

Campus São Miguel do Guaporé
Coordenação do Curso Tecnologia em Gestão Comercial

CRISTIANE ALVES DE FREITAS
VALDIRENE SILVERIO DE LIMA CARDOSO

EMPREENDEDORISMO: ESTUDO SOBRE O PERFIL DE MULHERES
EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ – RO

SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ- RO

2025

**CRISTIANE ALVES DE FREITAS
VALDIRENE SILVERIO DE LIMA CARDOSO**

**EMPREENDEDORISMO: ESTUDO SOBRE O PERFIL DE MULHERES
EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ – RO**

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), *Campus* São Miguel do Guaporé, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sob a orientação do professor Klayton Santana Porto.

SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ- RO

2025

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO.

Freitas, Cristiane Alves de.

Empreendedorismo: estudo sobre o perfil de mulheres empreendedoras no município São Miguel do Guaporé - RO / Cristiane Alves de Freitas, Valdirene Silvério de Lima Cardoso. - São Miguel do Guaporé, 2026.
17 f.

Orientador(a): Prof. Dr. Klayton Santana Porto.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão Comercial) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, São Miguel do Guaporé, 2026.

1. Empreendedorismo. 2. Gênero. 3. Desenvolvimento. I. Cardoso, Valdirene Silvério de Lima. II. Porto, Klayton Santana (orient.). III. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. IV. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Roseni Santos Rodrigues, CRB-11/916

EMPREENDEDORISMO: ESTUDO SOBRE O PERFIL DE MULHERES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ – RO

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), *Campus* São Miguel do Guaporé, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial sob a orientação do professor Klayton Santana Porto.

Aprovado em: 15/12/2025

Dispensado de apresentação de acordo com o Artigo 5º da Resolução nº 28/Reit - Consup/IFRO, de 03 de setembro de 2024.

Documento assinado digitalmente



KLAYTON SANTANA PORTO

Data: 04/03/2026 22:43:55-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador do Aluno

Documento assinado digitalmente



GISELE RENATA DE CASTRO

Data: 04/03/2026 15:28:13-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Coordenador do Curso



**EMPREENDEDORISMO: ESTUDO SOBRE O PERFIL DE MULHERES
EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ – RO**

**ENTREPRENEURSHIP: A STUDY ON THE PROFILE OF FEMALE
ENTREPRENEURS IN THE MUNICIPALITY OF SÃO MIGUEL DO GUAPORÉ – RO**

Cristiane Alves De Freitas
Valdirene Silvério De Lima Cardoso
Klayton Santana Porto

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar o perfil de mulheres empreendedoras na cidade de São Miguel do Guaporé – RO, identificando se suas iniciativas empresariais foram motivadas por oportunidade ou necessidade. A pesquisa é de natureza qualitativa, descritiva e configurada como estudo de caso, com dados coletados por meio de questionários aplicados a dez empreendedoras locais. Os resultados indicam que a maioria das participantes é composta por mulheres entre 35 e 48 anos, com ensino médio completo, casadas, com filhos e responsáveis pelo sustento familiar. As motivações predominantes para empreender foram a realização pessoal e a busca por autonomia financeira. No entanto, evidenciaram-se dificuldades como a conciliação entre trabalho e vida pessoal, instabilidade econômica e ausência de orientação profissional na abertura dos negócios. As características empreendedoras identificadas entre as participantes incluem comprometimento, iniciativa, persistência e capacidade de assumir riscos. Conclui-se que as empreendedoras locais apresentam um perfil alinhado à literatura sobre empreendedorismo feminino, reforçando a importância de políticas públicas e ações de apoio ao fortalecimento da atuação das mulheres no ambiente empresarial.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Gênero. Desenvolvimento.

Abstract

This article aims to analyze the profile of female entrepreneurs in the city of São Miguel do Guapore, Rondônia, identifying whether their entrepreneurial initiatives were motivated by opportunity or necessity. The research is qualitative, descriptive, and configured as a case study, with data collected through questionnaires administered to ten local female entrepreneurs. The results indicate that most participants are women between 35 and 48 years old, with a high school diploma, married, with children, and responsible for the family's livelihood. The predominant motivations for entrepreneurship were personal fulfillment and the search for financial independence. However, difficulties such as work-life balance, economic instability, and a lack of professional guidance when starting a business were evident. The entrepreneurial characteristics identified among the participants include commitment, initiative, persistence,

and risk-taking ability. It is concluded that local entrepreneurs present a profile aligned with the literature on female entrepreneurship, reinforcing the importance of public policies and actions to support the strengthening of women's performance in the business environment.

