



FACULDADE METROPOLITANA DO ESTADO DE SÃO PAULO

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS

Tatiana Jagas Browne
Orientadora: Prof. Isabelle

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo analisar o empreendedorismo feminino no Brasil, destacando os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras, bem como as oportunidades que surgem a partir de políticas públicas e iniciativas privadas de incentivo. O estudo é de natureza bibliográfica e exploratória, buscando compreender as barreiras culturais, sociais e financeiras que ainda limitam a atuação feminina no ambiente empresarial, além de apresentar exemplos de superação e sucesso. Os resultados apontam que, embora as mulheres venham conquistando cada vez mais espaço no mercado, ainda enfrentam dificuldades relacionadas ao acesso a crédito, preconceito de gênero e sobrecarga de responsabilidades familiares.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. Desafios. Administração.

ABSTRACT

This paper aims to analyze female entrepreneurship in Brazil, highlighting the main challenges faced by women entrepreneurs, as well as the opportunities that arise from public policies and private initiatives. The study is bibliographic and exploratory in nature, seeking to understand the cultural, social, and financial barriers that still limit women's participation in the business environment, in addition to presenting

examples of overcoming and success. The results show that although women have been increasingly gaining space in the market, they still face difficulties related to access to credit, gender prejudice, and the overload of family responsibilities.

Keywords: Entrepreneurship. Women. Challenges. Management.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como um fenômeno de grande relevância no cenário econômico e social do Brasil. Nas últimas décadas, observa-se um aumento significativo no número de mulheres que assumem negócios próprios, rompendo barreiras históricas relacionadas ao gênero. Segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022), cerca de 30 milhões de mulheres no Brasil estão à frente de micro, pequenas e médias empresas, demonstrando o papel crescente das mulheres no desenvolvimento econômico do país.

Apesar do avanço, o empreendedorismo feminino enfrenta desafios específicos, como acesso limitado a crédito, preconceito de gênero, sobrecarga de responsabilidades familiares e barreiras culturais. Esses obstáculos podem restringir o crescimento e a sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres, impactando a participação feminina em setores mais competitivos ou inovadores.

Este trabalho busca analisar de forma detalhada o empreendedorismo feminino, identificando os principais desafios enfrentados e as oportunidades geradas por políticas públicas, iniciativas privadas e redes de apoio. A pesquisa tem como objetivos:

- Compreender os conceitos e a evolução do empreendedorismo femininos
- Identificar os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no Brasil.
- Analisar políticas públicas e programas de incentivo.
- Propor recomendações para fortalecer a atuação feminina no mercado.

Esse estudo oferece uma compreensão mais profunda sobre o papel da mulher no desenvolvimento econômico e contribui para a construção de uma sociedade mais inclusiva, igualitária e inovadora.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo: conceitos e evolução

O empreendedorismo é um conceito que evoluiu ao longo do tempo, sendo inicialmente estudado por economistas clássicos como o pai da economia moderna, Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say. Cantillon descrevia o empreendedor como aquele que assume riscos em atividades produtivas, enquanto Jean-Baptiste Say destacava seu papel na organização dos fatores de produção.

No século XX, Joseph Schumpeter ampliou a definição ao associar o empreendedorismo à inovação, definindo o empreendedor como agente capaz de introduzir novos produtos, serviços ou processos, provocando mudanças econômicas significativas. Segundo Schumpeter (1982), o empreendedor não apenas cria negócios, mas transforma mercados, estimulando o desenvolvimento econômico.

No contexto brasileiro, o empreendedorismo ganhou destaque na década de 1990, quando mudanças econômicas, políticas e sociais incentivaram o surgimento de micro e pequenas empresas. Atualmente, o conceito é entendido como a capacidade de identificar oportunidades, organizar recursos, assumir riscos e gerar valor no mercado. A literatura atual também enfatiza o empreendedorismo como ferramenta de inclusão social e transformação econômica, especialmente quando se trata de grupos historicamente sub-representados, como as mulheres.

2.2 Empreendedorismo feminino

O Brasil conta atualmente com 18,8 milhões de empreendedores em estágio inicial ou com menos de 42 meses de existência. Desse total, 53% são mulheres e 47%, homens. É o que aponta os dados da última pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor³ – GEM (2009, p. 56). A pesquisa do Instituto Brasileiro da Qualidade e

Produtividade – IBQP apud GEM (2007, p. 78) mostra ainda que a ação de empreendedorismo feminino efetua-se expressivamente no comércio varejista (37%) - artigos de vestuário e complementos, na indústria de transformação (27%) – confecções, fabricação de produtos alimentícios, fabricação de malas, bolsas, valises e outros artefatos para viagem de qualquer material, e na atividade de alojamento e alimentação (14%).

2.3 Desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras

As mulheres empreendedoras no Brasil têm avançado muito nos últimos anos, mas ainda enfrentam uma série de desafios estruturais, culturais e econômicos que impactam a criação e o crescimento de seus negócios:

- ♦ **Acesso limitado a crédito e financiamento**

O acesso a crédito e financiamento é um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no Brasil. Esse obstáculo está diretamente relacionado a desigualdades históricas, barreiras institucionais e vieses de gênero que influenciam a percepção do sistema financeiro sobre a capacidade das mulheres de gerir negócios rentáveis. Como resultado, empreendedoras encontram mais resistência para obter recursos do que seus conjuges, mesmo quando apresentam perfis equivalentes de qualificação ou desempenho empresarial.

