



Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais

Ana Cláudia Santos Pinheiro, Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Brasil ¹

Gessica Mina Kim Jesus, Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Brasil ²

Cassiano de Andrade Ferreira, Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Brasil ³

Larissa Duarte Araujo Pereira, Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Brasil ⁴

Janaina Aparecida Alves Scaliza, Faculdade Gran Tietê, Brasil ⁵

RESUMO: O objetivo deste estudo é analisar as principais dificuldades enfrentadas por mulheres para empreender no interior do Estado de Minas Gerais. Para isso, foi adotado uma pesquisa *survey* com abordagem quantitativa e descritiva. O questionário foi aplicado online a 30 empreendedoras atuantes nas cidades de Araçuaí, interior de Minas Gerais. Os resultados revelaram um perfil diversificado de empreendedoras com diferentes idades, formações e áreas de atuação, mas enfrentando desafios comuns. Os principais desafios encontrados foram: dificuldades financeiras, alta concorrência, dificuldades na captação de clientes e falta de ferramentas de gestão. Os resultados também indicaram a busca pela independência financeira e realização pessoal, com destaque para as mulheres que empreendem no setor de serviços. O trabalho contribui para reforçar a necessidade de iniciativas como capacitação, acesso facilitado a crédito e redes de apoio para fortalecer o empreendedorismo feminino e garantir um ambiente mais equitativo e inclusivo.

Palavras-chave: Desafios; Empreendedorismo; Gestão.

¹ claudinhaaracuai@gmail.com,

² gessica.jesus@ifnmg.edu.br

³ cassiano.ferreira@ifnmg.edu.br

⁴ larissa.pereira@ifnmg.edu.br

⁵ janainaalvesscaliza@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) cerca de 43 milhões de pessoas possuem um negócio ou pretendem empreender em um futuro próximo (GEM, 2021). Além disso, o número de pessoas que desejam ter o seu próprio negócio ultrapassa as que desejam construir carreira dentro das organizações, obtendo uma discrepância de 46% a 32% respectivamente (GEM, 2021).

Em relação ao empreendedorismo feminino, os dados do SEBRAE (2023) indicam que o Brasil tem 10,3 milhões de mulheres empreendedoras. No período de 2021 para 2022, esse número cresceu 30%, gerando empregos e movimentando a economia do país (SEBRAE, 2023).

Segundo Fontes e Monteiro (2023), as mulheres que empreendem por necessidade correspondem a 47%, enquanto os homens que empreendem por necessidade somam 37%. Dentre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras estão a conciliação de trabalhos domésticos, cuidados com os filhos e sustento familiar (Fontes; Monteiro, 2023).

A conciliação entre vida profissional e pessoal é um dos desafios mais recorrentes enfrentados pelas mulheres que desejam iniciar um negócio próprio. De acordo com Teixeira e Bomfim (2016), muitas empreendedoras enfrentam dificuldades em equilibrar a jornada de trabalho com as responsabilidades domésticas e familiares.

Esse cenário ocorre porque, culturalmente, as mulheres ainda acumulam a maior parte das tarefas do lar e do cuidado com os filhos, o que pode gerar sobrecarga e impactar diretamente o desempenho no negócio. Além disso, a necessidade de administrar o tempo entre as demandas empresariais e familiares pode levar a altos níveis de estresse e até prejudicar o crescimento do empreendimento (Teixeira; Bomfim, 2016).

Nesse sentido, Souza (2021) aponta para a necessidade de mais estudos sobre mapeamento das dificuldades das empreendedoras para que se possam propor ações de melhoria, principalmente em regiões menos desenvolvidas e interioranas. Por isso, esta

pesquisa tem o objetivo de analisar as principais dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras localizadas no interior do Estado de Minas Gerais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO FEMININO

O conceito de empreendedor surgiu no século XVII na França, embora possa parecer um tema recente, a palavra “empreendedor”, é representada por alguém que cria algo novo, assumindo riscos (Dornelas, 2014). Esse conceito teve como fundamento o autor (Schumpeter, 1997) que define o empreendedor como inovador, que impulsiona a economia e o desenvolvimento social, por meio da revolução de padrões de produção. Com o foco em promover mudanças efetivas na estrutura de mercado. O empreendedor deve ter competências como criatividade, capacidade de execução, disposição para assumir riscos, perseverança, otimismo e senso de independência (Maximiano, 2021).

O empreendedorismo pode ser exercido tanto por homens quanto por mulheres. A presença das mulheres no ambiente dos negócios tem sido fundamental para impulsionar a economia global, promovendo empoderamento e igualdade. Além disso, elas têm um papel crucial na redução da pobreza, na geração de inovação e criatividade, no impacto social e no crescimento econômico das nações (Agrawal et al., 2023).

As mulheres têm características naturais que podem atrair seu público, como simpatia, comprometimento, disposição e sensibilidade, que auxiliam no sucesso do empreendimento (Amorim; Batista, 2012). Com essas características o grupo feminino tem maior facilidade em trabalhar com público, relacionamento com clientes, equipe e fornecedores.

Conhecer a fundo seu público-alvo tem como ponto crucial para o crescimento do negócio, além de saber quem são os concorrentes e fornecedores, não sendo esses requisitos apenas para empreendimento feminino para todos os tipos de investimentos (Dolabela, 2010). O que se pode observar é que as mulheres são consideradas capazes de

exercer diversas atividades, criando assim, diferentes estilos de empreender. A educação empreendedora fornecida pelas instituições de ensino superior tem relevância, devido desempenhar um papel fundamental na capacitação das mulheres para que possuam capital humano e trilhar uma carreira empreendedora de sucesso (Civera et al., 2023).

O Brasil é apontado nas pesquisas como o 7º país com maior número de empreendedoras, tendo 46% dos empreendedores iniciais as mulheres, sendo essas mulheres chefes de família, atingindo 49% desse público. Isso demonstra o quanto tem aumentado o investimento delas no mercado, ganhando espaço, apesar de todas as dificuldades e múltiplas tarefas do dia a dia (SEBRAE, 2023).

O empreendedorismo feminino no Brasil tem sido amplamente estudado, revelando um panorama diversificado das mulheres que lideram negócios no país (Santos; Silva, 2020). A seguir, apresentamos uma análise de cinco estudos que investigam o perfil das mulheres empreendedoras, incluindo aspectos como idade, renda, localização, motivações, número de filhos e principais setores de atuação.

