

**PANORAMA DO**

**EMPREENDEDORISMO**

**FEMININO NO BRASIL**



MINISTÉRIO DO  
DESENVOLVIMENTO,  
INDÚSTRIA, COMÉRCIO  
E SERVIÇOS

MINISTÉRIO DO  
EMPREENDEDORISMO,  
DA MICROEMPRESA E DA  
EMPRESA DE PEQUENO PORTE





# PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Brasília, agosto de 2024

## FICHA TÉCNICA

### MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS (MDIC)

#### Vice-Presidente da República e Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços

Geraldo José Rodrigues Alckmin Filho

#### Secretário Executivo

Márcio Fernando Elias Rosa

#### Secretária Executiva Adjunta

Aline Damasceno Ferreira Schleicher

#### Diretores Nacionais do Projeto BRA/18/023

Jaciele Neves Ferreira  
James Elias Junior

#### Coordenadores Nacionais do Projeto BRA/18/023

Tatiana Uene de Brito  
Iuri Mota Cassemiro

### MINISTÉRIO DO EMPREENDEDORISMO, DA MICROEMPRESA E DA EMPRESA DE PEQUENO PORTE (MEMP)

#### Ministro do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte

Márcio França

#### Secretário Executivo

Tadeu Alencar

#### Secretário Nacional do Artesanato e do Microempreendedor Individual

Milton Coelho

#### Chefe de Gabinete Secretaria Nacional do Artesanato e do Microempreendedor Individual

Janete Brito

#### Diretor de Empreendedorismo

Daniel Papa Garcia

#### Coordenadora de Gestão Empreendedora

Isabela Kazuko Yamamoto

#### Coordenadora de Políticas de Empreendedorismo

Raquel de Oliveira Alves

#### Equipe de Apoio Técnico

Larissa Alfino  
Luana Alencar de Andrade

O conteúdo deste documento inclui parte dos produtos realizados pela consultoria da Profa. Dra. Anna-Katharina Lenz, realizada no âmbito do Projeto BRA/18/023 – Modernização da Economia, firmado entre o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

As visões e as conclusões apresentadas nesse documento não representam, necessariamente, a visão do PNUD, do MDIC ou do MEMP.

### PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD) BRASIL

#### Representante Residente

Claudio Providas

#### Representante Residente Adjunta

Elisa Calcaterra

#### Representante Residente Assistente

Maristela Baioni

#### Coordenador da Unidade de Desenvolvimento Socioeconômico Inclusivo

Cristiano Prado

#### Oficiais de Programa da Unidade de Desenvolvimento Socioeconômico Inclusivo

Maria Teresa Amaral Fontes e Mônica Azar

#### Gerentes de Projetos

Guilherme Berdú, Kesia Braga, Luciana Brant, Mayra Almeida e Thaís Pires

#### Assistentes de Projetos

Isadora Ruotulo, Juan Daniel Ordonez, Karen Barros, Manuela Oliveira, Maria Beatriz Nakatani e Melissa Silva

#### Oficial Nacional de Gênero e Raça

Ismália Afonso

#### Coordenador da Unidade de Comunicação

Luciano Milhomem

#### Produção Editorial

Roberto Astorino, Manoel Salles, Estevão Ramaldes e Valdineia P. Silva

Contato: [dsi.br@undp.org](mailto:dsi.br@undp.org)



# PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Brasília, agosto de 2024

## APRESENTAÇÃO

É com grande satisfação que apresentamos esta publicação sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, fruto de uma parceria entre o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Este estudo ganhou ainda mais relevância com a criação do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP), concebido para proporcionar um espaço dedicado a pensar e implementar políticas públicas para pequenos empreendedores, com especial atenção às mulheres, que enfrentam desafios significativos, como a tripla jornada de trabalho e o difícil acesso ao crédito.

O Governo Federal está comprometido em oferecer condições mais justas e inclusivas para todas as empreendedoras brasileiras. Temos trabalhado para facilitar o acesso ao crédito, promover capacitação e treinamento, oferecer uma rede de apoio e mentoria, incentivar a formalização dos negócios liderados por mulheres e desenvolver políticas que auxiliem na conciliação entre vida profissional e pessoal. Além disso, buscamos aumentar a participação das mulheres nos setores econômicos, estimulando o uso de inovação e tecnologia e promovendo uma cultura de valorização do empreendedorismo feminino.

