

ÁREA TEMÁTICA: ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

**DESAFIOS E POTENCIALIDADES DO EMPREENDEDORISMO DE MULHERES
EM CIDADES DO INTERIOR: O CASO DE SÃO JOÃO EVANGELISTA-MG**

RESUMO

O presente estudo analisa o empreendedorismo feminino como fenômeno social, econômico e cultural, investigando sua relevância no contexto da cidade de São João Evangelista-MG. O objetivo central foi compreender os desafios e as potencialidades enfrentados por mulheres empreendedoras locais. Adotou-se uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e interpretativo, fundamentada na técnica de análise de conteúdo desenvolvido por Bardin (2011). A coleta de dados foi realizada durante uma oficina extensionista, em que as participantes responderam voluntariamente a questionários estruturados. Os resultados revelaram que as empreendedoras enfrentam dificuldades significativas relacionadas à dupla jornada de trabalho, ao acesso limitado a crédito e ao preconceito de gênero, além de barreiras adicionais associadas à faixa etária, como conciliação entre maternidade e negócios nas mais jovens e exclusão digital entre as mais experientes. Por outro lado, verificou-se que as redes de apoio familiar e comunitário desempenham papel fundamental na manutenção dos empreendimentos e que o empreendedorismo é percebido não apenas como fonte de renda, mas também como meio de afirmação pessoal e social. Conclui-se que o empreendedorismo feminino constitui uma estratégia relevante para a inclusão produtiva e para a promoção da equidade de gênero, ainda que enfrente barreiras estruturais que demandam maior apoio institucional. O estudo contribui ao evidenciar tanto a resiliência quanto a inventividade das empreendedoras locais, além de oferecer subsídios para a formulação de políticas públicas e iniciativas privadas voltadas ao fortalecimento do protagonismo feminino no mundo dos negócios no desenvolvimento local.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Desafios. Dupla jornada. Redes de apoio. Empoderamento.

ABSTRACT

This study analyzes female entrepreneurship as a social, economic, and cultural phenomenon, investigating its relevance in the context of the city of São João Evangelista, Minas Gerais. The main objective was to understand the challenges and potential faced by local women entrepreneurs. A qualitative, descriptive, and interpretive approach was adopted, based on the content analysis technique developed by Bardin (2011). Data collection was carried out during an extension workshop, in which participants voluntarily answered structured questionnaires. The results revealed that women entrepreneurs face significant difficulties related to double work shifts, limited access to credit, and gender bias, in addition to additional barriers associated with age, such as balancing motherhood and business for younger women and digital exclusion among more experienced women. On the other hand, it was found that family and community support networks play a fundamental role in maintaining businesses and that entrepreneurship is perceived not only as a source of income but also as a means of personal and social affirmation. It is concluded that female entrepreneurship is a relevant strategy for productive inclusion and the promotion of gender equality, even though it faces structural barriers that require greater institutional support. The study contributes by highlighting both the resilience and inventiveness of local female entrepreneurs, in addition to offering subsidies for the formulation of public policies and private initiatives aimed at strengthening female leadership in the business world in local development.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como uma força propulsora do desenvolvimento socioeconômico, promovendo autonomia financeira, inclusão produtiva e transformação social. Apesar do aumento da participação de mulheres no mundo dos negócios, persistem desafios como a desigualdade de gênero, a sobrecarga da dupla jornada, o preconceito e o acesso limitado a recursos e oportunidades (Souza et al., 2025; Barcelos, 2024).

Este artigo, derivado do Trabalho de Conclusão de Curso em Administração, aprofunda teoricamente as discussões realizadas em uma oficina de extensão junto à comunidade local na cidade de São João Evangelista, em 2024. A investigação busca responder à seguinte questão: **quais são os desafios e as potencialidades do empreendedorismo feminino nesse contexto local?**

O objetivo geral consiste em **compreender a percepção sobre os desafios e as potencialidades enfrentados por mulheres empreendedoras de São João Evangelista.**

Para tanto, definem-se como objetivos específicos:

- i) analisar os dados obtidos por meio do questionário aplicado às participantes;
- ii) identificar as principais motivações, barreiras e redes de apoio presentes na trajetória empreendedora feminina;
- iii) avaliar a percepção das participantes sobre a equidade de gênero no ambiente de negócios;
- iv) refletir sobre estratégias que possam contribuir para o fortalecimento do empreendedorismo feminino no contexto local.

A realização deste estudo justifica-se em três dimensões: social, econômica e acadêmica. Do ponto de vista social, busca compreender o papel transformador do empreendedorismo feminino e os fatores que ainda limitam seu desenvolvimento pleno. Em um país marcado por desigualdades estruturais, a participação da mulher no mundo dos negócios representa não apenas uma resposta às carências econômicas, mas também um movimento de afirmação social, política e cultural (Coelho; Quirino, 2021).