O estudo sobre o perfil da mulher empreendedora brasileira, feito pelo Sebrae (2020) indica que, até o terceiro trimestre de 2020, havia aproximadamente 8,6 milhões de mulheres à frente de empreendimentos no Brasil, representando cerca de 34% do total de donos de negócios no país. A participação feminina varia entre os estados, sendo 25% em Rondônia e alcançando 39% em Sergipe. A pandemia de COVID-19 impactou negativamente essa participação, com uma redução de 1,3 milhão de empreendedoras no período analisado. As mulheres empreendedoras estão presentes em todas as regiões do país, com destaque para o Sudeste. Os principais setores de atuação incluem comércio e serviços.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae (2023) revelou que 68% das mulheres afirmam que a maternidade influencia fortemente a decisão de empreender, enquanto 76% sentem sobrecarga ao tentar equilibrar os cuidados com a família e a empresa. Esses dados indicam que muitas mulheres buscam no empreendedorismo uma forma de conciliar responsabilidades familiares e profissionais. O programa Sebrae Delas foi criado para

apoiar e fomentar o empreendedorismo feminino, visando aumentar a probabilidade de sucesso de negócios liderados por mulheres.

Outro estudo feito por Jonathan (2010), sobre mulheres empreendedoras, o desafio do empreendedorismo e o exercício do poder investiga as motivações que levam as mulheres a optar pelo empreendedorismo, as consequências dessa escolha e as dificuldades enfrentadas. As participantes, em sua maioria, possuem alta escolaridade, estão em idade madura, são casadas e têm filhos. Elas demonstram um profundo comprometimento com seus empreendimentos, dedicando muitas horas diárias às suas atividades. As áreas de atuação predominantes incluem desenvolvimento econômico, geração de renda, participação cidadã e direitos humanos.

Candello et al. (2024) com sua pesquisa sobre os valores sensíveis de mulheres empreendedoras no Brasil, mostrou um estudo qualitativo, no qual entrevistou 20 mulheres empreendedoras de uma comunidade de baixa renda no Brasil. As participantes enfrentam desafios como baixa pontuação de crédito, dívidas pendentes e falta de garantias financeiras, dificultando o acesso a microcréditos. O estudo propõe recomendações para o design de sistemas de Inteligência Artificial (IA) que avaliem a saúde de microempresas em comunidades de baixa renda, visando apoiar essas empreendedoras.

Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa, segundo Silva, Lasso e Mainardes (2016) analisa a produção científica sobre o empreendedorismo feminino, avaliando pesquisas publicadas em periódicos brasileiros e internacionais desde a década de 1970. A maioria dos estudos se concentra em descrever pequenos segmentos da população de mulheres empreendedoras, sem avançar na aplicação e desenvolvimento de teorias. Os trabalhos são predominantemente quantitativos e buscam traçar um "perfil" da mulher empreendedora.

2.2. DESAFIOS E SOLUÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO CONTEMPORÂNEO

Os desafios enfrentados pelas mulheres são vários, iniciando pela falta de espaço no mercado, com predominância aos homens, como no setor da tecnologia da informação, com poucas empresas lideradas por mulheres, com predominância dos homens (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014).

Segundo Porto (2002), outros setores que apresentaram resistência na inclusão do público feminino são o setor de farmácia, advocacia e medicina. De acordo com Machado (2012) o ato de empreender é bem visto, entretanto, ainda considerado como uma atividade que deve ser exercida por homens, sobretudo se o setor escolhido não estiver associado às atividades que podem ser exercidas por mulheres.

Ainda de acordo com as dificuldades enfrentadas, as mulheres possuem um grande conflito entre conciliar vida pessoal (atividades domésticas, família) com o novo empreendimento. O que impossibilita que as empreendedoras dediquem mais tempo ao trabalho sem deixar de cumprir as outras obrigações também essenciais (SEBRAE, 2023).

Dados apontam que 63% das mulheres começam a empreender com recursos provenientes de heranças, acertos de contas ou reservas. Obtendo auxílio financeiro de familiares (pai e cônjuge), ou seja, a maioria das mulheres não contaram com investidores ou com a captação de recursos externos para iniciar seu empreendimento (Tonelli; Andreassi, 2018). O que só evidencia que existe um estereótipo em relação ao gênero feminino que impede a concepção de créditos e condições favoráveis para financiar seu negócio. As mulheres evitam empreender por falta de financiamento e dificuldade em obter capital (Al-Qahtani et al., 2022).

A gestão financeira também é citada como um fator que impacta bastante a vida das empreendedoras, atrelada a dificuldade de conciliar trabalho e família, e aos poucos recursos financeiros devidos às complexibilidades de acesso a empréstimos em bancos (SEBRAE, 2023).

Uma das formas de impulsionar o progresso das mulheres é por meio do acesso facilitado ao crédito. Não se trata de favorecer um sexo em detrimento do outro, mas sim de reconhecer que quando uma mulher tem sucesso em seu negócio, isso traz benefícios

não apenas para ela, mas também para sua comunidade e família. Parte dos recursos obtidos pode ser direcionada para a educação dos filhos e para a criação de novos postos de trabalho (Tonelli; Andreassi, 2018).

Os obstáculos mais comuns ao longo desse processo incluíram questões pessoais e familiares, problemas financeiros, dificuldades de gestão, falta de credibilidade e obstáculos de mercado (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014).

A participação feminina na economia brasileira é resultado da coragem em reconhecer suas habilidades e enfrentar os desafios profissionais para conquistar respeito e sucesso em suas carreiras, mesmo diante de obstáculos ao longo do caminho. Ao ponderar sobre o avanço e a independência profissional, resultantes do aumento do nível educacional e das oportunidades de novas carreiras, surge a oportunidade de explorar de maneira mais aprofundada o papel da mulher e do homem na família e na sociedade.

Além disso, é crucial considerar a importância de dividir de forma mais equitativa as responsabilidades domésticas, educacionais e de criação dos filhos (Rabello, 2013). Visto que a delegação de tarefas evitaria a sobrecarga das mulheres, facilitando a conciliação da vida pessoal e profissional.

Uma das chaves para o sucesso das empreendedoras é o aprimoramento constante de suas habilidades. É fundamental que elas participem de programas de treinamento que estimulem seu crescimento, promovam a inovação, desenvolvam suas habilidades de gestão e as auxiliem na identificação de oportunidades de negócios. Dessa forma, elas estarão preparadas para enfrentar os desafios do mercado de forma profissional e alcançar resultados surpreendentes (Tonelli; Andreassi, 2018).

As mulheres empreendedoras podem se beneficiar de cursos psicossociais que promovam a autoeficácia, inteligência emocional e superação de barreiras percebidas. Esses cursos devem ensinar habilidades relevantes para o empreendedorismo feminino. É importante analisar a necessidade dos participantes por mais informações sobre programas de apoio empresarial existentes. Programas de qualificação geral podem ser adaptados a diferentes ambientes econômicos (Peris-Delcampo et al., 2023)

Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

Ademais, as instituições financeiras devem garantir um acesso mais amplo ao crédito e serviços para mulheres empreendedoras, visando promover a igualdade de oportunidades e impulsionar o sucesso dos negócios femininos (Agrawal et al., 2023).