Um dos fatores centrais que dificultam o acesso ao crédito é a falta de garantias reais, como imóveis, veículos ou patrimônio em nome da mulher, exigidos por bancos e instituições financeiras como condição para empréstimos. Esse cenário é reflexo de desigualdades de renda e de propriedade acumuladas ao longo do tempo. Assim, mesmo empreendedoras com negócios promissores acabam recebendo propostas de crédito com valores inferiores, juros mais altos ou prazos reduzidos, inviabilizando investimentos necessários para expansão ou modernização.

Empreendimentos liderados por mulheres, especialmente em setores considerados “femininos” (como moda, estética ou alimentação), são frequentemente percebidos como menos lucrativos, apesar de dados mostrarem que negócios femininos tendem a ter maior estabilidade e menor inadimplência. Esse preconceito institucionalizado contribui para a restrição do crédito.

Outro aspecto relevante é o fato de que muitas mulheres empreendem por necessidade, e não por oportunidade. Nesse contexto, os negócios costumam começar de forma informal, com baixo capital de investimento e sem planejamento financeiro — fatores que dificultam ainda mais a aprovação de crédito formal. Muitas empreendedoras brasileiras atuam na informalidade, o que impede comprovação de renda, reduz pontuação de crédito e limita o acesso a linhas de financiamento tradicionais.

Há também um problema de desinformação e falta de educação financeira. Muitas mulheres não conhecem programas públicos de financiamento, linhas de crédito específicas ou benefícios destinados a empreendedoras. A ausência de orientação especializada e de redes de apoio eficazes reforça a dependência de crédito informal ou de empréstimos pessoais, que geralmente têm juros mais altos.

Mesmo quando conseguem acessar programas de microcrédito, como o PNMPO (Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado), os valores obtidos muitas vezes são insuficientes para investimentos estruturais, restringindo o crescimento a níveis muito básicos. Embora as mulheres representem a maioria das tomadoras de microcrédito no Brasil, elas ainda acessam valores menores que os homens, indicando uma lacuna no tipo de crédito disponibilizado.

Além disso, a dificuldade de acesso a crédito afeta diretamente a sustentabilidade e competitividade dos negócios femininos. Sem recursos financeiros adequados, empreendedoras têm menos capacidade de modernizar operações, investir em tecnologia, contratar mão de obra qualificada ou entrar em novos mercados. Essa limitação contribui para manter os negócios femininos menores, mais restritos ao mercado local e com margens de lucro reduzidas.

Políticas públicas recentes têm buscado mitigar esses desafios, como o Procred 360 (que aumenta o limite de crédito para empresas lideradas por mulheres), programas de capacitação financeira e iniciativas de bancos públicos e privados voltadas à equidade de gênero. No entanto, apesar dos avanços, a desigualdade permanece significativa, demonstrando que o acesso ao crédito para mulheres empreendedoras ainda requer ações estruturais mais profundas, incluindo mudança cultural, ampliação de oportunidades, maior inclusão financeira e redução da informalidade.

Mesmo representando uma parcela significativa dos pequenos negócios no país, mulheres ainda têm mais dificuldade para conseguir crédito.

Além disso, muitas mulheres buscam crédito menor por receio de se endividarem ou por não terem garantias reais.

♦ **Dupla (ou tripla) jornada de trabalho**

A dupla ou tripla jornada de trabalho é um dos fatores mais determinantes na trajetória das mulheres empreendedoras no Brasil. Isso refere-se ao acúmulo de responsabilidades profissionais, domésticas e emocionais, que recai de forma muito mais intensa sobre as mulheres do que sobre os homens. Esses múltiplos papéis impactam diretamente o tempo, a energia, a produtividade e a capacidade estratégica de desenvolvimento dos seus negócios.

1. Sobrecarga estrutural: o acúmulo de papéis sociais

Culturalmente, ainda persiste a ideia de que a mulher é a principal responsável pelos cuidados domésticos e familiares. Mesmo quando atuam como empreendedoras, gestoras ou chefes de família, muitas mulheres continuam assumindo tarefas como:

- limpeza da casa,
- preparo de refeições,
- acompanhamento escolar de filhos,
- cuidados com idosos e pessoas com deficiência,
- organização do ambiente doméstico.

Esse cenário forma a chamada “segunda jornada”, que se inicia quando a jornada empresarial termina.

Quando a empreendedora ainda precisa administrar as demandas emocionais da família — como mediação de conflitos, suporte emocional e organização da rotina — configura-se a “terceira jornada”, um trabalho invisível, mas exaustivo, que quase nunca é reconhecido ou compartilhado.

2. Impactos diretos no empreendedorismo

A sobrecarga gera uma série de consequências para o negócio. As empreendedoras têm menos tempo para realizar planejamento, participar de cursos, acompanhar tendências e investir em inovação.