Keywords: Entrepreneurship. Gender. Development.

1 - INTRODUÇÃO

Este estudo aborda o tema do empreendedorismo, com ênfase na participação feminina nesse contexto, buscando promover uma reflexão crítica sobre as motivações, desafios e impactos da atuação das mulheres nesse campo. Em uma sociedade marcada por transformações econômicas e sociais, o empreendedorismo emerge não apenas como uma estratégia de geração de renda, mas também como instrumento de emancipação, inovação e desenvolvimento regional.

O empreendedorismo pode ser compreendido como o processo de idealização, desenvolvimento e concretização de novas ideias voltadas à criação de negócios, produtos ou serviços que atendam a demandas do mercado ou da comunidade. Segundo Dornelas (2012), trata-se de um comportamento proativo, voltado à identificação de oportunidades, ao gerenciamento de recursos e à criação de valor. Esse processo exige do indivíduo não apenas competências técnicas e gerenciais, mas também visão estratégica, criatividade, resiliência e capacidade de lidar com riscos e incertezas.

Autores como Schumpeter (1985) já apontavam o empreendedor como agente de transformação, responsável por romper com o estado de equilíbrio da economia e introduzir inovações que impulsionam ciclos de desenvolvimento. Nesse sentido, o empreendedorismo não se restringe a uma atividade econômica, mas se relaciona a uma postura inovadora e transformadora diante das possibilidades de atuação no mundo do trabalho.

No contexto do empreendedorismo feminino, observam-se especificidades que vão além da mera atuação no mercado. Trata-se de um fenômeno multifacetado, influenciado por fatores históricos, culturais, sociais e subjetivos. As mulheres empreendedoras, ao ingressarem nesse espaço, frequentemente enfrentam barreiras estruturais, como a desigualdade de gênero, a dificuldade de acesso ao crédito e à capacitação, além da sobrecarga de funções resultante da conciliação entre trabalho produtivo e reprodutivo (SEBRAE, 2019).

O crescimento do empreendedorismo entre mulheres pode ser entendido, por um lado, como estratégia de sobrevivência frente às limitações impostas pelo mercado formal de trabalho; por outro, como expressão de uma busca por autonomia, reconhecimento e realização pessoal. A literatura aponta, ainda, que o perfil da mulher empreendedora é marcado por um forte comprometimento com o negócio, uma gestão cuidadosa dos recursos e um estilo de

liderança colaborativo, ainda que muitas vezes enfrentem resistência cultural quanto à sua atuação em espaços tradicionalmente masculinizados (BRUSH; CARTER; GATEWOOD, 2006).

Assim, o presente estudo, centrado na realidade de São Miguel do Guaporé – RO, tem como objetivo geral analisar o perfil das mulheres empreendedoras na cidade de São Miguel do Guaporé – RO, com foco nas suas motivações, trajetórias formativas e profissionais, e nos desafios enfrentados no processo de inserção e consolidação no ambiente empreendedor. Os objetivos específicos são: identificar os principais fatores, pessoais e contextuais, que motivaram as mulheres a iniciar um empreendimento, bem como os segmentos de mercado escolhidos; caracterizar o percurso formativo e profissional das empreendedoras, destacando suas experiências anteriores, habilidades desenvolvidas e estratégias de qualificação; e investigar os principais obstáculos enfrentados pelas mulheres no exercício da atividade empreendedora, considerando aspectos sociais, econômicos, culturais e de gênero.

2 - EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE E POR NECESSIDADE

O conceito de empreendedorismo possui múltiplas vertentes e interpretações, conforme destacado por diversos autores ao longo do tempo. Dentre as definições mais recorrentes, encontram-se aquelas que compreendem o empreendedorismo como um processo de inovação e criação de novos negócios com vistas à conquista de novos mercados, e outras que o associam a habilidades comportamentais, como a criatividade, a proatividade e a disposição para assumir riscos (GOMES, 2005 apud VENÂNCIO, 2019, p. 34).