O empreendedorismo feminino tem se destacado nos últimos anos, mas as mulheres ainda enfrentam diversas barreiras ao iniciar e gerenciar seus próprios negócios. Conforme apresentado por Candello, Soella, Nascimento (2024), que realizaram estudo sobre a área que investiga os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras de baixa renda no Brasil ao solicitarem microcrédito. As dificuldades incluem baixa pontuação de crédito, informalidade no emprego, dívidas pendentes e falta de garantias financeiras.

Além disso, há uma carência de informações sobre como proceder na solicitação de empréstimos, tornando o processo complexo e evidenciando relações de poder assimétricas que nem sempre beneficiam as microempreendedoras. O estudo sugere que sistemas de Inteligência Artificial (IA) conversacionais podem auxiliar na superação dessas barreiras, fornecendo informações e suporte personalizados.

O autor Xião (2024) analisa o impacto da liderança feminina nas restrições financeiras de empresas listadas na China. Os resultados indicam que empresas com Chief Executive Officer (CEO) mulheres ou uma maior proporção de mulheres na alta administração enfrentam menos restrições financeiras. No entanto, a presença feminina no conselho de administração não apresentou um efeito claro. O estudo destaca a importância de promover a liderança feminina para melhorar a resiliência financeira corporativa. Isso é impactado pela desigualdade de gênero, conforme estudo feito na Europa.

Os autores Färber, Klein (2021) descobriram que equipes fundadoras com maior proporção de mulheres recebem menos financiamento em comparação às compostas exclusivamente por homens. Além disso, características dos fundadores influenciam o montante de investimento recebido, com mulheres enfrentando desvantagens significativas. No entanto, fundadoras com experiência empreendedora prévia tendem a mitigar esse viés, obtendo mais recursos.

Os estudos analisados pelo IBGE e Sebrae, identificaram barreiras comuns enfrentadas por mulheres empreendedoras, como acesso limitado a financiamento, preconceito de gênero e desafios na conciliação entre vida profissional e pessoal. A falta de informações e suporte adequado também é uma dificuldade recorrente. No entanto, alguns estudos destacam que a experiência empreendedora prévia e a liderança feminina podem mitigar essas barreiras, sugerindo que políticas públicas e programas de apoio específicos são essenciais para promover o empreendedorismo feminino.

As principais dificuldades pelas empreendedoras estão apresentadas no Quadro 1.

Principais Dificuldades do Empreendedorismo Feminino

Dificuldade	Descrição
Conciliar responsabilidades profissionais e domésticas	As mulheres frequentemente enfrentam o desafio de equilibrar o trabalho e as responsabilidades familiares, o que pode limitar o tempo e a energia dedicados ao seu negócio (Sebrae, 2023).
Acesso limitado a financiamento	Muitas mulheres enfrentam dificuldades em obter crédito para seus empreendimentos, devido a barreiras relacionadas ao gênero e a exigências financeiras mais rigorosas para elas (Banco do Brasil, 2021).
Desigualdade de gênero e preconceito	A discriminação de gênero e o preconceito no mercado de trabalho ainda são desafios significativos, afetando o reconhecimento e as oportunidades das mulheres no empreendedorismo (IPEA, 2020).
Falta de confiança e subvalorização do trabalho	Muitas mulheres subestimam suas próprias habilidades e o valor de seus negócios, o que pode resultar em baixa autoconfiança e dificuldades em posicionar seus empreendimentos (Revista Exame, 2022).
Rede de contatos limitada (networking)	A falta de uma rede de contatos sólida, muitas vezes devido à falta de inserção em espaços dominados por homens, pode prejudicar o crescimento e as oportunidades de negócios das mulheres empreendedoras (Sebrae, 2023).

Fonte: Autores (2025)

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste estudo foi identificar os principais desafios do empreendedorismo feminino no interior de Minas Gerais. Para isso, foi realizado um estudo quantitativo e descritivo. Segundo Creswell (2018), a pesquisa quantitativa ajuda a quantificar fenômenos, a fim de

Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

identificar padrões e relações entre variáveis de maneira objetiva e precisa. A pesquisa descritiva tem a finalidade apresentar as características de determinada população (Gil, 2008). Também foi realizada uma pesquisa bibliográfica, buscando recursos dos estudos em diversas fontes, como artigos, livros, revistas e teses.

A pesquisa foi realizada com as mulheres empreendedoras cadastradas no programa “Donas de mim” ofertado pela empresa *Sigma Lithium* em parceria com o Grupo Mulheres do Brasil. O programa “Donas de mim” foi lançado em junho de 2022 com o objetivo de oferecer microcrédito e capacitação na área de gestão financeira para o desenvolvimento dos negócios das mulheres empreendedoras residentes em Araçuaí, região do Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais (Brasil Mineral, 2022). Segundo a Revista Mineração e Sustentabilidade (2023), o programa “Donas de mim” tem 1500 mulheres cadastradas.

Considerando esta população de mulheres cadastradas no programa, foi selecionada uma amostra do tipo não probabilística por conveniência de 30 participantes, tendo como critério a acessibilidade. A amostragem não probabilística adotada neste estudo não possibilita a generalização dos resultados, mas fornece um recorte do perfil e dos principais desafios enfrentados pelas empreendedoras na região do Vale do Jequitinhonha, que podem ser comparados com outros estudos.

Para realizar a *survey*, foi utilizado um questionário adaptado de Limeira (2017). O questionário de Limeira (2017) foi elaborado por Dornelas (2008) e Bernardi (2012). Este questionário foi adaptado para atender aos objetivos propostos neste estudo. Por isso, algumas questões foram inseridas (por exemplo raça, renda mensal e estado civil), e outras questões foram excluídas (por exemplo, sexo e quantidade de funcionários). A validação foi realizada pelos autores que fizeram uma avaliação minuciosa sobre o atendimento das questões para o contexto selecionado.

O critério de inclusão para participar da pesquisa foi a seleção de mulheres que estivessem atuando como empreendedoras do seu próprio negócio por pelo menos um ano, dentro da cidade de Araçuaí-MG e atendidas pelo program “Donas de mim”. O questionário foi aplicado de forma *online* no período de 01/12/2023 à 04/01/2024, com auxílio do *Google forms*.

Por fim, a análise dos dados foi realizada por meio do *software Microsoft Excel*, visando garantir a precisão e organização necessárias. A estatística descritiva auxiliou no

resumo dos dados, com análises de tabelas e gráficos detalhados das respostas do questionário, para que os resultados e conclusões fossem relevantes para o tema do empreendedorismo feminino. Os resultados e discussão estão apresentados na próxima seção.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. PERFIL DAS EMPREENDEDORAS

A seção de resultados e discussão foi dividida em três partes: perfil das empreendedoras, principais desafios identificados e propostas de soluções para os desafios apresentados. A primeira parte da pesquisa analisou o perfil empreendedor das mulheres respondentes da pesquisa. As variáveis analisadas foram: estado civil, faixa etária, raça/cor e nível de escolaridade. A Tabela 1 apresenta um resumo do perfil das empreendedoras.