Este estudo, ao trazer uma análise detalhada do panorama do empreendedorismo feminino no Brasil, será um importante aliado para as áreas técnicas do MDIC e do MEMP na construção de um ambiente de negócios mais equânime, justo e inclusivo. É nosso compromisso continuar trabalhando para que as mulheres empreendedoras tenham cada vez mais oportunidades de sucesso, impulsionando o desenvolvimento econômico e social do nosso país.

Com os melhores cumprimentos,

**Geraldo Alckmin**

Vice-Presidente da República e Ministro do Desenvolvimento,  
Indústria, Comércio e Serviços

**Márcio França**

Ministro do Empreendedorismo, da Microempresa  
e da Empresa de Pequeno Porte

Hoje, 1,1 bilhão de pessoas no mundo e mais de 27% das mulheres da América Latina e Caribe vivem em pobreza multidimensional aguda. O PNUD, orientado pela Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável, fruto do consenso entre os 193 países-membros das Nações Unidas, atua na busca de caminhos e ações para reduzir as desigualdades e promover um futuro mais justo para todos e todas.

Nesse bojo, uma de suas metas é contribuir para a retirada, até 2025, de 100 milhões de pessoas da pobreza multidimensional, que considera não apenas a renda, mas também a saúde, a educação e os padrões de vida. Para isso, é fundamental superar barreiras sistêmicas e transformar estruturas para alcançar a igualdade de gênero, que inclui o apoio ao crescimento sustentável de empresas de menor porte, em particular as lideradas por mulheres empreendedoras. O empreendedorismo feminino possui papel crucial na criação de resiliência econômica, empoderamento, inclusão e independência financeira dos grupos vulneráveis da sociedade, dos jovens, das mulheres e dos trabalhadores informais.

Esperamos que essa publicação colabore para a ampliação do entendimento da realidade brasileira e proveja insumos para o desenho e a implementação de políticas públicas efetivas que busquem a superação de barreiras à criação, ao crescimento e ao desenvolvimento de negócios liderados por mulheres. Acreditamos que ela também representa mais uma contribuição em direção à materialização de todo o potencial que o empreendedorismo feminino possui para expandir oportunidades, possibilidades de escolha e qualidade de vida para meninas e mulheres em todos os aspectos da sua vida.

**Claudio Providas**

Representante Residente  
PNUD Brasil

## CONTEÚDO

RESUMO EXECUTIVO .....	11
1. INTRODUÇÃO .....	14
2. METODOLOGIA .....	16
3. PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL .....	17
3.1 Acesso a recursos financeiros .....	21
3.2 Equilíbrio entre a vida familiar e profissional .....	23
3.3 Acesso a modelos, mentorias e redes de apoio .....	24
3.4 Acesso à informação e à tecnologia digital .....	25
3.5 Fatores culturais .....	26
3.6 Formalidade x informalidade .....	27
3.7 Desigualdades regionais .....	28
3.8 Desigualdades raciais .....	29
4. BOAS PRÁTICAS .....	31
5. ESTRATÉGIA ELAS EMPREENDEM .....	32
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	35
REFERÊNCIAS .....	37

## LISTA DE FIGURAS E TABELA

Figura 1: Níveis de análise para promover o empreendedorismo das mulheres .....	16
Figura 2: Histórico de abertura e fechamento de empresas no primeiro quadrimestre (2014 a 2024), em milhares .....	18
Figura 3: Distribuição da força de trabalho brasileira por gênero, 2021 .....	18
Figura 4: Distribuição do tamanho de empresa com base no número de funcionários pagos por homens e mulheres empregadores, 2021 .....	19
Figura 5: Rendimento mensal habitual do trabalho no Brasil por gênero, 2021 .....	20
Figura 6: Distribuição dos negócios informais e formais por gênero e tipo do empreendedorismo, 2021 .....	27
Figura 7: Destaques do panorama do empreendedorismo feminino .....	30
Tabela 1: Projetos mapeados de apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil, 2021 .....	31