No contexto contemporâneo, marcado por rápidas transformações tecnológicas, econômicas e sociais, o empreendedorismo adquire centralidade nas discussões sobre empregabilidade, geração de renda e liderança de negócios. Do ponto de vista comportamental, empreender implica desenvolver competências cruciais para a adaptação às mudanças e à competitividade dos mercados. Estar aberto à inovação, buscar soluções criativas e identificar tendências torna-se, portanto, uma habilidade fundamental para a permanência e o sucesso no cenário atual.

De acordo com o SEBRAE (2021), o empreendedorismo refere-se à habilidade de solucionar problemas, gerar oportunidades, desenvolver soluções e investir na criação de ideias que sejam relevantes tanto para o público quanto para a sociedade. Essa definição aproxima-se de uma vertente específica do empreendedorismo: o empreendedorismo por oportunidade.

No presente estudo, considera-se empreendedorismo por oportunidade aquele em que o indivíduo identifica uma lacuna de mercado ou um setor com potencial de crescimento, realiza uma análise estratégica do contexto, elabora um plano de negócios e busca fontes de financiamento para viabilizar sua iniciativa. Trata-se de uma escolha consciente, motivada pela vontade de melhorar sua condição financeira, mudar de área profissional ou explorar uma tendência promissora — e não pela necessidade imediata de sobrevivência. Segundo Dornelas (2016 apud PESSOTI, 2022), esse tipo de empreendedor normalmente já possui certo grau de estabilidade e segurança financeira, o que lhe permite assumir riscos de forma mais planejada e estratégica.

Em contrapartida, o empreendedorismo por necessidade caracteriza-se como uma forma de subsistência. Neste caso, a pessoa recorre à atividade empreendedora por falta de opções no mercado de trabalho formal, impulsionada pelo desemprego, pela informalidade ou pela impossibilidade de conciliar horários e responsabilidades familiares com vínculos empregatícios tradicionais. Esse cenário é especialmente recorrente entre mulheres que, diante da divisão desigual do trabalho doméstico, da maternidade e da ausência de políticas públicas de apoio, veem no empreendedorismo a única alternativa para gerar renda (VENÂNCIO et al., 2019).

Dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2021) apontam que, no Brasil, aproximadamente 76,8% dos empreendimentos surgem por necessidade — realidade comum em países em desenvolvimento, onde as desigualdades estruturais afetam diretamente o acesso a empregos formais. Em especial, o crescimento do empreendedorismo feminino vem sendo impulsionado por múltiplos fatores sociais, econômicos e demográficos. Amorim e Batista (2014) destacam que a maior visibilidade das mulheres no empreendedorismo está diretamente ligada ao processo de feminização do mercado de trabalho, ou seja, à ampliação da presença feminina em diferentes setores da economia.

Conforme analisa Loiola (2016), o aumento da participação das mulheres no empreendedorismo decorre também de mudanças no perfil demográfico da população brasileira: menor número de filhos por mulher, crescimento de famílias unipessoais ou sem filhos, maior escolaridade, urbanização crescente e redefinição dos papéis de gênero contribuem para a inserção mais ativa da mulher na economia formal e informal.

Além desses fatores, observa-se uma transformação na composição das empresas brasileiras. Nos últimos anos, a proporção entre homens e mulheres à frente de novos negócios tem se equilibrado, especialmente no âmbito dos micros e pequenos empreendimentos. Segundo o SEBRAE (2023), a porcentagem de mulheres empreendedoras que assumem a

posição de chefes de domicílio aumentou de 38% para 45% entre 2021 e 2023, superando pela primeira vez o número de mulheres cuja renda principal deriva do cônjuge.

Hoje, as mulheres representam 48% dos microempreendedores individuais (MEI), atuando predominantemente nos setores de beleza, moda e alimentação — áreas tradicionalmente associadas ao trabalho feminino. Destaca-se ainda que 55,4% desses empreendimentos estão sediados no próprio domicílio, o que reforça a lógica da conciliação entre responsabilidades familiares e geração de renda (SEBRAE, 2023).

Assim, compreender as diferenças entre empreender por oportunidade e empreender por necessidade, especialmente no que tange à realidade feminina, é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas, programas de capacitação e estratégias de apoio que considerem a diversidade de motivações e contextos das mulheres empreendedoras no Brasil.

3- METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste estudo, foi realizada uma descritiva, de natureza qualitativa, desenvolvida por meio de um estudo de caso. De acordo com Gil (2002, p. 42), “[...] as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Trata-se de um estudo com abordagem qualitativa, adequada quando a compreensão dos fenômenos depende da subjetividade dos sujeitos envolvidos, não podendo ser traduzida em dados exclusivamente quantitativos. Como destacam Da Silva e Menezes (2005, p. 20), a abordagem qualitativa dispensa o uso de técnicas estatísticas e exige a participação ativa do pesquisador, responsável por interpretar os fenômenos e atribuir significados aos dados coletados.

Além disso, esta pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de caso, por investigar uma realidade específica, bem delimitada em termos de tempo e espaço. Segundo Ventura (2007, p. 385), o estudo de caso “é um meio de organizar os dados, preservando do objeto estudado o seu caráter unitário. Considera a unidade como um todo, incluindo o seu desenvolvimento (pessoal, família, conjunto de relações ou processos etc.)”. O autor complementa, afirmando que esse tipo de estudo “visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar, para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações”.

A pesquisa foi realizada na cidade de São Miguel do Guaporé – RO, situada no norte do país, e consistiu na aplicação de questionários a dez mulheres empreendedoras da região, selecionadas de forma intencional com base na diversidade dos segmentos comerciais em que

atuam. A definição desse número de participantes teve como objetivo permitir uma análise aprofundada das respostas, especialmente das questões abertas que compunham o instrumento de coleta de dados. A amostra, ainda que pequena, visa garantir riqueza qualitativa, respeitando os critérios de representatividade do fenômeno estudado.

A cidade de São Miguel do Guaporé, localizada no estado de Rondônia, possui uma população estimada em 21.635 habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022). O município tem se destacado como um polo de desenvolvimento regional, contando com a presença do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), o que contribui para o dinamismo local em termos de qualificação profissional e inovação.

A escolha da cidade se justifica, também, pelo fato de ser o local de residência, estudo e trabalho das pesquisadoras, o que facilitou o acesso às participantes e o envolvimento com a realidade investigada. Considerando o crescimento econômico da região e o surgimento de novos empreendimentos, sobretudo de base familiar e feminina, o ambiente se mostra propício ao empreendedorismo. Assim, este estudo pretende contribuir para a valorização e o fortalecimento do empreendedorismo feminino local, oferecendo subsídios para políticas públicas e ações de incentivo à autonomia econômica das mulheres.

A coleta de dados primários foi realizada entre os meses de julho e agosto de 2024, por meio da aplicação de um questionário impresso e autoaplicável entregue diretamente às participantes. Conforme classificação de Mattar (2008), trata-se de um questionário autopreenchido, no qual o respondente lê e responde ao instrumento por conta própria, sem a mediação direta do pesquisador, o que contribui para maior liberdade nas respostas e menor interferência externa.

O instrumento de coleta de dados foi elaborado pelas próprias pesquisadoras e estruturado em sete categorias analíticas, conforme detalhado a seguir: Categoria 1 – Perfil da empreendedora; Categoria 2 – O empreendimento; Categoria 3 – Fatores que motivaram a abertura do negócio; Categoria 4 – Planejamento do negócio; Categoria 5 – Características empreendedoras; Categoria 6 – Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora; Categoria 7 – Afirmações.

As respostas foram organizadas, analisadas e interpretadas a partir da técnica de análise de conteúdo temática, buscando identificar padrões, categorias emergentes e relações significativas entre as dimensões investigadas.

4 - RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base nos dados obtidos por meio da aplicação de um questionário estruturado junto a dez mulheres empreendedoras da cidade de São Miguel do Guaporé – RO, foi possível delinear um perfil representativo dessas empreendedoras, identificando suas características socioeconômicas, motivações, desafios enfrentados e estratégias de conciliação entre as múltiplas funções desempenhadas, especialmente no tocante à articulação entre trabalho, família e vida pessoal.

As variáveis analisadas contemplaram: perfil pessoal e profissional das empreendedoras, ramo de atuação do negócio, tempo de funcionamento da empresa, fatores motivacionais, planejamento prévio, características empreendedoras e dificuldades enfrentadas.

Quanto ao nível de escolaridade, 85,5% das participantes possuem o ensino médio completo, enquanto uma parcela bastante reduzida detém ensino superior. Esse dado sugere uma priorização prática das atividades comerciais em detrimento da formação acadêmica formal, indicando que o empreendedorismo tem sido uma alternativa concreta para a conquista de autonomia financeira no município.