Sob a perspectiva econômica, a relevância do tema é evidenciada pelo relatório do Global Entrepreneurship Monitor (2023), que aponta que grande parte das mulheres empreende por necessidade, sobretudo em setores menos valorizados, como comércio e serviços. Essas empreendedoras, no entanto, enfrentam obstáculos recorrentes, como preconceito de gênero e restrições de acesso ao crédito (Abdala, 2019). Diante disso, torna-se urgente o fortalecimento de políticas públicas e de iniciativas privadas que promovam a equidade de gênero e ofereçam condições reais para que mulheres possam empreender, crescer e inovar.

A justificativa acadêmica decorre da necessidade de aprofundar os estudos sobre o empreendedorismo feminino em contextos locais. Gimenez, Ferreira e Ramos (2016) apontam que o campo ainda é dominado por pesquisas qualitativas e interpretativistas, voltadas sobretudo às motivações para empreender, aos conflitos entre vida pessoal e profissional e às redes de apoio, o que reforça a pertinência da abordagem adotada nesta pesquisa. Além disso, o estudo dialoga com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente o ODS 5, que visa alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.

Para sustentar essa reflexão, estruturamos o artigo da seguinte forma, após esta introdução, apresentando as principais abordagens conceituais e teóricas que fundamentam a pesquisa. Em seguida, descrevemos o percurso metodológico, a

análise e discussão dos resultados e, por fim, nossas considerações finais, que reforçam a necessidade de repensar as políticas públicas e as práticas sociais diante dos desafios e potencialidades do empreendedorismo feminino local, bem nossas limitações teóricas e práticas por se tratar de um trabalho de conclusão de curso.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Conceitos de empreendedorismo e empreendedorismo feminino

O empreendedorismo é uma prática social transformadora que tem ganhado destaque ao longo das últimas décadas, especialmente entre as mulheres no Brasil. Segundo Ferreira e Nogueira (2013), trata-se de um fenômeno individual, influenciado por emoções, trajetórias pessoais e pelo contexto social.

A participação feminina no ambiente empresarial está vinculada a fatores econômicos, sociais e históricos, marcados pela luta por direitos, emancipação e equidade de gênero (Amorim; Batista, 2012). Desde a Revolução Industrial e, sobretudo, durante as guerras mundiais, a inserção das mulheres no mercado de trabalho evoluiu gradualmente, deixando de se restringir ao espaço doméstico e assumindo protagonismo no mundo dos negócios.

O conceito de empreendedorismo feminino refere-se à criação e gestão de empreendimentos liderados por mulheres, com finalidades diversas, que vão desde a geração de renda até a autorrealização pessoal e profissional (Barcelos, 2024). De acordo com Campos (2025), o crescimento do número de empreendedoras no Brasil tem sido expressivo, embora ainda marcado por desigualdades de gênero. O relatório do Global Entrepreneurship Monitor (2023) aponta que a Taxa Total de Empreendedorismo entre mulheres é de 22,6%, contra 38% entre os homens. Ademais, elas são maioria entre os empreendimentos por necessidade, enquanto os homens predominam no empreendedorismo por oportunidade.

2.2 Motivações para o empreendedorismo feminino

Amorim e Batista (2011) afirmam que a mulher empreendedora brasileira tem desempenhado papel relevante na economia nacional, encontrando no empreendedorismo uma alternativa para sobrevivência e ascensão profissional. Inicialmente impulsionadas pelas responsabilidades financeiras, muitas mulheres passaram a ser o principal sustento da família (Cinegaglia et al., 2021). Essa trajetória evoluiu para a percepção de que o empreendedorismo poderia representar não apenas apoio à família, mas também autonomia pessoal e independência financeira (Coelho; Quirino, 2021).

Estudos de Abdala (2019) indicam que a busca por independência financeira é a principal motivação para o ingresso no empreendedorismo. Jonathan (2011) reforça essa ideia ao destacar o desejo de autorrealização e autonomia econômica. De forma complementar, Kai e Queiroz (2022) ressaltam que o empreendedorismo feminino contribui significativamente para o empoderamento das mulheres, favorecendo geração de renda, autonomia e ampliação de oportunidades. Coleti, Silva e Moraes (2021) identificam que a busca por realização pessoal e autonomia figura entre os principais fatores que impulsionam mulheres a empreender.

Nesse contexto, iniciativas como a economia solidária e o e-commerce ampliam as oportunidades de inserção econômica, fortalecendo a atuação empreendedora feminina (Cinegaglia et al., 2021). Vieira, Vieira e Enes (2022)

destacam ainda como motivações recorrentes a família, a autorrealização, a afinidade com o negócio e a viabilidade financeira.

2.3 Estilos de liderança e redes de apoio

Nos estudos de Jonathan (2011), além da busca por autonomia e autorrealização, mulheres empreendedoras relatam altos níveis de satisfação e bem-estar subjetivo, com preferência por um estilo de liderança compartilhada. Essas empreendedoras também valorizam as redes sociais de apoio como elemento fundamental para o sucesso de seus negócios. Segundo Coelho e Quirino (2021), é nesse processo que se fortalece o desejo de crescimento individual, traduzido na busca por qualificação e aumento do nível de escolaridade.