Sobre o estado civil, a Tabela 1 mostra que a maioria das mulheres são solteiras, representando 56,7% da amostra. Além disso, os dados revelam que 40% das empreendedoras pertencem à faixa etária de 35 a 44 anos (40%), indicando que esse período da vida pode ser mais propício para o empreendedorismo, possivelmente devido à experiência profissional e maior estabilidade financeira.

Tabela 1
Resumo do perfil das empreendedoras.

Variável	Porcentagem (%)
Estado civil	
Solteira	56,7
Casada	33,3
Divorciada	10,0
Separada	0
Idade	
18 a 24 anos	16,67
25 a 34 anos	26,67
35 a 44 anos	40,0
45 a 54 anos	16,67
Raça	
Parda	56,7
Negra	23,3
Branca	10,0
Amarela	3,3
Indígena	3,3
Outro	3,3
Escolaridade	
Ensino médio incompleto	10,0
Ensino médio completo	23,3
Ensino superior incompleto	30,0
Ensino superior incompleto	16,7
Pós-graduação	20,0
Renda mensal	
0 a 1.999,99	43,0
2.000,00 a 4.999,99	33,0
5.000,00 a 7.999,99	10,0
8.000,00 a 14.999,99	3,0
15.000,00 a 19.999,99	0,0
20.000,00 a 24.999,99	3,0
Prefiro não responder	7,0
Setor	
Comércio	53
Serviços	30
Tecnologia	3
Beleza	3
Personalizados	3
Artesanatos	3
Indústria	3
Outros	2

Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. V.10, N°3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

Sobre o estado civil, a Tabela 1 mostra que a maioria das mulheres são solteiras, representando 56,7% da amostra. Além disso, os dados revelam que 40% das empreendedoras pertencem à faixa etária de 35 a 44 anos (40%), indicando que esse período da vida pode ser mais propício para o empreendedorismo, possivelmente devido à experiência profissional e maior estabilidade financeira.

Em relação à raça, os dados da Tabela 1 mostram uma diversidade com a maior representação no grupo "parda" (56,7%), seguido por "negra" (23,3%). as categorias "branco" (10,0%), "amarelo" (3,3%), "indígena" (3,3%) e "outro" (3,3%) têm porcentagens menores. A predominância de pessoas identificadas como parda e negra reflete a diversidade racial do Brasil, enquanto as categorias menores indicam representações menos expressivas, mas ainda relevantes para a análise social e histórica do país.

Em relação à escolaridade, a Tabela 1 mostra que a maioria das empreendedoras possui ensino médio completo (30%), indicando que essa formação pode ser um ponto de partida relevante para a atuação no empreendedorismo. Além disso, 23,3% das participantes possuem ensino superior incompleto, sugerindo que muitas buscam capacitação acadêmica, mas podem ter interrompido os estudos para se dedicar aos negócios.

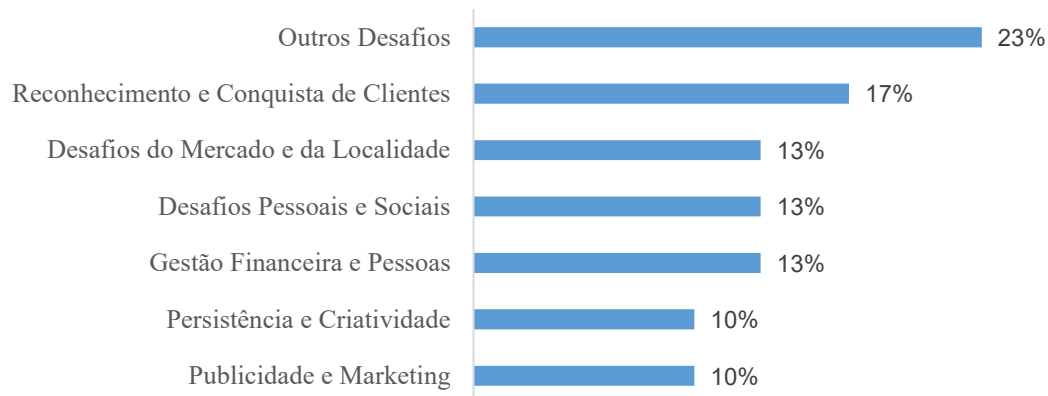
A análise da renda mensal revela uma concentração significativa de mulheres na faixa de renda mais baixa (R\$ 0,00 a R\$ 1.999,99), indicando possíveis desafios financeiros e a necessidade de estratégias para aumentar a rentabilidade dos negócios e empregos. A segunda faixa mais comum (R\$ 2.000,00 a R\$ 4.999,99) sugere um nível intermediário de renda, podendo abranger tanto empreendedoras em fase inicial quanto profissionais em transição. As faixas superiores (acima de \$ 5.000,00), embora menos representativas, demonstram que algumas mulheres alcançam rendimentos mais elevados. A opção de não divulgar a renda pode estar associada a questões de privacidade ou insegurança financeira.

Por fim, os dados da Tabela 1 mostram que a maioria das empreendedoras de Araçuaí atua no setor de comércio (53%) seguido pelo setor de serviços (30%). Essa predominância de serviços pode indicar uma maior flexibilidade e acessibilidade nesse setor, que muitas vezes requer menos investimento inicial e pode ser iniciado a partir de casa.

4.2. DESAFIOS E MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

A Figura 1 representa os principais desafios das empreendedoras para empreender.

Figura 1
Principais desafios dos respondentes (n = 30)



Fonte: Autores (2025)

As principais dificuldades identificadas incluem reconhecimento e conquista de clientes (17%), desafios de mercado e localização (13%), desafios pessoais e sociais (13%) e gestão financeira e de pessoas (13%). As empreendedoras também assinalaram outros desafios (23%).

Essa pluralidade de desafios destaca a importância de habilidades diversas como gestão financeira, criatividade, marketing e o enfrentamento de desafios sociais e pessoais para o sucesso nos negócios. A gestão financeira emerge como uma habilidade vital para assegurar o equilíbrio econômico do negócio, enquanto a persistência se torna essencial diante das adversidades inerentes ao empreendedorismo.

Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

A criatividade é uma ferramenta que pode ser usada na resolução de problemas e na inovação, enquanto estratégias eficazes de marketing se mostram fundamentais para a promoção e visibilidade do empreendimento. Além disso, a capacidade de enfrentar desafios sociais e pessoais é ressaltada, sugerindo que aspectos emocionais e interpessoais desempenham um papel significativo no sucesso do negócio. Essa análise destaca a necessidade de um conjunto diversificado de habilidades e competências para prosperar no ambiente empreendedor.