A faixa etária predominante situa-se entre 35 e 48 anos, o que revela um perfil maduro, com experiência acumulada em diferentes esferas da vida. No que diz respeito ao estado civil, 95% das entrevistadas são casadas, e 100% possuem filhos, sendo que 95% afirmaram ser as principais responsáveis pelo sustento da família — um dado relevante que evidencia o papel central que essas mulheres exercem tanto no âmbito familiar quanto na manutenção econômica do lar.

Com relação ao ramo de atuação e tempo de existência dos empreendimentos, verificamos que os empreendimentos analisados distribuem-se em diferentes ramos de atividade, sendo os mais representativos os setores de beleza (cabeleireiras), vestuário, fabricação de móveis, acessórios, papelaria e presentes. Quanto ao tempo de existência dos negócios, 45% das empresas estão no mercado há mais de 10 anos, 35% entre 3 a 6 anos, e 20% iniciaram suas atividades há menos de 1 ano, o que sugere relativa estabilidade de parte significativa dos empreendimentos.

A maioria das empreendedoras atua como Microempreendedora Individual (MEI), enquanto uma menor parcela optou pelo regime de sociedade limitada (LTDA). Essa formalização jurídica, ainda que básica, denota uma preocupação crescente com a proteção do patrimônio pessoal e com a estruturação legal dos negócios.

No que tange à estrutura organizacional, constatou-se que a maior parte das empreendedoras atua sozinha em seu negócio. Entre as que possuem funcionários, o número

varia entre um e dois colaboradores. A respeito do regime societário, quando presente, as sócias também são predominantemente mulheres, o que indica redes de apoio e cooperação entre empreendedoras do mesmo gênero.

A análise do tempo dedicado às diferentes dimensões da vida cotidiana revela que essas mulheres investem entre 9 e 17 horas diárias no empreendimento, enquanto dedicam entre 1 e 8 horas à família, e um tempo significativamente menor a si mesmas. Esses dados refletem as dificuldades em equilibrar as exigências do trabalho com os cuidados familiares e as necessidades pessoais, um desafio amplamente abordado na literatura sobre empreendedorismo feminino.

Ao se investigar os fatores motivacionais para a abertura do negócio, identificou-se que os principais impulsionadores foram a realização pessoal (60%) e a busca por autonomia e independência financeira (57,5%). Esses achados estão alinhados com os estudos de Borges, Barroso e Moreira (2012), que apontam que, para além da necessidade de geração de renda, o desejo de realização profissional, reconhecimento, e a vontade de assumir o controle da própria trajetória ocupacional são fatores que impulsionam o empreendedorismo.

Importa destacar que 99% das participantes afirmaram não ter feito planejamento estruturado antes de iniciar o negócio, e 95% não buscaram orientação em organizações especializadas, o que revela uma lacuna importante em termos de capacitação e suporte técnico. Isso também pode ser indicativo de que, embora as motivações estejam ligadas a oportunidades, muitos desses empreendimentos se originam de decisões informais, pautadas em iniciativas pessoais sem respaldo institucional.

4.1 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

Entre os traços mais frequentemente relatados como características empreendedoras predominantes, destacaram-se: Comprometimento (87,5%); Persistência (85%); Iniciativa (80%); Independência e capacidade de aproveitar oportunidades (75%). Tais atributos estão em conformidade com os perfis empreendedores descritos por autores como Dornelas (2012), que enfatiza a importância dessas competências para o sucesso de um negócio. A coragem de assumir riscos, a autonomia e o espírito de iniciativa são reconhecidos como pilares centrais da atuação empreendedora.

Além disso, conforme apontam Silva e Santos (2018), a forma como as mulheres empreendem tende a apresentar um estilo de gestão mais participativo, relacional e sensível às dinâmicas sociais do entorno. Essa abordagem, pautada no cuidado e na empatia, contribui para

o fortalecimento de vínculos com clientes, fornecedores e comunidades, favorecendo a sustentabilidade dos negócios.

No que se refere aos desafios e dificuldades enfrentados, os dados revelam que: 87,5% das entrevistadas relataram dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional, seguidas da instabilidade econômica, crise política e falta de conhecimento técnico ou específico sobre a área de atuação.