Embora muitos estudos apontem o empreendedorismo por necessidade como predominante (Coelho; Quirino, 2021), Teixeira e Bomfim (2016) contrapõem esse argumento ao afirmar que muitas empreendedoras apresentam alto nível de escolaridade e são movidas pela busca por oportunidades, e não apenas por necessidade.

Além das razões financeiras, outras motivações incluem a possibilidade de atuar em áreas de experiência prévia e a satisfação em contribuir positivamente para a autoestima dos clientes. Abdala (2019) observa que o empreendedorismo feminino se configura não apenas como estratégia de geração de renda, mas como alternativa viável de inserção econômica e de fortalecimento do protagonismo das mulheres.

2.4 Gestão do tempo, identidade e faixa etária

Um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras é a conciliação entre vida pessoal e profissional. Para Jonathan e Silva (2007), essa multiplicidade de papéis – profissionais, familiares e pessoais – gera conflitos que exigem estratégias diversas de adaptação. Strobino e Teixeira (2014), Vieira, Vieira e Enes (2022) e Bomfim, Teixeira e Montenegro (2019) também destacam que a sobrecarga das tarefas domésticas e as longas jornadas de trabalho dificultam essa conciliação.

A idade e a faixa etária das empreendedoras influenciam diretamente esse processo. Mulheres mais jovens, muitas vezes em fase de constituição familiar, relatam maiores dificuldades em conciliar maternidade e negócios, enquanto empreendedoras em estágios mais avançados da vida enfrentam desafios relacionados ao envelhecimento e à resistência social quanto à presença feminina em posições de liderança (Teixeira; Bomfim, 2016; Serra et al., 2024). Assim, a gestão do tempo é não apenas uma questão organizacional, mas também geracional, moldando a identidade empreendedora em diferentes ciclos de vida.

Ainda que adotem estratégias como o controle emocional para minimizar conflitos, as mulheres não conseguem eliminá-los completamente. Esse processo contribui para a construção da identidade empreendedora, moldada pelas experiências cotidianas e pela necessidade de conciliar múltiplas funções sociais (Ferreira; Nogueira, 2013).

2.5 Barreiras sociais, culturais e econômicas

As empreendedoras enfrentam, além das dificuldades relacionadas ao tempo, barreiras sociais e culturais. Barcelos (2024) observa que a transformação da percepção sobre a atuação feminina ocorre de forma gradual, ainda marcada por

estereótipos de gênero. Coleti, Silva e Moraes (2021) ressaltam obstáculos como preconceito, jornadas extensas e conciliação entre papéis. Campos (2025) acrescenta que normas culturais e expectativas sociais continuam a restringir a atuação feminina no ambiente de negócios.

Silva (2024) evidencia que a discriminação de gênero, os estereótipos e a sobrecarga da dupla jornada limitam o reconhecimento da liderança feminina, refletindo na baixa representatividade em cargos de alto escalão. Jonathan e Silva (2007) reforçam que a multiplicidade de papéis gera constantes conflitos. Strobino e Teixeira (2014) e Bomfim, Teixeira e Montenegro (2019) identificam que o trabalho doméstico e familiar permanece como barreira central.

Além das barreiras sociais, existem limitações econômicas, como a falta de acesso a crédito, a escassez de apoio institucional e a ausência de políticas públicas eficazes (Souza; Jesus; Batista; Zuqui, 2025; Silva; Silva, 2024). Essa lacuna é ainda mais evidente no setor de tecnologia e inovação, no qual apenas 31% das startups brasileiras contam com liderança feminina e menos de 22% dos investimentos são direcionados a mulheres (Silva; Silva, 2024).

2.6 Resiliência e protagonismo feminino

Apesar das dificuldades, estudos destacam a resiliência das mulheres empreendedoras. Kai e Queiroz (2022) enfatizam o papel do apoio governamental, do acesso ao microcrédito e da educação como elementos fundamentais para o fortalecimento da trajetória empreendedora. Souza, Jesus, Batista e Zuqui (2025) ressaltam a inventividade das empreendedoras na busca por soluções inovadoras diante dos obstáculos cotidianos.

Características como persistência, coragem, planejamento e inovação também são apontadas como marcas das empreendedoras (Vieira; Vieira; Enes, 2022). Jonathan (2005) observa que essas mulheres demonstram autoconfiança, comprometimento e atenção estratégica ao crescimento dos negócios. Bolson, Oliveira e Vale (2018) destacam que, mesmo diante da discriminação, as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no ecossistema empreendedor, transformando um campo historicamente marcado pela desigualdade de gênero.

2.7 Síntese

Portanto, o empreendedorismo feminino pode ser compreendido como uma ferramenta estratégica para a promoção da equidade de gênero, uma vez que favorece a inclusão produtiva, a redução das desigualdades sociais e o fortalecimento do protagonismo das mulheres. Nesse sentido, políticas públicas e iniciativas privadas são fundamentais para eliminar barreiras estruturais e ampliar o acesso das empreendedoras a recursos, mercados e espaços de poder, sobretudo em pequenas cidades, onde sua atuação tem papel decisivo para o desenvolvimento sustentável.