Estudos acadêmicos e artigos especializados têm abordado essas questões, oferecendo discussões sobre os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no Brasil. Por exemplo, a pesquisa de Buaride et al. (2022) identificou que as principais barreiras incluem questões familiares e psicológicas, dificuldades de gestão, acesso limitado a crédito e condições estruturais desfavoráveis ao empreendedorismo feminino. Esses fatores são influenciados por variáveis como formação acadêmica, setor de atuação e experiência de maternidade, destacando a complexidade dos desafios enfrentados pelas empreendedoras.

Além disso, estudos como o de Candello et al. (2024), exploram as dificuldades específicas de pequenas empresárias, especialmente no que se refere ao acesso a microcréditos, devido a fatores como baixa pontuação de crédito, dívidas pendentes e falta de garantias financeiras. A pesquisa enfatiza a importância de compreender os valores e necessidades dessas empreendedoras para o desenvolvimento de sistemas de apoio mais eficazes, como tecnologias de inteligência artificial que auxiliem na gestão financeira e na tomada de decisões.

Em relação às motivações para empreender, a Tabela 2 apresenta uma síntese dos resultados.

Tabela 2
Principais motivações para empreender (n = 30).

Motivações	Quantidade (%)
Busca por independência financeira	60
Identificação de uma oportunidade de negócio	20
Realização pessoal	10
Necessidade de flexibilidade de horários	10
Total	100

Fonte: Autores (2025)

Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

De acordo com a Tabela 2, a maioria das empreendedoras buscam pela independência financeira (60%). Esse dado sugere que o empreendedorismo pode ser visto como uma alternativa para estabilidade financeira ou até mesmo uma necessidade diante da falta de oportunidades no mercado formal de trabalho.

Além disso, 20% dos respondentes afirmam que a identificação de uma oportunidade de negócio foi o principal motivo para iniciar um empreendimento. Esse percentual demonstra que uma parcela significativa dos empreendedores se baseia em análise de mercado e identificação de demandas não atendidas para investir em novos negócios. Esse fator evidencia a importância de pesquisas de mercado e da visão estratégica para a criação de empreendimentos sustentáveis.

Outros dois fatores, a necessidade de flexibilidade de horários e a realização pessoal, aparecem empatados com 10% cada. Esses resultados indicam que, para alguns empreendedores, a possibilidade de gerenciar o próprio tempo e equilibrar vida pessoal e profissional é um fator relevante na decisão de empreender. A realização pessoal, por sua vez, mostra que há indivíduos que encaram o empreendedorismo como uma forma de satisfação e crescimento pessoal, buscando atuar em áreas de interesse e concretizar projetos próprios.

4.3. HABILIDADES E ESTRATÉGIAS PARA EMPREENDER

Sobre as habilidades essenciais para empreender, as empreendedoras responderam que a comunicação e capacidade de tomar decisões são as habilidades principais, conforme apresentado na Tabela 3.

Tabela 3
Habilidades essenciais dos respondentes (n = 30).

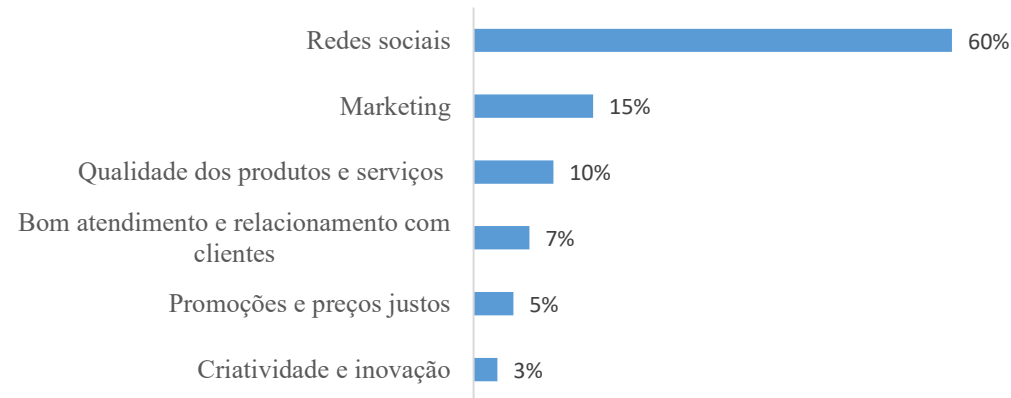
Habilidades	Quantidade (%)
Comunicação	70
Tomada de decisão	60
Liderança	50
Criatividade	50

Fonte: Autores (2025)

De acordo com a Tabela 3, a maioria das empreendedoras (90%) afirmou que busca diferenciar seu negócio por meio da inovação e qualidade, evidenciando a importância da diferenciação como estratégia competitiva. Outras ações incluem o investimento em marketing para se destacar (20%) e a realização de análises de mercado para identificar oportunidades (13,3%). Apenas 3,3% dos respondentes optam por competir por meio de preços mais baixos. Os dados indicam que a diferenciação e o valor agregado são as principais abordagens adotadas, enquanto a concorrência por preço é menos utilizada, sugerindo um mercado focado mais na qualidade e inovação do que na guerra de preços.

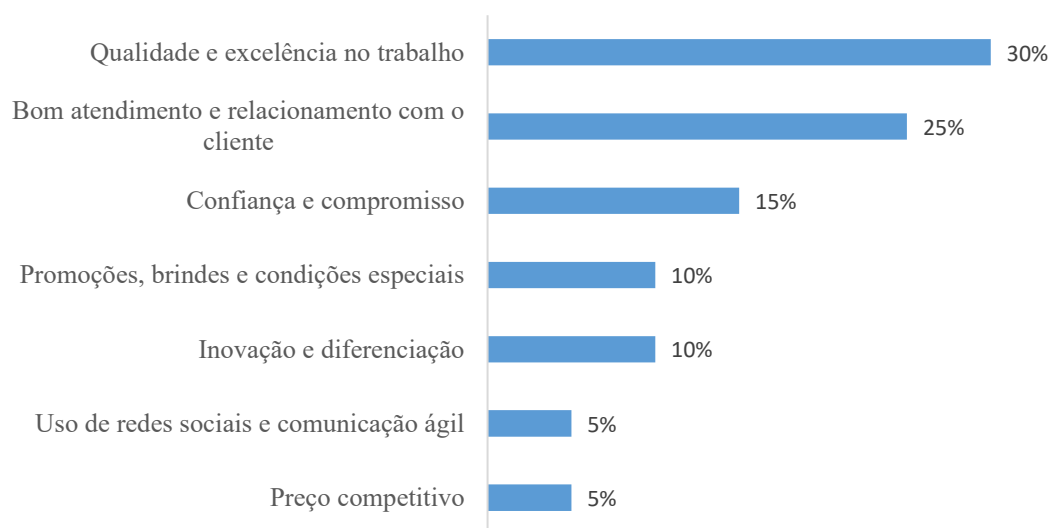
A Figura 2 apresenta as estratégias para aumentar a visibilidade da marca das empreendedoras, enquanto a Figura 3 apresenta as estratégias para melhorar a fidelização.