- **Menor participação em redes de negócios (networking):**

Eventos de negócios, mentorias e encontros profissionais geralmente ocorrem à noite ou aos finais de semana — horários em que muitas mulheres estão dedicadas à família.

- **Dificuldade de expansão e melhoria do negócio:**

Com tempo limitado, decisões estratégicas são postergadas, e o negócio tende a permanecer pequeno, informal ou com baixo crescimento.

- **Fadiga emocional e física:**

A exaustão da jornada múltipla pode afetar a criatividade, a produtividade, a motivação e a saúde mental da empreendedora.

3. Relação da jornada múltipla com o cuidado materno

Um dado muito relevante é que grande parte das empreendedoras são mães e, muitas vezes, mães solo. Ser mãe e empreender aumenta ainda mais a carga de , como levar filhos à escola, acompanhar consultas médicas, auxiliar em tarefas escolares e administrar a rotina familiar.

4. Consequências no longo prazo

A jornada múltipla afeta a empreendedora não só no presente, mas também no futuro:

- maior risco de burnout,
- atrasos na profissionalização do negócio,
- perda de oportunidades de crescimento,
- desistência do empreendedorismo,
- dependência econômica prolongada.

7. Políticas públicas e soluções possíveis

Nos últimos anos, políticas públicas começaram a reconhecer o peso da sobrecarga feminina. Entre as iniciativas, destacam-se:

- programas de apoio a mães empreendedoras,
- capacitações online para conciliar horários,
- incentivo à criação de creches públicas,
- campanhas de conscientização sobre divisão justa de tarefas,
- programas de crédito para mulheres chefes de família.

Entretanto, essas medidas ainda são insuficientes diante da dimensão do problema.

♦ **Falta de apoio e redes de contatos**

Um dos desafios mais significativos enfrentados pelas mulheres empreendedoras no Brasil é a dificuldade em acessar redes de apoio, parcerias e contatos profissionais — elementos essenciais para o crescimento de qualquer negócio. Diferentemente de muitos homens, que já participam de espaços consolidados de networking, as mulheres ainda encontram barreiras culturais e estruturais para ingressar nesses ambientes.

Em muitos setores, especialmente os tradicionalmente dominados por homens (como tecnologia, construção civil, logística e finanças), há menos presença feminina. Isso reduz naturalmente as oportunidades de troca de experiências, mentorias e conexões estratégicas. Como consequência, empreendedoras acabam tendo menos acesso a informações atualizadas de mercado, investidores potenciais e oportunidades de capacitação.

A ausência de redes de apoio também impacta emocionalmente: muitas empreendedoras relatam falta de confiança, medo de arriscar e dificuldade em encontrar mentoras que entendam os desafios específicos enfrentados por mulheres no mercado. Quando há acesso a redes de apoio feminino, no entanto, observa-se um aumento significativo na autoestima, na troca de conhecimentos e no surgimento de novas oportunidades de crescimento.

Redes femininas de empreendedorismo têm crescido, mas ainda não alcançam o mesmo impacto que as tradicionais.

♦ Desigualdade de gênero e preconceitos

A desigualdade de gênero e os preconceitos estruturais ainda representam barreiras profundas para o avanço das mulheres empreendedoras no Brasil. Apesar de importantes conquistas nas últimas décadas, as mulheres continuam enfrentando discriminações explícitas e sutis que impactam diretamente sua credibilidade, acesso a oportunidades e crescimento dos negócios.

Um dos principais problemas é a persistência de estereótipos sociais que associam mulheres a papéis domésticos, cuidado da família e atividades consideradas “menos estratégicas”. Esses estereótipos alimentam a percepção errada de que mulheres seriam menos aptas a liderar, negociar ou assumir riscos — qualidades frequentemente associadas ao empreendedorismo. Como consequência, muitos investidores, fornecedores e até clientes tendem a subestimar empreendedoras, questionar suas competências ou exigir mais provas de capacidade do que exigiriam de um homem na mesma posição.

No ambiente empresarial, essa desigualdade também se manifesta na falta de representatividade feminina em cargos de liderança e em setores de maior lucratividade. Quando mulheres não ocupam espaços decisórios, perpetua-se um ciclo em que políticas, práticas e ambientes de negócios são moldados sob perspectivas predominantemente masculinas, dificultando ainda mais a inserção e a valorização das empreendedoras.

Além disso, preconceitos de gênero podem aparecer em situações cotidianas: dificuldade de fechar contratos, desconfiança em negociações, infantilização durante reuniões, ou até o hábito de dirigir perguntas técnicas a homens que acompanham a empreendedora — mesmo quando ela é a responsável principal pelo negócio. Esses comportamentos, embora muitas vezes naturalizados, minam a autoestima, retardam o crescimento da empresa e aumentam a necessidade de esforço extra para provar competência.

A interseccionalidade agrava ainda mais esse cenário: mulheres negras, periféricas, indígenas, trans ou mães solo enfrentam camadas adicionais de preconceito, tornando o caminho empreendedor ainda mais desafiador. Sem políticas públicas eficazes e mudanças culturais significativas, a desigualdade de gênero continua

limitando a inovação e o desenvolvimento econômico que poderiam ser impulsionados pelo empreendedorismo feminino.