3. METODOLOGIA

3.1 Abordagem da pesquisa

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e interpretativo, fundamentada na técnica de análise de conteúdo conforme Bardin (2011). O delineamento qualitativo mostra-se pertinente, pois busca compreender as

percepções, significados e experiências atribuídas pelas mulheres empreendedoras à sua prática cotidiana, superando a simples quantificação de dados.

A escolha por esse método dialoga com a perspectiva apresentada por Gimenez, Ferreira e Ramos (2016), que identificaram a predominância de estudos qualitativos no campo do empreendedorismo feminino, especialmente voltados a temas como motivações, conflitos entre vida pessoal e profissional e redes de apoio.

3.2 Tipo de estudo

Trata-se de um estudo descritivo, uma vez que procura caracterizar e analisar os fenômenos observados, descrevendo as especificidades dos desafios e potencialidades do empreendedorismo feminino em um contexto local. Esse tipo de estudo é adequado quando se pretende apresentar um panorama sobre determinado fenômeno, sem a intenção de estabelecer relações de causa e efeito.

3.3 Etapas da pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida em três etapas principais:

a) Levantamento bibliométrico e bibliográfico – Inicialmente, realizou-se um levantamento nas principais bases de dados científicas (Google Acadêmico, SciELO, Scopus, Web of Science e Spell), utilizando como palavras-chave: *empreendedorismo feminino*, *equidade de gênero* e *desafios*. O resultado revelou 38 publicações entre teses, dissertações e artigos científicos. Desse total, 30 apresentavam relação parcial com o tema, o que evidenciou uma lacuna teórica relevante na literatura acerca da articulação entre empreendedorismo e mulheres em contexto regional.

b) Coleta de dados – A coleta ocorreu durante uma oficina extensionista realizada no Instituto Federal da cidade de São João Evangelista, em parceria com a associação de comerciantes local. As mulheres empreendedoras foram convidadas a participar de uma palestra sobre empreendedorismo feminino e, ao final da atividade, responderam voluntariamente a um questionário estruturado. Estiveram presentes 15 mulheres, das quais 15 responderam ao instrumento. As participantes atuavam em diferentes segmentos, como salões de beleza, pequenos comércios e prestação de serviços. Os dados coletados possibilitaram uma análise preliminar sobre o cenário local e levantaram questões para aprofundamento no Trabalho de Conclusão de Curso.

c) Análise de dados – Os dados foram organizados e interpretados à luz da técnica de análise de conteúdo, que, segundo Valle e Ferreira (2025), é um dos métodos mais utilizados em pesquisas qualitativas por permitir compreender de forma reflexiva os sentidos atribuídos pelos participantes.

3.4 Técnica de análise de conteúdo

A técnica de análise de conteúdo (AC), desenvolvida por Bardin (2011), estrutura-se em três fases:

- **Pré-análise:** corresponde ao momento inicial de organização do material, em que o pesquisador realiza leitura flutuante, seleciona os documentos relevantes, reformula objetivos e define indicadores. No presente estudo, essa etapa incluiu a leitura da literatura selecionada, a identificação da lacuna teórica e a sistematização inicial dos dados.
- **Exploração do material:** inicia-se pela codificação e avança para a categorização, definida por Bardin (2016, p. 147) como “uma operação de classificação de elementos por diferenciação e reagrupamento, com base em

critérios previamente estabelecidos”. As categorias podem ser apriorísticas, quando baseadas em referenciais teóricos, ou emergentes, quando derivam dos próprios dados empíricos. No presente estudo, adotaram-se ambas as formas:

- **categorias apriorísticas:** *dupla jornada, rede de apoio, acesso ao crédito;*
- **categorias emergentes do contexto local:** *faixa etária, construção da identidade empreendedora* e outras que serão analisadas na seção 4.
- **Tratamento dos resultados e interpretação:** nesta fase, os dados são organizados, interpretados e articulados ao referencial teórico, possibilitando inferências e elaboração de conclusões.

3.5 Justificativa da escolha metodológica

A adoção da abordagem qualitativa e da técnica de análise de conteúdo justifica-se pela natureza do objeto de estudo. O empreendedorismo feminino, especialmente em contextos locais, envolve dimensões subjetivas, simbólicas e culturais que dificilmente poderiam ser captadas por métodos exclusivamente quantitativos. Assim, a metodologia escolhida permite compreender, de forma sistemática e rigorosa, as experiências das mulheres empreendedoras, revelando tanto os desafios quanto às potencialidades de sua atuação.

4. Análise e Discussão dos Resultados

A análise dos dados coletados junto às empreendedoras da cidade de São João Evangelista possibilitou identificar diferentes desafios e potencialidades em suas trajetórias. Os resultados foram organizados em cinco categorias principais, as quais emergiram tanto da literatura quanto do material empírico analisado.