Figura 2
Estratégias para aumentar a visibilidade da marca dos respondentes (n = 30).



Fonte: Autores (2025)

Figura 3
Estratégias para fidelizar os clientes (n = 30).



Fonte: Autores (2025)

A Figura 2 mostra que as redes sociais são a principal estratégia de visibilidade para 60% das empreendedoras, evidenciando a importância do ambiente digital na promoção dos negócios. O investimento em marketing, adotado por 15%, reforça a busca por ações estruturadas para impulsionar as vendas. A qualidade dos produtos e serviços (10%) e o bom atendimento (7%) demonstram a preocupação com a fidelização dos clientes. Já promoções e preços justos (5%) são vistos como diferenciais competitivos, enquanto criatividade e inovação (3%) destacam a necessidade de se diferenciar no mercado. Assim, embora a presença digital seja essencial, fatores como qualidade, atendimento e inovação continuam sendo fundamentais para o sucesso dos negócios.

A Figura 3 mostra que a maioria dos participantes prioriza qualidade e excelência no trabalho (30%), evidenciando a importância de oferecer produtos e serviços de alto padrão para se destacar no mercado. O bom atendimento e o relacionamento com o cliente (25%) aparecem como o segundo fator mais relevante, indicando que a proximidade e a satisfação do cliente são essenciais para a fidelização. A confiança e o compromisso (15%) também são destacados, reforçando que credibilidade e transparência são diferenciais importantes. Além disso, estratégias como promoções, brindes e condições especiais (10%) e inovação e diferenciação (10%) mostram que atrair clientes por meio de benefícios e novidades é uma tática valorizada.

Por outro lado, uso de redes sociais e comunicação ágil (5%) e preço competitivo (5%) tiveram menor relevância, sugerindo que o público pesquisado não vê a competição por preço ou a presença digital como fatores decisivos. Em resumo, a pesquisa indica que a diferenciação no mercado está mais associada à qualidade, atendimento e confiança do que à guerra de preços ou estratégias puramente promocionais.

Segundo Costa (2018), a qualidade e a excelência são cruciais para a fidelização de clientes. Empresas que mantêm altos padrões de qualidade em seus produtos e serviços, e que investem no treinamento de suas equipes, conseguem criar uma imagem positiva e ganham a confiança de seus consumidores. O atendimento personalizado e o relacionamento contínuo com os clientes são fundamentais para criar uma base fiel de consumidores. Empresas que investem em canais de comunicação eficientes e que se preocupam em entender as necessidades dos seus clientes têm melhores chances de retenção (Grönroos; Voima, 2013).

4.4. PROPOSTAS DE SOLUÇÕES PARA OS DESAFIOS

As estratégias propostas para mitigar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras têm sido amplamente debatidas em diversos estudos, evidenciando sua relevância na promoção do empreendedorismo feminino. Segundo Santos e Silva (2020), iniciativas que incentivam a criação de redes de suporte entre empreendedoras contribuem significativamente para a troca de experiências, auxiliando na superação de barreiras estruturais e sociais. Além disso, Almeida, Pereira e Costa (2019) apontam que programas de capacitação em gestão financeira e negócios aumentam as chances de sucesso e sustentabilidade dos empreendimentos liderados por mulheres.

No entanto, apesar da eficácia dessas medidas, é importante reconhecer que elas não solucionam todos os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras. Alguns obstáculos, como a carga tributária elevada e a burocracia, exigem mudanças estruturais mais amplas, que dependem diretamente da formulação e implementação de políticas governamentais. Além disso, a conciliação entre vida profissional e pessoal, um dos principais entraves relatados, não pode ser resolvida apenas com capacitações e redes de

apoio, mas sim com políticas de flexibilização do trabalho e divisão equitativa das responsabilidades familiares (Oliveira et al., 2020).

Dessa forma, embora as estratégias apresentadas sejam fundamentais para minimizar dificuldades como a falta de capacitação e o isolamento profissional, elas precisam ser complementadas por ações estruturais mais amplas. O sucesso do empreendedorismo feminino depende do conjunto de iniciativas interligadas, que envolvem desde o suporte direto às empreendedoras até mudanças na legislação e na cultura empresarial. Portanto, para que essas medidas tenham impacto duradouro, é essencial que sejam aplicadas de forma integrada, considerando a complexidade dos desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho. O Quadro 2 apresenta as estratégias propostas para superar os desafios.

Quadro 2

Desafios e estratégias para solucionar as dificuldades pelas empreendedoras.

Desafios	Estratégia proposta
Ausência de reconhecimento e conquista de clientes	- Implementar estratégias de marketing eficazes para destacar o negócio. - Investir em <i>branding</i>, presença digital e campanhas direcionadas para o público-alvo.
Publicidade e Marketing (falta de recursos para campanhas digitais)	- Buscar soluções de marketing de baixo custo como marketing de conteúdo e uso de redes sociais. - Estabelecer parcerias e colaborações para promoções conjuntas.
Persistência e criatividade para superar barreiras financeiras e sociais	- Estimular soluções criativas que atendam às necessidades do mercado local. - Buscar fontes alternativas de financiamento, como microcréditos ou financiamento coletivo.
Gestão financeira e de pessoas (habilidades específicas)	- Participar de programas de capacitação em gestão financeira e liderança. - Utilizar consultorias ou mentorias especializadas em gestão de pequenas empresas.
Conciliar vida profissional e pessoal (questões estruturais como burocracia e carga tributária elevada)	- Buscar apoio de políticas públicas para equilibrar a carga tributária e a burocracia. - Otimizar a gestão do tempo com ferramentas de produtividade e delegação.
Falta de capacitação, redes de apoio e acesso a crédito	- Fortalecer redes de apoio através de grupos de mulheres empreendedoras e associações.

	- Ampliar o acesso a programas de capacitação e a financiamentos voltados para mulheres.
Mudanças estruturais necessárias para suporte ao empreendedorismo feminino	- Implementar políticas públicas focadas em incentivo ao empreendedorismo feminino. - Realizar mudanças na legislação e cultura empresarial para fomentar a igualdade.

Fonte: Autores (2025)

O estudo revelou um perfil diversificado das mulheres empreendedoras em Araçuaí-MG, que enfrentam desafios em seus negócios. A busca por independência financeira e a realização de objetivos pessoais e profissionais são fatores motivadores recorrentes. Diante desse cenário, o fortalecimento de redes de suporte, a capacitação contínua e o desenvolvimento de políticas públicas específicas são essenciais para fomentar o empreendedorismo feminino na região, garantindo que essas mulheres tenham acesso aos instrumentos e ao suporte necessário para superar desafios e prosperarem em suas atividades empresariais.