## ACRÔNIMOS E ABREVIATURAS

R\$	Reais
US\$	Dólares Americanos
APL	Arranjos Produtivos Locais
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
EUA	Estados Unidos da América
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços
MEI	Microempreendedor Individual
MEMP	Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte
MPMEs	Micro, pequenas e médias empresas
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas



Foto: © Agência Brasília – Matheus H. Souza

## RESUMO EXECUTIVO

No âmbito da Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável, fruto do consenso entre os 193 países-membros das Nações Unidas, as políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino têm relação direta com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 — Igualdade de Gênero e podem ter papel crucial para o avanço das metas associadas a esse objetivo. No Brasil, o empreendedorismo está no centro da discussão sobre o desenvolvimento econômico e social sustentável, uma vez que os micro e pequenos empreendedores são responsáveis pela maior parte dos empregos formalizados e grande parte da massa salarial do país (BID, 2023).<sup>1</sup>

Neste contexto, para demonstrar a grande importância do empreendedorismo feminino em relação aos temas do emprego, da renda, da produtividade e do desenvolvimento sustentável no Brasil, a presente publicação representa um passo fundamental no embasamento de estratégias e políticas públicas específicas voltadas às mulheres nesse contexto. Serão abordadas as principais características e diagnósticos dos negócios de mulheres, permitindo a compreensão de alguns dos principais desafios estruturais e oportunidades de atuação de política pública.

Em questão de emprego, a análise revela que a estrutura dominante da atividade empreendedora do país é formada por empresas de menor porte e que as empregadoras mulheres, apesar de serem um percentual menor entre as trabalhadoras do sexo feminino, geram um volume de empregos similar ao gerado pelos homens proporcionalmente. No que tange à renda, assunto já amplamente discutido no debate sobre a igualdade de gênero, percebe-se que o rendimento mensal das mulheres que trabalham por “conta própria” é 21% inferior quando comparado ao dos homens. Além disso, analisando os dados da diferença de remuneração incluindo e excluindo os empreendedores de ambos os sexos, o resultado sugere que a diferença de remuneração entre homens e mulheres é maior ao incluir o empreendedorismo. E, assim, o fortalecimento dos negócios femininos pode ter efeito positivo na redução dessa diferença entre os gêneros.

Para a construção deste trabalho, 81 organizações com projetos e iniciativas de apoio ao empreendedorismo feminino e 183 projetos foram mapeados. Nesse mapeamento, os temas de desenvolvimento técnico e comportamental, criação de redes de apoios e de negócios, e ampliação de recursos financeiros, se destacaram entre as ações visando impulsionar os negócios de mulheres. Além disso, o público-alvo das iniciativas mapeadas está relacionado aos subgrupos específicos no contexto do empreendimento feminino, a exemplo de iniciativas para mães, população LGBTI+, mulheres negras e indígenas.



Em relação aos pontos centrais para o apoio às mulheres empreendedoras, destacados pela publicação, estão:

<p><b>Ampliar o acesso a recursos financeiros:</b> existem desafios substanciais relacionados ao acesso a recursos financeiros, tanto no empreendedorismo de subsistência, quanto nos orientados para o foco da inovação. As evidências apontam que os negócios liderados por mulheres têm maior percepção de risco pelo Sistema Financeiro, como falta de garantias, informações, entre outros, levando a barreiras de crédito e financiamento no setor bancário e investimento privado.</p>	<p><b>Aumentar o equilíbrio entre vida familiar e profissional:</b> as empreendedoras enfrentam mais obrigações sociais e maiores desafios para equilibrar vida familiar e profissional, por isso, dedicam menos tempo aos seus negócios em comparação aos homens.</p>
<p><b>Ampliar o acesso a modelos, mentores e redes:</b> a maior parte das empreendedoras não tem acesso a mentores e redes de mentorias para lideranças femininas, que podem fornecer lições valiosas para as mulheres e ajudar no crescimento e na expansão dos seus negócios, especialmente no caso de empresas de menor porte e <i>startups</i>.</p>	<p><b>Ampliar o acesso à informação e tecnologia digital:</b> as limitações de cobertura de internet no país e o baixo letramento digital se destacam. O Brasil está abaixo da média dos países da América Latina em habilidades digitais básicas. Isso é especialmente relevante no contexto do empreendedorismo feminino, tendo em vista que o comércio e o serviço digital podem ser grandes oportunidades de crescimento e inovação para empresas.</p>
<p><b>Reduzir a influência de fatores culturais:</b> estereótipos de gênero influenciam em como homens e mulheres são percebidos nas esferas pessoais e profissionais, com obrigações familiares e tarefas domésticas sendo direcionadas a mulheres, induzindo a escolha dos segmentos de atuação de empreendedoras para os que geram menor valor agregado.</p>	<p><b>Reduzir a informalidade:</b> a informalidade reduz a capacidade de crescimento em razão do acesso restrito ao mercado e ao capital humano e financeiro, proporciona insegurança e reduz a capacidade de transformação da realidade das famílias.</p>
<p><b>Mitigar as desigualdades raciais:</b> a regionalidade está fortemente relacionada à raça, tendo em vista que as mulheres brancas nas Regiões Sul, Centro-Oeste e Sudeste são mais propensas a se tornarem empreendedoras. Além disso, no Norte e no Nordeste, as mulheres com níveis de educação mais baixos tendem a se tornarem empreendedoras, o que pode estar relacionado ao empreendedorismo de subsistência.</p>	<p><b>Mitigar as desigualdades raciais:</b> mulheres negras são mais propensas a abrirem uma empresa por necessidade e têm maior nível de informalidade em comparação aos negócios de mulheres brancas.</p>

Em destaque, a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino — **Estratégia Elas Empreendem**, coordenada pelo Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP), criada em 2024, é resposta efetiva do governo federal para o fomento ao ambiente de negócios liderados por mulheres e a ampliação da renda, da produtividade e da sustentabilidade desses empreendimentos, visando facilitar o acesso de mulheres a políticas e serviços públicos de empreendedorismo e incentivar a produção de dados e a disseminação de informações sobre o empreendedorismo feminino.

A **Estratégia Elas Empreendem** compartilha das principais ideias e boas práticas destacadas no que se refere aos objetivos de promoção do empreendedorismo de mulheres como instrumento de inclusão social e econômica do país.



Foto: © Agência Brasília – Vinicius de Melo/SMDF

## 1. INTRODUÇÃO

Há muito tempo, existe a consciência da relevância do empreendedorismo das mulheres para o desenvolvimento econômico, as vidas saudáveis e o progresso social<sup>1</sup> (BULLOUGH *et al.*, 2019). A criação de um negócio e seu crescimento é um caminho importante para o desenvolvimento da indústria e a geração de riqueza, assim como uma relevante fonte de empregos, inovação e crescimento econômico. Neste contexto, o empreendedorismo das mulheres pode ajudar a promover a igualdade de gênero nas indústrias, comunidades e nações.

O empreendedorismo é ferramenta de liberdade econômica e individual, instrumento de concretização de sonhos, de autorrealização, autoconhecimento e de transformação da realidade individual das mulheres e da sociedade. As mulheres são criativas, determinadas, fortes, as que mais investem nas famílias, na educação dos filhos, empregam outras mulheres, tornam-se referência para seu ciclo social e assim, tornam-se agentes de transformação da sociedade.

Ainda que as mulheres estejam abrindo uma grande quantidade de pequenas empresas, 95% desses negócios nunca ultrapassaram a barreira dos seis dígitos de rendimentos e enfrentam diversos desafios para que sejam bem-sucedidos no Brasil (GEM WE, 2021). Nesse sentido, é fundamental refletir sobre como podemos apoiar as mulheres empreendedoras no crescimento de seus negócios.

“**As MPMEs estão no centro da discussão sobre crescimento econômico sustentável, equidade de gênero, criação de empregos decentes e inclusão financeira, com efeitos diretos e indiretos nos 17 ODS da Agenda 2030.**”

No Brasil, as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) enfrentam diversas barreiras que podem dificultar seu crescimento e sua sustentabilidade. Esse segmento produtivo possui enorme relevância para o cumprimento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), em particular por ser fundamental para a geração de empregos formalizados e para a massa salarial do país.<sup>1</sup> Assim, as MPMEs estão no centro da discussão sobre crescimento econômico sustentável, equidade de gênero, criação de empregos decentes e inclusão financeira, com efeitos diretos e indiretos nos 17 ODS da Agenda 2030 das Nações Unidas.