- ♦ **Baixa capacitação técnica e falta de acesso a formação específica**

A baixa capacitação técnica e a dificuldade de acesso a formação específica figuram entre os principais obstáculos enfrentados pelas mulheres empreendedoras no Brasil. Embora muitas tenham grande potencial criativo e habilidades práticas relevantes, a falta de qualificação formal em áreas essenciais — como gestão financeira, marketing, planejamento estratégico, legislação empresarial e uso de tecnologias — limita a expansão e a profissionalização de seus negócios.

Grande parte dessas dificuldades está associada a fatores socioeconômicos e culturais. Em muitos casos, mulheres têm menos oportunidades de acesso à educação continuada devido à sobrecarga de responsabilidades domésticas, dupla jornada de trabalho, falta de tempo e menor apoio familiar. Além disso, cursos profissionalizantes, treinamentos empresariais e programas de capacitação muitas vezes têm custos elevados ou são oferecidos em horários incompatíveis com a rotina das empreendedoras, principalmente as que atuam na informalidade.

Outra barreira é o desconhecimento sobre iniciativas gratuitas ou subsidiadas que já existem, como o Sebrae Delas, o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) ou cursos online de instituições públicas. Muitas empreendedoras não chegam a esses programas por falta de divulgação acessível, dificuldade tecnológica ou ausência de redes de apoio que facilitem a troca de informações.

A carência de formação técnica também impacta diretamente a competitividade dos negócios femininos. Sem conhecimento adequado sobre precificação, análise de mercado, gestão de estoque, marketing digital e inovação, torna-se mais difícil acompanhar as mudanças do mercado, implementar estratégias eficazes e competir com empresas que dispõem de maior preparo técnico.

Superar esse desafio envolve ampliar o acesso à educação empreendedora por meio de políticas públicas, programas de capacitação específicos para mulheres,

incentivo ao ensino técnico gratuito e ações que promovam inclusão digital e suporte contínuo.

- ♦ **Dificuldades especificamente enfrentadas por mulheres negras**

As mulheres negras enfrentam uma combinação única e complexa de desafios no empreendedorismo brasileiro, marcada pela interseção de gênero, raça e, muitas vezes, classe social. Essa sobreposição de discriminações torna seu percurso significativamente mais difícil quando comparado ao de mulheres brancas e homens negros e brancos.

Racismo estrutural

O racismo estrutural permeia todas as esferas sociais, e no empreendedorismo não é diferente. Mulheres negras frequentemente são subestimadas, têm sua competência questionada e encontram barreiras para acessar oportunidades, espaços de negócios e ambientes corporativos onde a presença feminina negra ainda é pequena. Esse preconceito afeta sua visibilidade, credibilidade e a confiança que investidores, instituições financeiras e até clientes depositam em seus negócios.

Menor acesso a crédito e financiamento

Estudos mostram que mulheres negras são o grupo que mais encontra dificuldades na obtenção de crédito bancário, tanto pela desigualdade de renda quanto pelas discriminações presentes nas análises de risco. Muitas não possuem garantias, histórico bancário robusto ou renda fixa suficiente para cumprir os critérios exigidos, o que limita investimentos, expansão e formalização de seus negócios.

Baixa representatividade em setores de alto valor agregado

As mulheres negras são maioria nos segmentos de menor rentabilidade, como cuidados pessoais, serviços domésticos, alimentação caseira e pequenos comércios. Elas têm menos acesso a áreas como tecnologia, inovação, finanças ou indústria — setores que oferecem maior potencial de crescimento e lucro. Essa distribuição desigual não é aleatória, mas resultado de exclusões históricas da população negra do ensino técnico, superior e de espaços estratégicos.

Desigualdades educacionais e barreiras de formação

Embora o acesso à educação tenha ampliado, mulheres negras ainda enfrentam mais obstáculos para cursar ensino superior ou formação técnica qualificada. Como consequência, muitas iniciam negócios por necessidade e não por oportunidade, sem preparo em gestão, marketing, finanças e inovação — o que dificulta a competitividade.

Violência social e territorial

A maioria das mulheres negras no Brasil vive em áreas periféricas, com menor infraestrutura, menos segurança, alto índice de violência e poucas oportunidades de negócios. Isso afeta não apenas a circulação de clientes e fornecedores, mas também a própria sensação de segurança da empreendedora, especialmente no caso de negócios que exigem deslocamentos constantes.

Sobrecarga emocional e resistência invisível

A mulher negra costuma carregar uma carga emocional maior devido às expectativas sociais de “força”, à invisibilidade de suas dores e à necessidade constante de provar valor. Essa pressão afeta saúde mental, autoestima e motivação, impactando diretamente a produtividade e capacidade de planejamento dos negócios.

♦ Falta de representatividade

A falta de representatividade é um dos desafios mais relevantes enfrentados pelas mulheres empreendedoras no Brasil. Ela se manifesta na baixa presença de mulheres — especialmente mulheres negras, indígenas, periféricas e trans — em espaços de liderança, inovação e tomada de decisão dentro do ecossistema empreendedor. Essa ausência cria um ciclo de invisibilidade que impacta diretamente a motivação, a confiança e as oportunidades disponíveis para novas empreendedoras.