Essas dificuldades reafirmam a sobrecarga vivida por muitas mulheres que precisam assumir múltiplos papéis — empresária, mãe, esposa, gestora do lar — sem o devido apoio das instituições e políticas públicas. Como argumentam Fernandes, Campos e Silva (2013), as mulheres, em geral, acumulam uma série de funções, mas ainda enfrentam barreiras culturais, econômicas e estruturais que imitam seu desenvolvimento pleno no universo dos negócios.

Observa-se que a busca por autonomia se destaca como principal fator, revelando o desejo de independência financeira e de maior controle sobre a própria trajetória profissional. A necessidade financeira também aparece com grande peso, indicando que muitas mulheres recorreram ao empreendedorismo como alternativa de subsistência. Além disso, a realização pessoal foi citada como motivação relevante, mostrando que o ato de empreender é também uma forma de satisfação individual e de afirmação de identidade. Em menor escala, aparece a continuidade familiar, representando os casos em que a iniciativa empreendedora surgiu da manutenção de negócios já existentes.

O maior desafio relatado foi a conciliação entre vida pessoal e profissional, o que reforça a sobrecarga da dupla jornada desempenhada por mulheres que acumulam responsabilidades familiares e empresariais. A instabilidade econômica também foi apontada como um fator limitador importante, refletindo os impactos da conjuntura política e financeira do país. A falta de capacitação técnica foi identificada como outra barreira, indicando a necessidade de maior acesso a cursos e formações específicas. Por fim, o acesso ao crédito aparece em menor, mas ainda significativa proporção, reafirmando a persistência de barreiras financeiras.

A maior parte das entrevistadas empreende por necessidade, o que confirma a realidade de que o empreendedorismo, em muitos casos, surge como estratégia de sobrevivência diante da falta de oportunidades no mercado de trabalho formal. Ainda assim, 40% das empreendedoras afirmaram ter iniciado seus negócios por oportunidade, aproveitando lacunas do mercado ou investindo em setores promissores. Esse dado mostra que, apesar das dificuldades, existe um grupo expressivo que planeja e investe no empreendedorismo como projeto estratégico de vida. O perfil dessas mulheres é fortemente marcado pelo comprometimento e pela persistência, atributos fundamentais para a manutenção dos

empreendimentos. O planejamento e a criatividade também aparecem como competências relevantes, reforçando a capacidade de organização e de inovação das empreendedoras. Já a característica de assumir riscos surge em menor intensidade, sugerindo uma postura mais cautelosa diante das incertezas do mercado.

4.2 - ANÁLISE DAS AFIRMATIVAS: PERCEPÇÕES SOBRE GÊNERO, TRAJETÓRIA E EMPREENDEDORISMO

As afirmativas revelaram percepções interessantes e, ao mesmo tempo, contraditórias sobre a influência do gênero no empreendedorismo local. Quando perguntadas se foi mais difícil abrir o negócio por serem mulheres, pouco mais da metade das entrevistadas discordou parcialmente, enquanto 40% concordaram parcialmente. Esse resultado mostra que, embora muitas não percebam abertamente barreiras de gênero, outras reconhecem que ele pode ter sido um fator complicador, mesmo que de forma sutil. Muitas vezes, essas barreiras não aparecem de forma explícita, mas se manifestam no olhar desconfiado, no acesso mais restrito a crédito ou no tempo que se leva para conquistar credibilidade no mercado.

Quanto à ideia de que, se fossem homens, o negócio poderia se desenvolver melhor, a maioria concorda em algum grau com essa possibilidade, sendo que 42% afirmaram isso com convicção. Esse dado deixa claro que, para muitas, empreender como mulher ainda significa enfrentar desvantagens, seja na valorização do trabalho, seja na abertura de oportunidades, reforçando que o ambiente empresarial ainda carrega marcas de desigualdade.

Por outro lado, há um ponto de grande força e orgulho: 70% das entrevistadas afirmaram com segurança que suas experiências anteriores contribuíram para o sucesso do empreendimento. Isso evidencia o quanto o conhecimento acumulado — seja no mercado formal, em atividades informais ou no dia a dia familiar — se transforma em habilidades valiosas, como organização, persistência, criatividade e capacidade de resolver problemas.