Especificamente, políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino têm relação direta com o Objetivo do Desenvolvimento Sustentável 5 — Igualdade de Gênero e podem ter papel crucial para o

1. De acordo com a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2020, as empresas de até 249 funcionários, que delimitam o segmento de MPMEs, representavam 99,4% do total de empresas, 57,2% dos postos de trabalho formalizados e 42,8% da massa salarial formal do país (BID, 2023).

avanço das metas associadas a esse objetivo, no que tange ao empoderamento econômico, à inclusão financeira, redução das lacunas de gênero, à adoção da igualdade de salários e de gênero nas equipes e criação de benefícios adequados para mulheres, entre outros.

“**Políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino têm relação direta com o Objetivo do Desenvolvimento Sustentável 5 — Igualdade de Gênero e podem ter papel crucial para o avanço das metas associadas a esse objetivo, no que tange ao empoderamento econômico, à inclusão financeira, redução das lacunas de gênero, à adoção da igualdade de salários e de gênero nas equipes e criação de benefícios adequados para mulheres, entre outros.**”

Nesse contexto, o MEMP, como coordenador da Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino, reforça a percepção de que essa agenda é prioritária para o crescimento e desenvolvimento econômico do país.

Para contribuir com esse debate urgente para o avanço do desenvolvimento econômico e social sustentável no Brasil, a presente publicação, produto desenvolvido no âmbito do projeto de cooperação técnica internacional BRA/18/023 — Modernização da Economia, firmado entre o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), busca elaborar insumos para instrumentos de políticas públicas para a promoção do empreendedorismo das mulheres e o desenvolvimento das ações que reduzam os desafios e as oportunidades que mulheres empreendedoras enfrentam na geração e no desenvolvimento de negócios no Brasil.

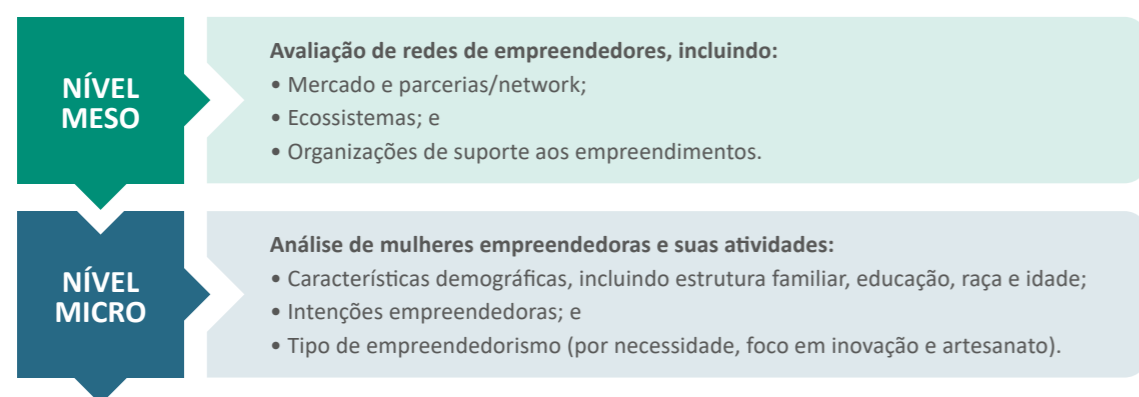
O trabalho, revisado e estruturado na forma dessa publicação em 2024, contou com a parceria do MEMP e tem como base o estudo, realizado em março de 2022, desenvolvido pela professora Dra. Anna-Katharina Lenz, especialista em empreendedorismo. Os dados, os achados e as recomendações refletem o referido período de elaboração e continuam válidos, demonstrando que essa é uma agenda com mudanças marginais.