4.1 Dupla jornada

A maioria das participantes relatou dificuldade em conciliar as responsabilidades profissionais com as demandas familiares e domésticas. Esse resultado corrobora os achados de Jonathan e Silva (2007), Strobino e Teixeira (2014) e Vieira, Vieira e Enes (2022), que apontam a multiplicidade de papéis sociais da mulher como uma das principais barreiras ao equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

A maioria das participantes (86,7%) relatou dificuldade em conciliar as responsabilidades profissionais com as demandas familiares e domésticas. Esse resultado corrobora os achados de Jonathan e Silva (2007), Strobino e Teixeira (2014) e Vieira, Vieira e Enes (2022) supracitados.

Tabela 1 – Dificuldade de conciliação entre vida profissional e familiar

Resposta	Nº de participantes	%
Sim, tenho muita dificuldade	9	60%
Sim, mas consigo equilibrar	4	26,7%
Não considero uma dificuldade	2	13,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

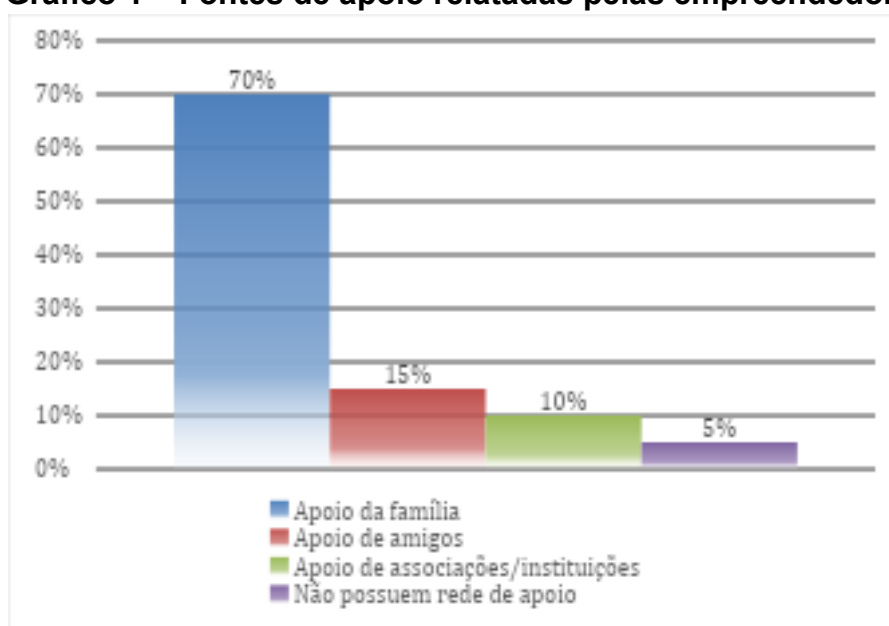
Apesar das estratégias relatadas, como controle emocional e divisão parcial de tarefas, as empreendedoras da pesquisa enfrentam jornadas extensas, o que impacta negativamente sua saúde física e emocional. Tais desafios revelam a persistência de desigualdades de gênero estruturais, que limitam o protagonismo feminino no mercado.

4.2 Rede de apoio

As redes de apoio – familiares, comunitárias e institucionais – foram destacadas pelas entrevistadas como fatores fundamentais para a sustentabilidade dos negócios, tal como pode-se notar pelo relato: “Se não fosse minha mãe para cuidar dos meus filhos, eu não teria condições de manter meu salão funcionando.” (Participante 3). Realidades como esta relataram que, a ajuda de familiares (especialmente filhas/os e cônjuges) foi decisiva para manter o empreendimento ativo.

Partindo do nosso escopo de pesquisa, dentro da realidade dessas mulheres, as redes de apoio – familiares, comunitárias e institucionais – foram destacadas como fundamentais para a manutenção dos negócios, como no gráfico a seguir .

Gráfico 1 – Fontes de apoio relatadas pelas empreendedoras



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Esse dado dialoga com Jonathan (2011), que evidencia a relevância de redes de apoio para o sucesso de negócios femininos, e com Coelho e Quirino (2021), que afirmam que a participação em grupos sociais e comunitários desperta nas mulheres o desejo de crescimento individual e qualificação. Entretanto, verificou-se que essa rede de apoio ainda é limitada, uma vez que muitas empreendedoras não contam com suporte institucional robusto, como acesso a mentorias, associações comerciais ou cooperativas. E outro ponto relevante para este fator é que para que as mulheres empreendedoras obtenham sucesso, elas precisam da mão de obra de outra mulher, para sustentar os outros papéis que não pode/consegue assumir, como o papel da babá, da dona de casa que lava, passa, cozinha e deixa a casa em ordem.

Sendo assim, muitas dessas mulheres têm a dificuldade de construir a sua própria identidade, dado o conflito entre os papéis da vida pessoal e a vida profissional, como veremos no tópico a seguir.