Outro aspecto que chama atenção é o impacto do empoderamento feminino: 87,5% concordam plenamente que ele influencia diretamente o empreendedorismo, e mais da metade disse ter se inspirado em outras mulheres para abrir o próprio negócio. Isso mostra o quanto referências positivas e redes de apoio fortalecem a autoconfiança e incentivam a persistência, criando um ciclo de inspiração que alimenta novas histórias de sucesso.

Em síntese, os gráficos revelam um cenário de resistência e superação, no qual as empreendedoras reconhecem suas dificuldades, mas também celebram suas conquistas e a

importância de se apoiar mutuamente. É um retrato que mistura desafios ainda presentes e avanços significativos, apontando para a necessidade de ampliar espaços de capacitação, visibilidade e apoio às mulheres que decidem empreender.

A última etapa da pesquisa teve como objetivo avaliar o grau de concordância ou discordância das empreendedoras em relação a um conjunto de afirmativas elaboradas pelas pesquisadoras, com o intuito de compreender percepções subjetivas sobre a influência do gênero, a relevância das experiências anteriores e o impacto do empoderamento feminino no contexto dos negócios.

As alternativas de resposta disponíveis para cada afirmativa foram: Concordo completamente; concordo parcialmente; não sei responder; discordo parcialmente e discordo completamente.

Afirmativa 1: “Concordo que foi mais difícil abrir meu negócio por ser mulher”. A análise dessa demonstra que 52,5% das participantes discordam parcialmente da ideia de que o fato de serem mulheres tenha dificultado a abertura do negócio. Apenas uma entrevistada manifestou discordância completa, enquanto 40% concordaram parcialmente, revelando percepções ambíguas sobre o impacto do gênero no processo inicial de empreendedorismo.

Esses dados sugerem que, embora nem todas reconheçam explicitamente a presença de barreiras de gênero, há indícios de que essas barreiras sejam percebidas por parte do grupo, ainda que de forma tênue. A literatura, contudo, aponta em direção oposta: Machado (2012) argumenta que o empreendedorismo ainda é socialmente visto como um espaço masculino, sobretudo em determinados setores, sendo comum que mulheres enfrentem resistências veladas, desconfianças e estigmas, especialmente em áreas tradicionalmente dominadas por homens.

Afirmativa 2: “Não sinto que se eu fosse homem, meu negócio se desenvolveria melhor”. Nessa afirmativa revelou um dado sensível: 90% das participantes manifestaram algum grau de concordância com a ideia de que o fato de serem mulheres não interferiu positivamente no desenvolvimento do negócio. Ainda assim, a presença de concordância completa (42%) sugere que uma parcela significativa reconhece, ainda que implicitamente, a possibilidade de haver vantagens atribuídas ao empreendedorismo masculino, especialmente no que tange ao acesso a oportunidades e à valorização no mercado.

Afirmativa 3: “Acredito que as minhas experiências anteriores contribuíram para o sucesso do meu negócio”. Essa afirmativa obteve o maior índice de concordância plena (70%), indicando que a maioria das participantes valoriza suas experiências prévias como um diferencial importante para o êxito do empreendimento. Esse resultado é consistente com os

dados apresentados na caracterização do perfil empreendedor, que destacaram atributos como comprometimento, iniciativa e persistência como marcantes entre as entrevistadas.

Além das questões centrais discutidas acima, outras afirmativas apresentaram índices relevantes de concordância, como:

- “Às vezes as expectativas não são correspondidas de acordo com meu negócio” — 35% de concordância plena;
- “A falta de credibilidade no trabalho não gera sofrimento” — 50% de concordância plena;
- “Inspirei-me em outras mulheres empreendedoras para abrir meu próprio negócio” — 52,5% de concordância plena;
- “O empoderamento feminino tem influenciado diretamente o empreendedorismo” — 87,5% de concordância plena;
- “Minhas experiências anteriores contribuíram para o sucesso do negócio” — 77,5% de concordância total/parcial.

Esses resultados indicam que, apesar dos obstáculos enfrentados, a trajetória profissional, a identificação com outras mulheres empreendedoras e a valorização do empoderamento feminino são elementos fundamentais para o fortalecimento da identidade empreendedora entre as participantes. Os dados convergem com autores como Silva e Santos (2018), que defendem que o empreendedorismo feminino carrega traços de resistência, criatividade e superação, mesmo diante de contextos adversos.