Assim, este trabalho tem como principal objetivo reunir subsídios para a construção de políticas públicas de apoio às mulheres empreendedoras no Brasil. Para tanto, nesse documento, são apresentados: (i) o panorama do empreendedorismo feminino no Brasil, com o respectivo diagnóstico e os principais obstáculos e oportunidades vivenciados por mulheres no país; (ii) as boas práticas para a construção de políticas com lentes de gênero; (iii) a Estratégia Nacional Elas Empreendem e (iv) as considerações finais.

## 2. METODOLOGIA

Nessa publicação, o foco da análise é multinível, com ênfase nas características específicas das mulheres empresárias no seu contexto de inserção, nos desafios enfrentados e nas estruturas de apoio. Assim, foi realizado o mapeamento das boas práticas internacionais na promoção do empreendedorismo feminino, além do panorama do empreendedorismo feminino no Brasil em dois níveis: meso e micro<sup>2</sup> (Figura 1). O objetivo é fornecer uma visão geral das percepções essenciais em relação aos desafios e às necessidades que podem permitir o desenho de políticas públicas eficazes para definir um caminho a ser seguido com base em dois níveis de análise.

**Figura 1: Níveis de análise para promover o empreendedorismo das mulheres**



Fonte: Elaborado pela consultora.

A publicação fundamenta-se em dados primários e secundários. Os **dados primários** foram coletados em cerca de 20 entrevistas qualitativas realizadas com profissionais e especialistas nacionais e internacionais, que lidam com o empreendedorismo com foco em gênero, em entrevistas semiestruturadas sobre percepções relativas aos níveis de análise no apoio ao empreendedorismo feminino.

Os **dados secundários** para contextualizar a situação do empreendedorismo das mulheres no Brasil e a posição do Brasil em comparação com outros países sobre as principais variáveis empreendedoras foram selecionados a partir de triagem dos conteúdos de:

- Artigos acadêmicos em revistas de relevância no tema de empreendedorismo;
- Publicações das Nações Unidas relacionadas com o empreendedorismo nos últimos cinco anos;
- Publicações de boas práticas em matéria de empreendedorismo feminino por atores-chave institucionais, como União Europeia, ONU Mulheres e Oikos;

2. O estudo utilizado para a elaboração dessa publicação, no âmbito do projeto BRA/18/023, também incluiu o nível macro, de análise do ambiente político-administrativo, mas ele não foi explorado para a elaboração do presente material.

- *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report*;
- *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Report*; e
- *Podcasts/Vídeos/Material da Conferência* para compreender as tendências mais recentes e as melhores práticas.

Ainda em relação aos **dados secundários**, a partir da pesquisa de dados quantitativos e qualitativos sobre empreendedorismo no Brasil, foram elaboradas as análises sobre o panorama do empreendimento feminino no Brasil, principalmente por meio dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC).

Além disso, dois mapas feitos por organizações influentes de apoio ao empreendedorismo foram analisados: o Mapa Interativo de Apoio ao Microempreendedorismo Brasileiro, da Aliança Empreendedora, e o Mapa do ecossistema de apoio à Mulher Brasileira, do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME).

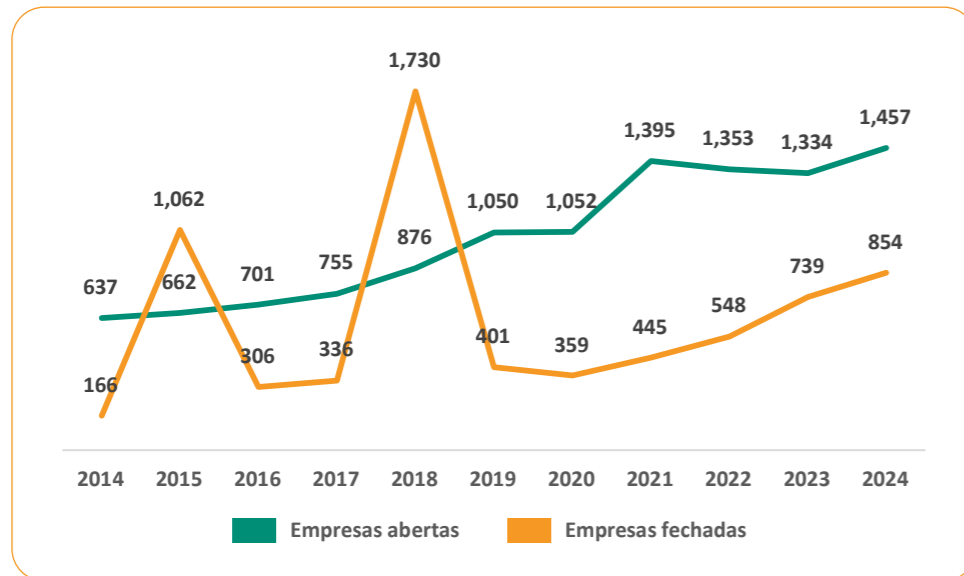
Com base na referida metodologia e nas análises realizadas, foi possível obter diversos insumos relevantes para o fortalecimento do empreendedorismo no Brasil, que poderão subsidiar políticas públicas para promover o desenvolvimento humano e uma vida mais próspera para todos e todas.