4.3 Construção da identidade empreendedora

Ao serem questionadas, muitas mulheres revelam que veem o empreendedorismo não apenas como meio de sustento, mas também como forma de afirmação pessoal, construção de autonomia e valorização social. Essa

percepção reforça a ideia de que o empreendedorismo feminino é também um processo de identidade (Ferreira; Nogueira, 2013).

As participantes relataram sentimentos de realização ao perceberem o reconhecimento de seus clientes e da comunidade. Contudo, destacaram também o preconceito de gênero e a dificuldade de reconhecimento de sua liderança em ambientes de negócios. Esse dado confirma os apontamentos de Silva (2024) e Barcelos (2024), que demonstram a permanência de estereótipos de gênero e de barreiras culturais na trajetória feminina.

O empreendedorismo foi percebido como uma forma de afirmação pessoal e social.

“Para mim, ter o meu próprio negócio significa muito mais do que ganhar dinheiro. É ser reconhecida, mostrar para meus filhos e para a comunidade que eu sou capaz, que posso conquistar meu espaço e crescer. Já ouvi comentários de que ‘mulher não aguenta tocar comércio’, mas isso só me fortalece para continuar.”
(Participante 5)

Esse relato reforça a literatura de Ferreira e Nogueira (2013) e Barcelos (2024), que apontam a identidade empreendedora como um processo de afirmação social diante de estereótipos de gênero, apesar da faixa etária que é outro tópico que aparece nas nossas análises.

4.4 Faixa etária

A análise demonstrou que a faixa etária exerce influência significativa sobre a trajetória empreendedora. Mulheres mais jovens, principalmente por se tratar de uma cidade pequena do interior de Minas Gerais, em fase de constituição familiar, relataram maiores dificuldades na gestão do tempo devido à maternidade e às tarefas domésticas. Já as empreendedoras de idade mais avançada apontaram barreiras relacionadas ao envelhecimento, à exclusão digital e à resistência social quanto ao protagonismo feminino em negócios locais, como aparece no relato a seguir: “Sinto dificuldade em lidar com tecnologia e redes sociais, que hoje são fundamentais para o negócio” (Participante 18, 52 anos).

Os dados da Tabela 3 evidenciam que as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras variam de acordo com a faixa etária, revelando especificidades em cada momento da vida. Entre as mais jovens, de 20 a 30 anos, o desafio mais recorrente está em conciliar a maternidade com a gestão dos negócios (40%), o que indica o peso das responsabilidades familiares no início da trajetória empreendedora. Já na faixa de 31 a 45 anos, observa-se a sobrecarga da dupla jornada (40%), demonstrando que, além da atividade empresarial, muitas mulheres acumulam funções relacionadas ao trabalho doméstico e ao cuidado com a família. Por fim, acima dos 45 anos, destacam-se as barreiras associadas à exclusão digital e ao preconceito etário (20%), refletindo limitações impostas tanto pelo avanço das tecnologias quanto por estigmas sociais.

Tabela 3 – Principais dificuldades relatadas por faixa etária

Faixa etária	Dificuldade mais citada	% de ocorrência
20 a 30 anos	Conciliar maternidade e negócios	40%
31 a 45 anos	Sobrecarga com dupla jornada	40%
Acima de 45	Exclusão digital e preconceito etário	20%

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Esses resultados apontam que os obstáculos vivenciados não são homogêneos, mas se transformam ao longo do ciclo de vida, exigindo estratégias específicas de enfrentamento. Esses achados estão em consonância com Teixeira e Bomfim (2016) e Serra et al. (2024), que ressaltam que o ciclo de vida e a fase etária impactam diretamente a forma como as mulheres conciliam papéis sociais e profissionais. Assim, a variável “idade” deve ser considerada como elemento estruturante na análise do empreendedorismo feminino. Nesse sentido, a variável “idade” deve ser reconhecida como elemento estruturante na análise do empreendedorismo feminino, inclusive ao se discutir aspectos cruciais como o acesso ao crédito, como veremos no item a seguir, uma vez que as demandas e limitações de cada faixa etária também podem impactar diretamente essa dimensão.

4.5 Acesso ao crédito

O acesso ao crédito foi identificado como um dos maiores obstáculos enfrentados pelas empreendedoras. Muitas relataram dificuldades em obter financiamento formal junto a bancos e recorreram a empréstimos informais ou recursos próprios para iniciar seus negócios, como na tabela 2.

Tabela 2 – Fontes de financiamento utilizadas para abrir o negócio

Fonte de financiamento	Nº de participantes	%
Recursos próprios	8	53,3%
Empréstimo bancário	3	20%
Crédito informal	2	13,3%
Apoio de familiares	2	13,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Esse cenário confirma os dados de Abdala (2019) e Campos (2025), que apontam a limitação no acesso a recursos financeiros como uma barreira estrutural ao empreendedorismo feminino. A literatura também indica que esse obstáculo se agrava em setores de inovação e tecnologia, nos quais a presença feminina é ainda mais restrita (Silva; Silva, 2024).

