivação, barreiras e suporte institucional). A proximidade do índice com o nível de alta confiabilidade, mesmo em uma amostra de 23 respondentes, reforça que os padrões de percepção identificados em São Pedro do Suaçuí não são aleatórios e possuem fundamentação estatística para sustentar as conclusões deste trabalho sobre a necessidade de políticas públicas mais abrangentes e integradas.

A análise e discussão dos resultados obtidos em São Pedro do Suaçuí mostram um cenário de resiliência empreendedora, caracterizado por uma forte percepção de oportunidade individual em contraste com a escassez de políticas públicas de fomento. A consistência do questionário, validada por um Alfa de Cronbach de 0,669, indica um nível de confiabilidade aceitável para o estudo, sugerindo a existência de coerência nas respostas das 23 participantes e suporte para a análise da realidade estudada. No que se refere à motivação, as empreendedoras demonstram uma clara identidade voltada para a oportunidade de mercado (PV1), com uma média de 4,043 e mediana de 4,000, o que aproxima o município do panorama nacional apontado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2023), indicando que o negócio próprio é visto como uma escolha estratégica e não apenas uma saída compulsória para a sobrevivência.

No entanto, essa autonomia encontra barreiras estruturais críticas, sendo o acesso ao capital (PV2) o desafio mais relevante, com uma mediana atingindo o nível máximo de concordância (5,000) e 56,5% das mulheres concordando totalmente que este é o maior obstáculo para a manutenção de seus negócios. Esse resultado evidencia que as dificuldades de acesso ao crédito observadas em São Pedro do Suaçuí não constituem uma realidade isolada. Pelo contrário, confirmam estatísticas nacionais e estaduais que indicam que cerca de 68% das brasileiras já enfrentaram dificuldades em pedidos de financiamento, forçando a maioria das empreendedoras mineiras a operarem exclusivamente com recursos próprios (Sebrae, 2025). Somado a isso, a falta de conhecimento técnico em gestão (PV4), com mediana de 4,000, configura um fator limitante real que mantém muitos empreendimentos em patamares de subsistência, alinhando-se aos dados do Sebrae que apontam que a carência de capacitação atinge 62% das donas de negócios no estado (Sebrae Minas, 2025).

A realidade de São Pedro do Suaçuí evidencia uma intensa desconexão entre o setor produtivo feminino e o Poder Público, fenômeno classificado na literatura como invisibilidade institucional (Souza; Silva; Costa, 2022). As variáveis referentes à divulgação de políticas públicas (PV6) e ao suporte da prefeitura (PV9) apresentam os maiores índices de insatisfação, com 52,2% e 56,5% de discordância total, respectivamente. Esse distanciamento sugere que, embora existam marcos legais como a Estratégia Nacional Elas Empreendem (Decreto n° 11.994/2024), as ações governamentais frequentemente falham no alcance territorial, não alcançando as mulheres na ponta em cidades de pequeno porte (Brasil, 2024). Notavelmente, o desafio da tripla jornada (PV3) apresentou uma percepção menos uniforme na amostra local (média 2,783), o que pode sugerir tanto uma rede informal de apoio familiar quanto uma possível naturalização dos encargos domésticos que mascara a sobrecarga física e mental discutida nos estudos de gênero (Squilassi, 2024).

Diante desse isolamento, a solução para os problemas individuais é buscada no fortalecimento coletivo, conforme demostra a PV10 (Rede de Apoio), que obteve a maior média de todo o estudo (4,478) e o maior consenso absoluto, com 69,6% das respostas no nível máximo de concordância. Como defendido por Souza, Silva e Costa (2022), a criação de redes de apoio e espaços de troca de experiências é fundamental para superar o isolamento e ampliar a autonomia econômica feminina. Em síntese, os dados sugerem que

as empreendedoras de São Pedro do Suaçuí possuem elevado potencial empreendedor, mas necessitam urgentemente de políticas que integrem à ampliação do microcrédito, à qualificação profissional e o fortalecimento de redes de apoio para transformar a atividade informal em um vetor sustentável de desenvolvimento regional (Sebrae, 2025).

O empreendedorismo feminino em São Pedro do Suaçuí revela um cenário de resiliência, onde a principal motivação é a identificação de oportunidades de mercado, apresentando uma média de 4,043. Embora o GEM (2023) aponte que a necessidade ainda impulsiona 44% das brasileiras que iniciam negócios, os dados locais sugerem uma escolha mais estratégica, alinhada à força feminina em Minas Gerais, onde as mulheres lideram 40,9% dos pequenos negócios. Essa atividade no município transcende a dimensão mercantil, atuando como um vetor de autonomia financeira e inovação social em uma localidade de pequeno porte.