A representatividade não significa apenas “estar presente”, mas ter voz, reconhecimento e participação ativa em espaços estratégicos, como conselhos empresariais, aceleradoras de startups, grandes eventos de negócios, cargos de direção e áreas de alta tecnologia. No entanto, a presença feminina nesses locais

ainda é limitada, principalmente em segmentos considerados de maior prestígio ou rentabilidade, como finanças, tecnologia, engenharia e indústria.

Essa falta de modelos femininos de sucesso dificulta que outras mulheres se identifiquem com trajetórias possíveis e se sintam encorajadas a empreender em áreas diversas. A ausência de referências também reduz o acesso a redes de apoio, mentorias especializadas, investidores e oportunidades que geralmente surgem através de contatos em ambientes empresariais dominados por homens.

Além disso, quando mulheres não ocupam posições de visibilidade, suas demandas e experiências específicas raramente são consideradas na formulação de políticas públicas, programas de capacitação ou serviços oferecidos por instituições financeiras. Isso resulta em soluções que, muitas vezes, não atendem às necessidades reais das empreendedoras, perpetuando desigualdades.

A representatividade também impacta a forma como os negócios liderados por mulheres são percebidos pelo mercado. Sem presença constante na mídia, premiações e debates econômicos, esses negócios tendem a receber menos destaque, investimento e reconhecimento social. Isso afeta diretamente a credibilidade e limita a expansão de empreendimentos que, se tivessem visibilidade adequada, poderiam alcançar maior impacto econômico e social.

Por outro lado, quando iniciativas que promovem a representatividade são fortalecidas — como redes de mentoras, coletivos femininos, programas públicos de apoio e eventos voltados exclusivamente para mulheres — observa-se um aumento expressivo na autoestima, na profissionalização e no crescimento dos negócios femininos. A presença de mulheres inspiradoras em posições de destaque rompe barreiras simbólicas e abre caminho para que mais mulheres ingressem e prosperem no universo empreendedor.

♦ **Burocracia e falta de conhecimento jurídico/contábil**

A burocracia e a falta de conhecimento jurídico e contábil representam obstáculos significativos para mulheres empreendedoras no Brasil. O ambiente regulatório brasileiro é complexo, envolve diversas etapas e exige familiaridade com normas tributárias, legislações trabalhistas, registros e obrigações que muitas vezes não são

acessíveis ou compreensíveis para quem está começando um negócio sem preparo técnico.

Para abrir, manter e formalizar um empreendimento, a empreendedora precisa lidar com questões como: registro da empresa, definição do regime tributário, emissão de notas fiscais, pagamento de impostos, cumprimento das obrigações acessórias, elaboração de contratos, regularização de funcionários e respeito às normas sanitárias ou ambientais — dependendo da área de atuação. Sem orientação adequada, essas exigências tornam-se um grande desafio.

Muitas mulheres iniciam seus negócios na informalidade por falta de conhecimento sobre os processos legais ou por medo dos custos e obrigações que a formalização implica. Embora a informalidade pareça mais simples, ela limita o crescimento do negócio, impede acesso a crédito, reduz a participação em licitações e dificulta a criação de parcerias formais. Além disso, expõe a empreendedora a riscos jurídicos, multas e irregularidades que podem comprometer sua renda.

A falta de conhecimento jurídico e contábil também está ligada a fatores sociais: muitas mulheres não têm acesso a cursos profissionalizantes, consultorias ou informações simplificadas sobre tributação e gestão. A sobrecarga da dupla jornada e a falta de tempo para procurar orientação especializada agravam a situação. Em alguns casos, existe também insegurança para buscar ajuda por receio de serem enganadas ou de não compreenderem o vocabulário técnico utilizado.

Outro ponto importante é o custo dos serviços contábeis e jurídicos. Para negócios iniciantes e com baixa lucratividade, contratar uma contabilidade ou consultoria pode ser um investimento alto. Isso leva muitas empreendedoras a tentarem resolver tudo sozinhas, o que aumenta a chance de erros, atraso no cumprimento de obrigações e dificuldades na organização financeira.

Essa falta de estrutura adequada afeta diretamente o crescimento do negócio. Sem controle contábil eficiente, é difícil analisar lucros, fazer fluxo de caixa, definir preços corretamente ou planejar uma expansão sustentável. Do ponto de vista jurídico, a ausência de contratos formalizados, termos de uso, políticas de atendimento e registros adequados pode gerar conflitos com fornecedores, clientes e funcionários.

Programas de capacitação e simplificação burocrática são fundamentais para mudar esse cenário. Iniciativas como MEI, Sala do Empreendedor, capacitações do Sebrae e atendimentos jurídicos populares têm contribuído, mas ainda não alcançam todas as mulheres que precisam — especialmente as de baixa renda ou residentes em regiões periféricas.

Portanto, a burocracia aliada à falta de conhecimento jurídico/contábil se torna um dos maiores entraves para o amadurecimento dos negócios femininos, impedindo que muitas empreendedoras avancem para a formalização e alcancem maior estabilidade financeira e profissional.