O acesso ao crédito foi identificado como um dos maiores obstáculos enfrentados, como este relatado a seguir: “Tentei financiamento no banco, mas a burocracia e os juros eram muito altos. Acabei pegando emprestado com um amigo.” (Participante 12). Ocasões como estas, empurram essas mulheres empreendedoras à falência, pois embora representem uma solução imediata, podem limitar a sustentabilidade do negócio a longo prazo. Essa situação revela não apenas a fragilidade das políticas de financiamento voltadas ao empreendedorismo feminino, mas também a exclusão financeira que restringe as oportunidades de crescimento, ampliando a dependência de redes pessoais em detrimento da autonomia empreendedora.

4.6 Síntese dos resultados

De forma geral, os resultados evidenciam que as mulheres empreendedoras de São João Evangelista enfrentam múltiplos desafios estruturais (acesso ao crédito, preconceito, dupla jornada), mas também constroem trajetórias marcadas por resiliência, criatividade e apoio comunitário. Os dados reforçam as análises de Kai e Queiroz (2022) e Souza, Jesus, Batista e Zuqui (2025), ao apontarem que, mesmo diante de barreiras sociais, culturais e econômicas, as mulheres demonstram forte

capacidade de superação, transformando o empreendedorismo em um instrumento de inclusão social e de empoderamento.

De modo geral, os resultados evidenciam que as mulheres empreendedoras enfrentam múltiplos desafios – especialmente o acesso ao crédito e a conciliação entre papéis sociais –, mas demonstram resiliência, criatividade e apoio comunitário. Os achados confirmam autores como Kai e Queiroz (2022) e Souza, Jesus, Batista e Zuqui (2025), que destacam a capacidade de superação das mulheres e a relevância do empreendedorismo como instrumento de inclusão e empoderamento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo geral compreender a percepção sobre os desafios e as potencialidades enfrentados por mulheres empreendedoras da cidade de São João Evangelista, a partir da técnica de análise de conteúdo. Para alcançar esse propósito, foram definidos objetivos específicos: (i) analisar os dados obtidos por meio de questionários aplicados às participantes; (ii) identificar motivações, barreiras e redes de apoio presentes na trajetória empreendedora feminina; (iii) avaliar as percepções das participantes sobre equidade de gênero no ambiente de negócios; e (iv) refletir sobre estratégias que possam fortalecer o empreendedorismo feminino no contexto local.

Os resultados demonstraram que as 15 empreendedoras enfrentam múltiplos desafios estruturais, entre os quais se destacam: a dificuldade de conciliar a dupla jornada de trabalho, as barreiras culturais e sociais que reforçam estereótipos de gênero, as limitações no acesso a crédito e a exclusão digital, especialmente entre mulheres em faixas etárias mais avançadas. Em contrapartida, evidenciou-se que as participantes demonstram resiliência, criatividade e capacidade de superação, encontrando no empreendedorismo não apenas uma forma de sustento, mas também um instrumento de afirmação pessoal, social e política.

Do ponto de vista teórico, a pesquisa contribui ao aprofundar a discussão sobre o empreendedorismo feminino em contextos locais, dialogando com estudos que enfatizam a relevância de aspectos subjetivos, identitários e sociais na compreensão da prática empreendedora. Do ponto de vista prático, o estudo oferece subsídios para a formulação de políticas públicas e iniciativas privadas voltadas à ampliação do acesso ao crédito, ao fortalecimento de redes de apoio e à promoção da equidade de gênero no ambiente de negócios. Já no campo social, o trabalho reforça o papel do empreendedorismo feminino como ferramenta estratégica de inclusão produtiva e redução das desigualdades.

Entretanto, reconhece-se que este estudo apresenta limitações relacionadas a sua natureza, por se tratar de um trabalho de conclusão de curso, acrescentado o recorte empírico, restrito à cidade de São João Evangelista e ao número reduzido de participantes (15 mulheres), o que limita a generalização dos achados. Além disso, a utilização exclusiva de questionários pode ter restringido a profundidade da análise das experiências individuais, sendo recomendável o uso combinado de entrevistas em futuras investigações.

Como perspectivas para pesquisas futuras, sugere-se a ampliação da amostra, contemplando diferentes regiões e setores econômicos, bem como a aplicação de métodos mistos que integrem técnicas qualitativas e quantitativas. Outra possibilidade é o aprofundamento da análise sobre o impacto da faixa etária e da digitalização na trajetória empreendedora, considerando os desafios e oportunidades trazidos pela economia digital.

Em síntese, conclui-se que o empreendedorismo feminino em São João Evangelista, apesar das adversidades, representa um campo fértil de transformação social, empoderamento e fortalecimento da equidade de gênero. Cabe, portanto, à academia, ao poder público e à iniciativa privada desenvolver ações conjuntas que promovam condições mais equitativas para que as mulheres possam empreender, crescer e inovar de forma sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALA, M. Mulheres empreendedoras: desafios e perspectivas no Brasil. São Paulo: Atlas, 2019.

AMORIM, C.; BATISTA, M. Empreendedorismo feminino: trajetória e conquistas. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 15, n. 2, p. 45-60, 2011.