Os resultados obtidos contribuem para uma compreensão mais ampla do panorama do empreendedorismo feminino e podem fundamentar futuras iniciativas voltadas ao apoio e fortalecimento das mulheres empreendedoras em Araçuaí-MG. Uma das estratégias promissoras para fortalecer o empreendedorismo feminino em Araçuaí-MG é a parceria com instituições de ensino, que podem oferecer cursos, treinamentos e mentorias voltadas à profissionalização das empreendedoras. Essas capacitações podem abranger desde gestão financeira e marketing digital até inovação e planejamento estratégico, proporcionando conhecimento técnico e prático para aprimorar a administração dos negócios. Além disso, tais parcerias possibilitam a criação de programas de estágio e consultorias especializadas, conectando as empreendedoras a estudantes e profissionais qualificados, o que pode gerar novas oportunidades de crescimento e fortalecimento do mercado local.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da pesquisa foi analisar os desafios e as motivações das mulheres que empreendem na cidade de Araçuaí-MG. Para isso, foi aplicado um questionário online

para 30 empreendedoras da cidade. Os resultados mostraram que, apesar da diversidade de perfis entre as empreendedoras, há desafios comuns, como a dificuldade de acesso a crédito, a necessidade de conciliar múltiplas responsabilidades e a presença de barreiras estruturais que limitam o crescimento dos negócios.

No entanto, também se observou um forte potencial de inovação e resiliência, com muitas mulheres adotando estratégias criativas para superar as adversidades, como o uso das redes sociais para divulgação, a busca por capacitação contínua e a formação de parcerias estratégicas. Esses resultados reforçam a importância de políticas e iniciativas voltadas para a redução das desigualdades de gênero no empreendedorismo e o fortalecimento do apoio às mulheres que desejam empreender.

Os principais desafios observados incluem a captação de clientes, a falta de ferramentas adequadas, a concorrência acirrada e limitações de capital. Além disso, observa-se que muitas dessas mulheres enfrentam preconceitos e barreiras sociais que dificultam sua trajetória empreendedora. Para superar tais dificuldades, a gestão financeira, a criatividade e o marketing são apontados como habilidades essenciais, demonstrando a necessidade de capacitação contínua.

Outro aspecto observado no perfil das empreendedoras foi a busca pela independência financeira e realização pessoal ao iniciar um negócio. A estratégia predominante para enfrentar a concorrência foi a inovação e a qualidade, enquanto as redes sociais se destacam como principal ferramenta de divulgação. O bom atendimento e a confiança também são apontados como fundamentais para a fidelização de clientes.

Diante desse cenário, faz-se necessário o desenvolvimento de iniciativas que incentivem o empreendedorismo feminino, como programas de capacitação, ampliação do acesso a crédito e criação de redes de apoio. Políticas públicas que fortaleçam a presença feminina no mercado também são essenciais para proporcionar um ambiente mais favorável ao crescimento e à sustentação dos empreendimentos liderados por mulheres.

As limitações da pesquisa incluem a abrangência geográfica restrita, que pode não refletir a realidade de todas as regiões, de forma generalizada. A pesquisa também não explora em profundidade o impacto de políticas públicas já existentes, o que poderia

fornecer um panorama mais detalhado sobre a efetividade das medidas de apoio ao empreendedorismo feminino.

Para pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação da amostra, incluindo diferentes contextos regionais e socioeconômicos, bem como uma abordagem longitudinal para acompanhar a evolução dos negócios liderados por mulheres ao longo do tempo. Estudos comparativos entre empreendedoras que recebem apoio e aquelas que não têm acesso a incentivos também podem fornecer resultados interessantes sobre a eficácia das políticas e programas disponíveis. Além disso, investigações que considerem a influência da tecnologia e das novas tendências de mercado podem contribuir para estratégias mais inovadoras e alinhadas às demandas do cenário empreendedor atual.

Por fim, este estudo conclui que o empreendedorismo feminino em Araçuaí-MG enfrenta desafios, como dificuldades financeiras, barreiras de mercado e conciliação entre vida pessoal e profissional. No entanto, as empreendedoras demonstram resiliência e inovação ao buscar capacitação, utilizar ferramentas digitais e formar parcerias estratégicas. Os resultados evidenciam a necessidade de políticas públicas e iniciativas que ampliem o acesso a crédito, promovam capacitação e fortaleçam redes de apoio.

REFERÊNCIAS

- Agrawal, R., Baghel, A. S., Patidar, H., & Akhiani, P. (2023). Psychological impact of COVID-19 pandemic on medical students of Madhya Pradesh, India. *SVU-International Journal of Medical Sciences*, 6(1), 79-88.
- Almeida, J. C., Pereira, L. M., Costa, S. F. (2019). Programas de capacitação em gestão financeira e negócios: impactos no sucesso de empreendimentos femininos.
- Al-Qahtani, M., Zguir, M. F., Ari, I., & Koç, M. (2022). Female entrepreneurship for sustainable economy and development—challenges, drivers, and suggested policies for resource-rich countries. *Sustainability*, 14(20), 13412.
- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, 16(40), 221-234.
- Amorim, R. O., & Batista, L. E. (2012). Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da FINAN*, 3(3), 1-14.
- Banco do Brasil. (2021). Empreendedorismo feminino: barreiras e oportunidades. Disponível em: <https://www.bb.com.br>. Acesso em: 31 jan. 2025.
- Bernardi, L. A. (2003). *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. Atlas.
- Brasil, D. R. (2022). Direito das startups, inovação e empreendedorismo: a transformação digital no contexto de uma economia global. *Revista Internacional Consinter de Direito*, 117-134.
- Brasil Mineral. Sigma Lithium lança programa Dona de Mim. (2022). Disponível em: <https://www.brasilmineral.com.br/noticias/sigma-lithium-lanca-programa-dona-de-mim>>. Acesso em 05 de janeiro de 2026.
- Buaride, A., Gomes, J., de Medeiros Vale, M. P., & Nassif, V. M. J. (2022). Barreiras ao empreendedorismo por mulheres. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 7(01), 1-22. Acesso em: 10 out. 2025.
- Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