No entanto, o crescimento desses empreendimentos é severamente limitado por gargalos estruturais, especialmente o acesso ao capital, que obteve a mediana máxima de concordância (5,000) como o principal desafio local. Essa realidade reflete indicadores do Sebrae Minas (2025), que mostram que 92% das empreendedoras no estado dependem exclusivamente de recursos próprios para o financiamento inicial, e cerca de 68% das brasileiras enfrentam dificuldades ou recusas em pedidos de crédito. Além disso, a carência de conhecimento técnico em gestão é um entrave real para 62% das donas de negócios em Minas (Sebrae Minas, 2025), fator que em São Pedro do Suaçuí também é percebido como um limitador que mantém muitos negócios em patamares de subsistência.

Outro ponto de atenção é a invisibilidade institucional, caracterizada por uma profunda desconexão entre o setor produtivo feminino e o Poder Público municipal. Os dados empíricos mostram que mais de 50% das respondentes discordam totalmente da existência de suporte municipal suficiente ou de ampla divulgação de políticas públicas voltadas para mulheres. Mesmo com marcos nacionais como a Estratégia Nacional Elas Empreendem (2024), as ações governamentais parecem não possuir capilaridade para alcançar a "ponta" em cidades de pequeno porte, evidenciando a necessidade urgente de melhorar a implementação de programas locais que mitiguem as barreiras enfrentadas.

Por fim, a pesquisa destaca que, diante da falta de suporte formal, a criação de redes de apoio surge como o maior consenso entre as empreendedoras, com 69,6% de concordância total. Essa demanda coletiva é vista como essencial para superar o isolamento e os desafios da tripla jornada, que impõe uma carga mental extenuante e reduz, em média, 17% o tempo dedicado pelas mulheres às suas empresas em comparação aos homens. Portanto, o fortalecimento econômico regional depende de uma atuação integrada que combine ampliação do microcrédito, qualificação profissional e o fomento à cooperação entre as mulheres empreendedoras.

5. Conclusão e Contribuições

O empreendedorismo feminino em São Pedro do Suaçuí, analisado nesta pesquisa, demonstrou ser um campo de profunda resiliência e busca por

autonomia estratégica. Através da investigação realizada com uma amostra de 23 empreendedoras, o estudo cumpriu seu objetivo primordial de diagnosticar os desafios operacionais e conferir a percepção sobre a eficácia das políticas públicas em um contexto de município de pequeno porte. Os resultados apontaram que a principal motivação para a abertura de negócios na localidade é a identificação de oportunidades de mercado, refletida na variável P1 com uma média de 4,043. Entretanto, essa proatividade encontra barreiras estruturais severas, sendo o acesso ao capital (PV2) o desafio mais crítico apontado pelas participantes, atingindo a mediana máxima de concordância (5,000), seguido pela carência de conhecimento técnico em gestão (PV4), que também se manifestou como um entrave relevante para o crescimento dos empreendimentos. A consistência e a validade dessas percepções foram confirmadas tecnicamente pelo teste de Alfa de Cronbach, que apresentou o índice de 0,699, garantindo que os padrões identificados possuem confiabilidade aceitável para suporte da análise dessa realidade.

As conclusões do trabalho indicam a existência de uma invisibilidade institucional, caracterizada por uma profunda desconexão entre o setor produtivo feminino e o suporte oferecido pelo Poder Público municipal. Essa percepção de isolamento é sustentada pelos altos índices de insatisfação quanto à divulgação de políticas públicas (PV6) e ao suporte direto da prefeitura (PV9), variáveis que registraram mais de 50% de discordância total entre as respondentes. Em contrapartida, a pesquisa revelou que o fortalecimento desse ecossistema existe na ação coletiva, uma vez que a criação de redes de apoio (PV10) obteve o maior consenso de todo o estudo, com 69,6% de concordância total. Dessa forma, conclui-se que o desenvolvimento econômico e a emancipação das mulheres em São Pedro do Suaçuí dependem da implementação de políticas integradas que combinem a ampliação do microcrédito, a qualificação profissional em gestão e o fomento à cooperação mútua. Este artigo provem de um trabalho de conclusão de curso do Curso Bacharelado em Administração do IFMG – *Campus* São João Evangelista.

Referências

BRASIL. **Decreto nº 11.994, de 10 de abril de 2024**. Institui a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino – Elas Empreendem e o Comitê de Articulação da Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino. Brasília, DF: Presidência da República, 2024.