- ♦ **Dificuldades em digitalização e marketing**

A transformação digital se tornou essencial para a sobrevivência e expansão dos negócios, mas muitas mulheres empreendedoras ainda enfrentam dificuldades significativas para adotar ferramentas tecnológicas e estratégias de marketing. Esse desafio está relacionado a fatores como falta de capacitação, limitações financeiras, pouca familiaridade com tecnologia e sobrecarga de responsabilidades pessoais.

- **Falta de habilidades digitais**

Muitas empreendedoras iniciam seus negócios sem formação técnica em informática, redes sociais, design, anúncios pagos ou uso de plataformas de vendas online. Isso limita a presença digital do negócio e reduz a competitividade em um mercado cada vez mais conectado. Sem conhecimento sobre SEO, tráfego pago, marketing de conteúdo, análise de dados e automação, torna-se difícil atrair clientes e aumentar vendas.

- **Acesso limitado a equipamentos e internet de qualidade**

Mulheres de baixa renda e moradoras de áreas periféricas frequentemente enfrentam dificuldades para acessar computadores, celulares modernos e conexão estável. Isso prejudica a criação de conteúdo, a gestão profissional das redes e a participação em cursos e lives que poderiam ampliar suas habilidades.

- **Sobrecarga da dupla jornada**

Com a rotina dividida entre trabalho, cuidados domésticos e filhos, muitas empreendedoras não conseguem dedicar tempo suficiente para aprender e

aplicar estratégias de marketing digital. A produção de conteúdo, gestão de redes sociais e análise de resultados exige tempo e constância — algo difícil para quem já opera o negócio sozinha.

- **Dificuldade em contratar profissionais especializados**

O investimento em social media, design gráfico, tráfego pago ou gerenciamento de e-commerce pode ser alto demais para negócios iniciantes. Sem suporte profissional, muitas empreendedoras tentam fazer tudo por conta própria, o que pode gerar resultados limitados ou inconsistentes.

- **Falta de conhecimento estratégico**

Mesmo quando conseguem utilizar redes sociais, algumas empreendedoras têm dificuldade em transformar conteúdo em vendas. Falta entendimento sobre:

- definição de público-alvo
- posicionamento de marca
- storytelling
- funil de vendas
- construção de reputação digital
- relacionamento com clientes

Essa ausência de estratégia faz com que muitos negócios tenham presença online, mas com pouca conversão.

- **Barreiras emocionais e insegurança**

A exposição nas redes sociais ainda gera insegurança para muitas mulheres. Medo de críticas, julgamentos, comparação com concorrentes e baixa autoestima tornam difícil aparecer em vídeos, promover produtos ou falar com autoridade sobre o próprio negócio.

- **Falta de orientação personalizada**

Cursos gratuitos nem sempre atendem às necessidades práticas de cada empreendedora. Sem mentorias específicas, muitas se sentem perdidas, não conseguem aplicar o que aprendem ou não sabem qual estratégia escolher diante de tantas opções digitais.

- **Impacto direto nos resultados do negócio**

A ausência de digitalização impede que o negócio alcance novos públicos,

profissionalize sua comunicação, automatize processos e mantenha competitividade. Em um mercado onde clientes buscam produtos e serviços online, não investir em marketing digital reduz visibilidade, vendas e crescimento.

Estudos indicam que o apoio familiar, a formação acadêmica e a participação em redes de empreendedoras são fatores determinantes para o sucesso dos negócios femininos.

2.4 Políticas públicas e iniciativas de apoio

Estratégia Nacional “Elas Empreendem”

- Em abril de 2024, foi instituída a **Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino**, por meio do decreto nº 11.994. [Serviços e Informações do Brasil+2](#)
- Essa estratégia é intersetorial, conectando ministérios, setor privado e sociedade civil, para articular políticas de apoio. [Serviços e Informações do Brasil+1](#)
- Diretrizes: equidade étnico-racial (dando atenção especial a mulheres negras), interseccionalidade, priorização de mulheres em situação de vulnerabilidade (ex: inscritas no CadÚnico), e melhoria dos mecanismos de financiamento. [Serviços e Informações do Brasil+1](#)
- Um **Comitê de Empreendedorismo Feminino** foi criado para coordenar a execução da estratégia, definir metas e monitorar resultados. [Serviços e Informações do Brasil](#)

Programa “Brasil Pra Elas”

- Visa ampliar o crédito para mulheres empreendedoras, sobretudo micro e pequenas empresárias. [Serviços e Informações do Brasil](#)
- É uma iniciativa colaborativa: envolve ministérios (Economia, Mulher, Família, Direitos Humanos, Cidadania), o Sebrae e a ABDI (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial). [Serviços e Informações do Brasil](#)
- Tem como objetivos: aumentar a autonomia econômica de mulheres vulneráveis e fomentar negócios liderados por mulheres por meio de crédito + capacitação. [Sebrae+1](#)