- Candello, H., Soella, G., & Nascimento, L. (2024, June). Designing multi-model conversational AI financial systems: understanding sensitive values of women entrepreneurs in Brazil. In *Proceedings of the 2024 ACM International Conference on Interactive Media Experiences Workshops* (pp. 11-18). Acesso em: 30 jun. 2025.
- Civera, A., Meoli, M. (2022). Department of Management, Information and Production Engineering, University of Bergamo. Via Pasubio, 2022.
- Costa, A. (2018). A importância da qualidade no atendimento ao cliente para fidelização e diferenciação no mercado. *Revista de Administração de Empresas*, 58(4), 350-367.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dolabela, F. (2010). Riscos bem calculados: o que é e o que faz o empreendedor. *São Paulo: Saraiva*.
- Dornelas, J. C. A. (2014). Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC.
- Dornelas, J. C. A. (2008). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Elsevier: Rio Janeiro.
- Egreja, C., & Melo, S. (2023). Conciliação trabalho-vida pessoal e familiar em profissões sob elevada pressão: o caso dos enfermeiros, polícias e jornalistas. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (102), 123-141.
- Jonathan, E. G. (2011). Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, 23, 65-85.
- Färber, M., & Klein, A. (2021). Are investors biased against women? analyzing how gender affects startup funding in Europe. *arXiv preprint arXiv:2112.00859*. Acesso em: 31 jan. 2025.
- Fontes, A., Monteiro, D. (2023). Empreendedoras transformam a sociedade. *Gv-Executivo*, 22 (1). Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2112.00859>. Acesso em: 31 jan. 2025.
- Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. (2021). Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil (2021); e Empreendedorismo feminino no Brasil.
- Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. *Journal of the academy of marketing science*, 41(2), 133-150. Doi.org/10.1007/s11747-012-0308-3. 2013.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE.
- IBPQ. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. (2023). Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Brasil 2023. Curitiba: IBPQ. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org>. Acesso em: 26 fev. 2025.
- IPEA. Desigualdade de gênero no empreendedorismo no Brasil. 2020. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 31 jan. 2025.
- Limeira, E. S. Análise do perfil empreendedor: um estudo em microempresas de Pau dos Ferros-RN. (2017). 67 f. Monografia (Graduação em Ciência e Tecnologia), Centro Multidisciplinar de Pau dos Ferros, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Pau dos Ferros, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufersa.edu.br/items/79d5e27d-c794-4750-88a1-9495f7972d50/full>>. Acesso em: 05 de janeiro de 2026.
- Machado, F. B. (2012). Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro-RJ, Brasil*, 36.
- Maximiano, A. C. A. Teoria Geral da administração: Da revolução urbana à revolução digital. 8ª edição. Rio de Janeiro: Editora Atlas Ltda, 2021.
- Oliveira, A. R. De, Silva, J. F., Costa, M. L. (2020). *Metodologia científica aplicada à pesquisa*. 2. ed. Curitiba: CRV.
- Pinheiro, A. C. S., Kim Jesus, G. M., Ferreira, C. A., Pereira, L. D. A., & Scaliza, J. A. A.: Desafios do empreendedorismo feminino: um estudo no interior de Minas Gerais. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.10, Nº3, p. 171-199, Set/Dez 2025. Artigo recebido em 15/05/2025. Última versão recebida em 03/11/2025. Aprovado em 19/01/2026.

- Peris-Delcampo, D., Núñez, A., Costa, C. M., Moriconi, M., Cantón, E., & Garcia-Mas, A. (2023). Quantitative and qualitative analysis of psychosocial factors affecting women's entrepreneurship. *Behavioral Sciences*, 13(4), 313.
- Porto, M. F. S. Com licença, eu vou à luta: mulheres empresárias de Patos de Minas – 1980-90. (2002). 250 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia.
- Rabello, J. R. (2013). Evolução da participação feminina no mercado de trabalho. São Paulo: FEMA.
- Revista Exame. A subvalorização do empreendedorismo feminino. 2022. Disponível em: <https://exame.com>. Acesso em: 31 jan. 2025.
- Revista Mineração e Sustentabilidade. 2023. Sigma lança Instituto Lítio Verde com doação de R\$ 500 milhões para o desenvolvimento social. Disponível em: <https://revistamineracao.com.br/2023/07/11/sigma-lanca-instituto-litio-verde-com-doacao-de-r-500-milhoes-para-o-desenvolvimento-da-regiao/>. Acesso em: 05 de janeiro de 2026.
- Santos, M. A., & Silva, R. P. (2020). Rede de apoio e seu impacto no empreendedorismo feminino: um estudo com empreendedoras participantes do programa de extensão Era Rede Que Me Faltava. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/AT/article/view/28132>. Acesso em: 9 mar. 2025.
- Schumpeter, J. A. (1997). Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural.
- Sebrae. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2020). Empreendedoras no Brasil: perfil, desafios e oportunidades. Brasília: Sebrae.
- Sebrae. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2023). Pesquisa Empreendedorismo Feminino em Minas Gerais/Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais – Belo Horizonte: SEBRAE/MG.

- Silva, M. S., Lasso, S. V., & Mainardes, E. W. (2016). Características do empreendedorismo feminino no Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 13(2), 150-167.
- Souza, S. P. (2021). A literatura feminista de Nísia Floresta na formação em administração. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 20(4), 739-763.
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(1), 44-64.
- Tonelli, M. J., Andreassi, T. (2018). Um retrato sobre o empreendedorismo feminino no Brasil. In: *Empreendedorismo Feminino no Brasil: Realidades, desafios e caminhos para a equidade*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas.

Challenges of female entrepreneurship: a study in the interior of Minas Gerais

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the main difficulties faced by women entrepreneurs in the interior of the state of Minas Gerais. To this end, a survey with a quantitative and descriptive approach was conducted. The questionnaire was administered online to 30 female entrepreneurs working in the city of Araçuaí, in the interior of Minas Gerais. The results revealed a diverse profile of entrepreneurs of different ages, educational backgrounds, and areas of expertise, but facing common challenges. The main challenges encountered were: financial difficulties, high competition, difficulties in attracting customers, and lack of management tools. The results also indicated a search for financial independence and personal fulfillment, with an emphasis on women who are entrepreneurs in the service sector. The study contributes to reinforcing the need for initiatives such as training, easier access to credit, and support networks to strengthen female entrepreneurship and ensure a more equitable and inclusive environment.

Keywords: challenges; entrepreneurship; management.

Desafios del emprendimiento femenino: un estudio en el interior de Minas Gerais

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar los principales desafíos que enfrentan las mujeres para emprender sus propios negocios en el interior del estado de Minas Gerais. Para ello, se adoptó una encuesta con un enfoque cuantitativo y descriptivo. El cuestionario se administró en línea a 30 empresarias que trabajan en la ciudad de Araçuaí, en el interior de Minas Gerais. Los resultados revelaron un perfil diverso de empresarias de diferentes edades, orígenes y áreas de especialización, pero que enfrentan desafíos comunes. Los principales desafíos encontrados fueron las dificultades financieras, la alta competencia, las dificultades para atraer clientes y la falta de herramientas de gestión. Los resultados también indicaron la búsqueda de independencia financiera y realización personal, particularmente entre las empresarias del sector servicios. Este estudio refuerza la necesidad de iniciativas como la capacitación, un acceso más fácil al crédito y redes de apoyo para fortalecer el emprendimiento femenino y garantizar un entorno más equitativo e inclusivo.

Palabras clave: desafíos; emprendimiento; gestión.