BRASIL. Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP); MDIC; PNUD. **Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil.** Brasília, agosto de 2024. Disponível em: https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreendem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil/estudo-do-empreendedorismo-feminino.pdf. Acesso em: 15 abr. 2026.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

FABRÍCIO, Joice dos Santos; VIZEU, Fábio. Por uma ressignificação do empreendedorismo feminino a partir de três visões filosóficas sobre o gênero e poder. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 13, n. 3, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2347. Acesso em: 30 abr. 2026.

FORTES, Eliane Adelaide Oliveira. **Empreendedorismo feminino**: vetor de emancipação para mulheres jovens em Cabo Verde. 2025. Dissertação (Mestrado em Gestão das Organizações) – Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2023**. Curitiba: IBQP, 2023.

INSTITUTO DE GOVERNANÇA MUNICIPAL AQUILA (IGMA). **São Pedro do Suaçuí - MG**. 2026. Disponível em: https://www.igma.org.br/. Acesso em: 30 abr. 2026.

LAMOUNIER, Karla. Quase metade das empreendedoras mineiras lida com uma carga mental desafiadora, aponta pesquisa. **Agência Sebrae de Notícias**, 03 mar. 2026. Disponível em: https://mg.agenciasebrae.com.br/dados/quase-metade-das-empreendedoras-mineiras-lidam-com-uma-carga-mental-desafiadora-aponta-pesquisa/. Acesso em: 13 abr. 2026.

LIMA, Cristiano Queiroz. **Avaliação do impacto do microcrédito na renda das mulheres microempreendedoras**. 2025. 159 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Territorial) – Universidade Estadual de Feira de Santana, Feira de Santana, 2025.

MACIEL, Jéssica da Silva; TRAVERSO, Luciana Davi; SOARES, Aline Paim. Trajetória empreendedora: um olhar sobre mulheres na economia informal da região central do Rio Grande do Sul. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 21, n. 61, p. 226-248, 2025.

MARQUES, Maria dos Santos. **Ensaios sobre o empreendedorismo feminino no Brasil**. 2024. 155 f. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2024..

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Transformando nosso mundo**: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. [S. l.]: ONU, 2015. Disponível em: https://brasil.un.org/pt-br/sdgs. Acesso em: 15 abr. 2026.

SÃO PEDRO DO SUAÇUÍ. Prefeitura Municipal. **Edital de Credenciamento nº 010/2025**. São Pedro do Suaçuí, MG, 2025.

SAFFIOTI, Heleieth I. B. **O poder do macho**. São Paulo: Moderna, 1987.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1950.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: acesso a crédito ainda é barreira para mulheres.** Agência Sebrae de Notícias, 2025. Disponível em: https://mg.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/empreendedorismo-feminino-acesso-a-credito-ainda-e-barreira-para-mulheres/. Acesso em: 15 abr. 2026.

SEBRAE. **Relatório de Gestão 2023:** transformando Pequenos Negócios. Brasília: Sebrae Nacional. 2024. Disponível em: https://api-lai.sebrae.com.br/ArquivosPortalLai/Nacional/Presta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Contas/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20-%202023.pdf. Acesso em: 15 abr. 2026.

SEBRAE MINAS. **Relatório de empreendedorismo feminino em Minas Gerais**. Belo Horizonte: SEBRAE, 2025.

SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL (SEDESE). **Programas de empreendedorismo feminino**. Belo Horizonte, 2025.

SOUZA, L. D. P.; SILVA, I. P. A.; COSTA, Lucas Almeida. 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.

SOUZA, N. A. R.; CORREA, R. O.; ANDRADE, J. R. G.; COSTA, J. L. B.; SANTOS, M. DE J. S. Empreendedorismo feminino: redes de apoio social para atenuar os conflitos trabalho-família. **REMIPE**, 10(1), 166–184, 2024.

SOUZA, A. C.; ALEXANDRE, N. M. C.; GUIRARDELLO, E. de B. Propriedades psicométricas na avaliação de instrumentos: avaliação da confiabilidade e da validade. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 26, n. 3, p. 649-659, 2017. Disponível em: https://www.scielosp.org/article/ress/2017.v26n3/649-659/. Acesso em: 17 jun. 2026.

SQUILASSI, Isadora Borges. **Compreendendo os imbricamentos da tripla jornada de trabalho feminina e o burnout em mulheres empreendedoras**. 2024. 53 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2024.

YOSHINAGA, Claudia Emiko. **Empreendedorismo feminino e inclusão produtiva**: desafios, impactos econômicos e estratégias para redução das desigualdades no Brasil. [S. l.: s. n.], 2025.