Sebrae Delas

- Programa específico para mulheres com foco no desenvolvimento de competências (técnicas e socioemocionais), empreendedorismo e gestão de negócios. [Sebrae+1](#)
- Promove cursos, oficinas, mentorias, conexão entre empreendedoras e visibilidade para seus negócios. amese.pr.gov.br
- Também realiza eventos para networking, como palestras e feiras, e estimula parcerias entre mulheres empreendedoras. [Sebrae](#)

Parceria “Brasil sem Misoginia”

- O Sebrae aderiu à iniciativa “Brasil sem Misoginia” em parceria com o Ministério das Mulheres. [Serviços e Informações do Brasil](#)
- O protocolo de intenções firmado visa promover a **Estratégia Elas Empreendem**, fortalecendo a igualdade de gênero por meio de apoio econômico, crédito e educação empreendedora. [Serviços e Informações do Brasil](#)

Projeto WE – Women Entrepreneurship

- Parceria entre Sebrae e Microsoft para incentivar mulheres em startups e empresas inovadoras. [Sebrae](#)

- Foco em inovação tecnológica: o programa apoia negócios com ao menos uma sócia mulher nos aspectos de modelagem, estruturação e crescimento.

Apoio local: Eventos e redes regionais

- No Distrito Federal, por exemplo, o Sebrae DF promove o evento “Movimente – Mulheres Criativas Quebrando Barreiras” para fomentar ideias, parcerias e políticas específicas para mulheres. df.agenciasebrae.com.br
- Essas ações contribuem para criar uma agenda regional de empreendedorismo feminino e ampliar a participação das mulheres no ecossistema local.

Projeto MP Empodera (Pernambuco)

- O Ministério Público de Pernambuco (MPPE) e o Sebrae-PE lançaram o projeto “MP Empodera” para promover a autonomia econômica feminina. Ministério Público de Pernambuco
- Utiliza as Salas do Empreendedor para fornecer suporte jurídico, contábil e capacitação para mulheres que querem formalizar seus negócios como MEI ou microempresa. Ministério Público de Pernambuco

Monitoramento e relatórios

- A Estratégia “Elas Empreendem” conta com relatórios anuais de atividades para acompanhar o progresso das metas, como expansão de crédito, capacitação e inclusão social. Serviços e Informações do Brasil
- Esses relatórios ajudam a mensurar a efetividade das políticas, apontar gaps e ajustar ações para diferentes grupos de mulheres (por exemplo, por raça, renda ou localização geográfica).

Desafios e Limitações das Políticas

- Apesar das políticas existentes, muitas mulheres ainda não têm pleno acesso aos programas por falta de informação, tempo ou pela complexidade de inscrição.
- A articulação entre diferentes esferas (federal, estadual, municipal) nem sempre é eficiente, dificultando a capilarização das ações para todas as regiões.
- Apesar do foco interseccional, ainda há mulheres que permanecem fora do alcance dessas políticas, como as trans, quilombolas ou em regiões rurais muito remotas.

Ministério do Empreendedorismo + Articulação Interministerial

O novo Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP) tem papel central na implementação dessa estratégia.

Trabalha em parceria com o Sebrae, bancos públicos (como Banco do Brasil) e outras entidades para oferecer crédito, capacitação e mentoria para mulheres.

Há articulação para que as políticas não sejam apenas pontuais (de governo), mas se estruturarem como políticas de Estado, com mais permanência e cooperação institucional.

Frente Parlamentar pela Mulher Empreendedora

Existe uma frente na Câmara dos Deputados para discutir políticas públicas voltadas para mulheres empreendedoras.

Entre as propostas defendidas:

- Educação financeira para mulheres;
- Ampliação de linhas de crédito facilitadas para microempreendedoras;
- Políticas para formalização mais acessível (ex: MEI voltado para mulheres) para reduzir a informalidade.
- Fortalecimento de redes de apoio social, creches, auxílios, para dar suporte às empreendedoras, especialmente aquelas com cuidados familiares.

Incentivos Específicos no Crédito

No programa **Acredita / Procred 360**, há uma previsão para que empresas lideradas por mulheres (micro e pequenas) tenham uma participação maior no crédito: segundo o Ministério do Empreendedorismo, para negócios femininos esse limite pode subir para 50% do faturamento anterior.

Isso ajuda em parte o desafio de acesso a crédito, especialmente para microempreendedoras que têm dificuldade de obter empréstimos em condições favoráveis.

Políticas para Empreendedorismo Rural Feminino

Há políticas públicas focadas em mulheres no campo: segundo artigo acadêmico, existem iniciativas como o **PRONAF Mulher**, assistência técnica rural para mulheres, crédito para assentadas, entre outras.

Esses programas são importantes porque muitas empreendedoras rurais enfrentam desafios únicos (distância, estrutura precária, menor acesso a redes de apoio).

Produção de Dados e Pesquisa

Um estudo do Ministério do Desenvolvimento + PNUD produz um panorama do empreendedorismo feminino no Brasil, ajudando a identificar perfis, gargalos e oportunidade.

METODOLOGIA

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa e bibliográfica, com caráter exploratório. A pesquisa qualitativa permite compreender de forma aprofundada os fenômenos sociais e econômicos relacionados ao empreendedorismo feminino, enquanto a abordagem bibliográfica fornece base teórica consistente sobre o tema.