AMORIM, C.; BATISTA, M. A inserção feminina no mercado de trabalho e os reflexos no empreendedorismo. Revista de Estudos Organizacionais, Belo Horizonte, v. 9, n. 3, p. 112-130, 2012.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Almedina, 2016.

BARCELOS, A. Empreendedorismo feminino e equidade de gênero: avanços e desafios. Revista Brasileira de Gestão e Negócios, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 89-105, 2024.

BOLSON, R.; OLIVEIRA, A.; VALE, L. Mulheres no ecossistema empreendedor: avanços e barreiras. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Brasília, v. 7, n. 2, p. 134-150, 2018.

BOMFIM, T.; TEIXEIRA, J.; MONTENEGRO, C. Conciliação entre vida profissional e pessoal de mulheres empreendedoras. Revista de Estudos Sociais, Salvador, v. 22, n. 4, p. 200-218, 2019.

CAMPOS, R. Empreendedorismo feminino no Brasil: panorama e desafios. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 77-93, 2025.

CINEGAGLIA, A. et al. Economia solidária e mulheres empreendedoras: um estudo sobre alternativas de inclusão produtiva. Revista Ciências Sociais em Perspectiva, Londrina, v. 20, n. 2, p. 145-162, 2021.

COELHO, P.; QUIRINO, R. Empreendedorismo feminino e identidade social. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 25, n. 3, p. 356-374, 2021.

COLETI, L.; SILVA, J.; MORAIS, P. Motivação e desafios do empreendedorismo feminino. Revista Gestão e Desenvolvimento, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 211-230, 2021.

FERREIRA, C.; NOGUEIRA, M. Empreendedorismo feminino e práticas sociais. Revista de Ciências Sociais, Fortaleza, v. 12, n. 1, p. 33-49, 2013.

FONTANA, G. et al. O uso das redes sociais por mulheres empreendedoras. Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 445-461, 2021.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2023. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org>. Acesso em: 15 ago. 2024.

GIMENEZ, F.; FERREIRA, J.; RAMOS, S. Abordagens qualitativas em pesquisas de empreendedorismo feminino. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 56, n. 2, p. 167-182, 2016.

JONATHAN, E. Empreendedorismo feminino e autorrealização. *Revista de Estudos Organizacionais*, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 98-115, 2005.

JONATHAN, E. Empreendedorismo feminino: autonomia e desafios. *Revista Gestão & Sociedade*, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 55-70, 2011.

JONATHAN, E.; SILVA, R. Conflitos de papéis e gestão do tempo entre empreendedoras. *Revista Administração em Debate*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 200-218, 2007.

KAI, L.; QUEIROZ, A. Empreendedorismo feminino e empoderamento: desafios e possibilidades. *Revista de Gestão e Negócios*, Recife, v. 15, n. 1, p. 145-163, 2022.

RODRIGUES, V.; LOPES, M.; SANTOS, A. Categorias analíticas do empreendedorismo feminino: uma revisão sistemática. *Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 19, n. 3, p. 288-304, 2022.

SANTOS, F. et al. Estratégia como prática no empreendedorismo feminino. *Revista de Estudos Organizacionais*, Porto Alegre, v. 28, n. 1, p. 45-63, 2020.

SERRA, L. et al. Gestão do tempo e sobrecarga em mulheres empreendedoras de São Luís. *Revista Ciências Sociais em Debate*, São Luís, v. 30, n. 2, p. 102-120, 2024.

SILVA, A. Empreendedorismo feminino e barreiras de gênero. *Revista de Administração e Sociedade*, Curitiba, v. 12, n. 1, p. 78-94, 2024.

SILVA, A.; SILVA, B. Desafios do empreendedorismo feminino em startups brasileiras. *Revista Brasileira de Inovação*, Campinas, v. 23, n. 2, p. 250-268, 2024.

SOUZA, P.; JESUS, T.; BATISTA, F.; ZUQUI, A. Mulheres empreendedoras e barreiras econômicas no Brasil. *Revista de Desenvolvimento Econômico*, Salvador, v. 27, n. 1, p. 187-204, 2025.

SOUZA, R. et al. Empreendedorismo feminino e inclusão produtiva. *Revista Administração e Sociedade*, Belo Horizonte, v. 30, n. 1, p. 112-130, 2025.

STROBINO, M.; TEIXEIRA, J. Conflitos entre vida familiar e profissional no empreendedorismo feminino. *Revista Administração em Debate*, Rio de Janeiro, v. 20, n. 4, p. 311-328, 2014.

TEIXEIRA, J.; BOMFIM, T. Oportunidade versus necessidade no empreendedorismo feminino. *Revista Brasileira de Empreendedorismo*, Fortaleza, v. 18, n. 1, p. 55-72, 2016.

VALLE, C.; FERREIRA, D. Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: contribuições metodológicas. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, v. 59, n. 3, p. 389-407, 2025.

VIEIRA, A.; VIEIRA, R.; ENES, D. Perfil e características do empreendedorismo feminino no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 26, n. 2, p. 277-295, 2022.