5 - CONCLUSÃO

Em consonância com os objetivos propostos, o desenvolvimento deste estudo de caso permitiu evidenciar que o empreendedorismo feminino na cidade de São Miguel do Guaporé – RO acompanha a tendência de crescimento observada na literatura especializada, a qual destaca o aumento expressivo na abertura de empresas lideradas por mulheres no Brasil.

A análise do perfil das participantes revelou tratar-se, majoritariamente, de mulheres com faixa etária entre 35 e 48 anos, com ensino médio completo, casadas, mães e, em sua maioria, chefes de família. Essa caracterização reforça o papel central desempenhado pelas mulheres na geração de renda e na condução das responsabilidades familiares, muitas vezes simultaneamente.

Dentre as contribuições mais relevantes deste estudo, destaca-se o fato de que, pela primeira vez, foi possível traçar um perfil específico das mulheres empreendedoras do município, fornecendo subsídios que podem ser úteis à Associação Comercial de São Miguel

do Guaporé – RO, onde atua a aluna pesquisadora Valdirene Silvério de Lima Cardoso, na função de auxiliar administrativa. Até então, não havia qualquer levantamento local com esse recorte de gênero, o que confere ao presente trabalho um caráter inédito e aplicável.

Além do perfil sociodemográfico, o estudo evidenciou as condições objetivas e subjetivas que compõem a realidade das mulheres empreendedoras do município. As participantes relataram jornadas diárias extensas, que variam de 9 a 17 horas, com pouco tempo dedicado a si mesmas, o que reflete o cenário de sobrecarga enfrentado por grande parte das mulheres brasileiras, sobretudo aquelas que empreendem sem apoio institucional ou familiar. A dificuldade de conciliação entre vida pessoal e profissional apareceu como uma das principais queixas, reforçando a urgência de se repensar políticas públicas que possibilitem uma divisão mais justa das responsabilidades domésticas e o fortalecimento de redes de apoio femininas.

Quanto aos fatores motivacionais para empreender, sobressaíram a realização pessoal, a busca por autonomia e a independência financeira. Esses fatores indicam que, embora muitas mulheres empreendam em contextos desafiadores, suas motivações vão além da simples necessidade de sobrevivência, refletindo também projetos de vida, desejo de protagonismo e construção de identidade profissional.

Em contrapartida, as principais dificuldades relatadas foram: a conciliação entre trabalho e família; o preconceito de gênero; a instabilidade econômica e política, e a demora no retorno financeiro do negócio.

Esses desafios apontam para a necessidade de mais apoio técnico, social e político, a fim de consolidar um ambiente mais equitativo e sustentável para as mulheres empreendedoras.

Por fim, destaca-se que as participantes do estudo demonstraram possuir características essenciais ao perfil empreendedor, tais como: comprometimento, persistência, iniciativa, independência, capacidade de identificar oportunidades, coragem para assumir riscos e habilidade de desempenhar múltiplas tarefas simultaneamente. Esses traços, conforme reconhecido pela literatura (Dornelas, 2012; Silva e Santos, 2018), são fundamentais para a construção e sustentabilidade de um empreendimento.

Conclui-se, portanto, que as mulheres empreendedoras de São Miguel do Guaporé – RO analisadas neste estudo atendem amplamente às características descritas na literatura sobre o empreendedorismo feminino, e representam uma força econômica e social significativa, que merece ser valorizada, apoiada e incentivada em políticas públicas, programas de capacitação e ações de fomento ao desenvolvimento local com recorte de

gênero.

REFERÊNCIAS

BRASIL. *Brasil pra Elas*. [S. l.], 08 mar. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/brasil-pra-elas/saiba-mais>. Acesso em: 12 mar. 2022.

GOVERNO FEDERAL. *Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino – Estratégia Elas Empreendem*. Ministério das Mulheres. Disponível em: <https://www.gov.br>. Acesso em: 12 mar. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Cidades e Estados: São Miguel do Guaporé – RO*. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ro/sao-miguel-do-guapore.html>. Acesso em: 12 mar. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua*. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa>. Acesso em: 12 mar. 2022.

SEBRAE. *Empreendedorismo Feminino*. DataSebrae. Disponível em: <https://datasebrae.com.br>. Acesso em: 12 mar. 2022.

SEBRAE. *Infográfico: Mulheres Empreendedoras*. DataSebrae. Disponível em: <https://datasebrae.com.br>. Acesso em: 12 mar. 2022.