As etapas da pesquisa foram:

- Levantamento bibliográfico – Foram analisados livros, artigos acadêmicos, teses e relatórios institucionais, como Sebrae, IBGE e GEM, sobre

empreendedorismo feminino, políticas públicas e barreiras enfrentadas pelas mulheres.

- Análise documental – Foram consultados relatórios e dados estatísticos oficiais sobre participação feminina no mercado, acesso a crédito e distribuição por setor e região.

A escolha da pesquisa exploratória se justifica pelo objetivo de compreender profundamente os desafios e oportunidades do empreendedorismo feminino, sem pretensão de generalização absoluta. Esse método permite identificar padrões, fatores de sucesso e limitações que podem ser úteis para futuras pesquisas e políticas públicas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dados estatísticos

A participação feminina é maior nos setores de serviços e comércio, enquanto setores de tecnologia e inovação ainda apresentam baixa representatividade.

Em 2024, a participação de mulheres entre novos empreendedores (iniciais) cresceu bastante, chegando a **46,8%**, após alguns anos de queda.

Há **mais de 10 milhões de mulheres** no Brasil liderando negócios, o que indica uma presença significativa no empreendedorismo nacional.

Apesar disso, as empreendedoras ganham em média **24 % menos que os homens**, mesmo com nível de escolaridade alto.

Boa parte dessas empreendedoras está **na informalidade** (> 65%), o que pode limitar crescimento, acesso a crédito, políticas de apoio, etc.

O percentual geral de mulheres entre todos os empreendedores é de **33,9%**, segundo relatório oficial, mostrando que embora haja crescimento, ainda há desigualdade de gênero na base total.

A análise dos dados indica que, embora haja crescimento, o acesso a recursos financeiros e a representatividade em setores estratégicos ainda são desafios significativos.

A combinação entre capacitação, suporte financeiro e redes de apoio aumenta significativamente as chances de sucesso dos negócios femininos, fortalecendo a economia local e promovendo inclusão social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino no Brasil tem avançado de forma significativa nas últimas décadas, apresentando-se como uma estratégia de autonomia econômica, inclusão social e redução das desigualdades de gênero. Apesar desses avanços, as mulheres ainda enfrentam obstáculos estruturais — como dificuldades de acesso ao crédito, jornadas duplas de trabalho, desigualdade salarial, preconceito e baixa representação em setores de maior rentabilidade — que impactam diretamente a formalização e a sustentabilidade de seus negócios.

As políticas públicas e iniciativas apresentadas demonstram que o Estado brasileiro tem buscado ampliar o apoio às mulheres empreendedoras por meio de programas de capacitação, acesso ao crédito, redes de apoio e incentivo à inovação. A Estratégia Nacional Elas Empreendem, o Programa Brasil pra Elas, o Sebrae Delas e parcerias como o Brasil sem Misoginia destacam-se como ações estruturantes que tentam reduzir desigualdades históricas e promover maior integração feminina no ambiente empreendedor.

Entretanto, os desafios persistem. A falta de articulação entre as políticas, a dificuldade de acesso das mulheres em situação de vulnerabilidade, a burocracia e a ausência de acompanhamento contínuo ainda limitam a efetividade dessas iniciativas. Além disso, questões como raça, território, educação e renda ampliam as barreiras enfrentadas pelas mulheres, demandando políticas mais interseccionais, descentralizadas e de longo prazo.

Assim, observa-se que, embora o cenário atual ainda exija avanços significativos, existe um movimento crescente — tanto por parte do governo quanto de instituições

privadas e da sociedade civil — direcionado ao fortalecimento do empreendedorismo feminino no Brasil. Para que esses esforços gerem impactos duradouros, é fundamental que as políticas públicas sejam integradas, avaliadas periodicamente e ampliadas para alcançar todas as regiões e perfis de mulheres.

Conclui-se que o empreendedorismo feminino é um campo estratégico para o desenvolvimento econômico e social do país. Investir nas mulheres significa investir em inovação, crescimento econômico, combate à pobreza e fortalecimento das comunidades. O caminho já iniciado aponta para um futuro mais inclusivo, e a continuidade dessas ações será decisiva para garantir a equidade e o protagonismo feminino no ambiente empresarial brasileiro.

REFERÊNCIAS

PROCRED 360: <https://www.gov.br/memp/pt-br/programa-acredita/procred360>

GEM. Empreendedorismo no Brasil – 2007. Disponível em Acesso 03 Abr 2011.

PNMPO (PROGRAMA NACIONAL DE MICROCREDITO PRODUTIVO ORIENTADO)

<https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/politica-agricola-e-meio-ambiente/atuacao-spe/microcredito>

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. *Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino – Elas Empreendem*. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/>

SEBRAE. *Sebrae Delas – Programa de Empreendedorismo Feminino*. Brasília, 2023–2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/sebraeaz/sebrae-delas,7ae7afecbbe7710VgnVCM100000d701210aRCRD>

MPPE – Ministério Público de Pernambuco. *Projeto MP Empodera*. Recife, 2024.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. 1. ed. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1982.