## 3. PANORAMA DO EMPREENDEORISMO FEMININO NO BRASIL

O empreendedorismo está no cerne da economia brasileira e o número de empresas ativas tem crescido, constantemente, ao longo do tempo (Figura 2). Ao fim do primeiro quadrimestre de 2024, 21,7 milhões de empresas estavam ativas no Brasil<sup>III</sup> e, destas, 12,1 milhões eram Microempreendedores Individuais (MEI) (MAPA DE EMPRESAS, 2024). Verifica-se, assim, que a estrutura dominante da atividade empreendedora no Brasil é formada por micro e pequenas empresas com poucos empregados ou nenhum.

“**Ao fim do primeiro quadrimestre de 2024, 21,7 milhões de empresas estavam ativas no Brasil e, destas, 12,1 milhões eram Microempreendedores Individuais (MEI).”**

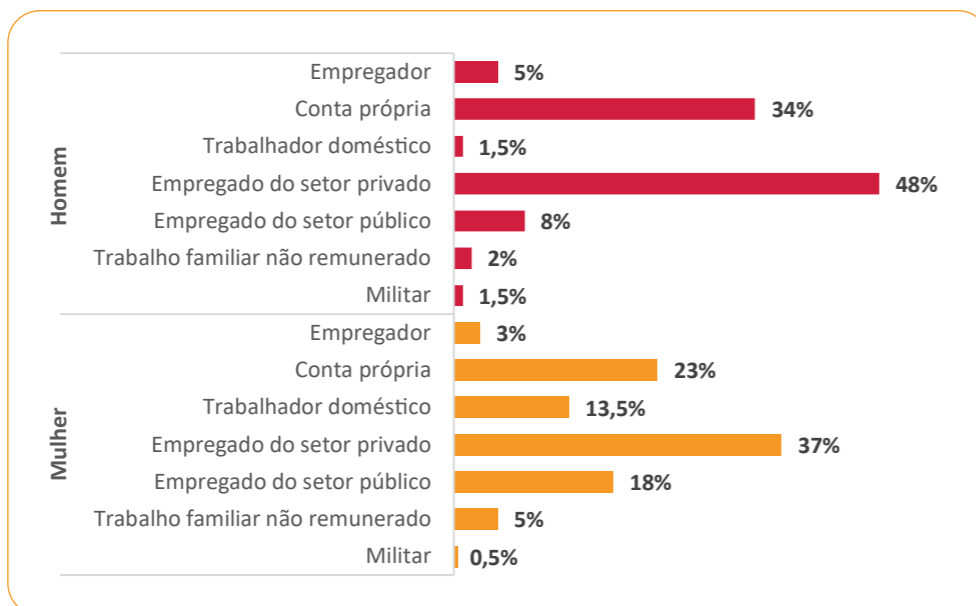
**Figura 2: Histórico de abertura e fechamento de empresas no primeiro quadrimestre (2014 a 2024), em milhares**



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados do Mapa de Empresas (1/2024).

De acordo com os dados da PNADC<sup>IV</sup> de 2021 (Figura 3), do total da força de trabalho masculina, 34% é caracterizada como empreendedor "conta própria" no Brasil, enquanto do total da força de trabalho feminina o segmento "conta própria" representa 23%.

**Figura 3: Distribuição da força de trabalho brasileira por gênero, 2021**

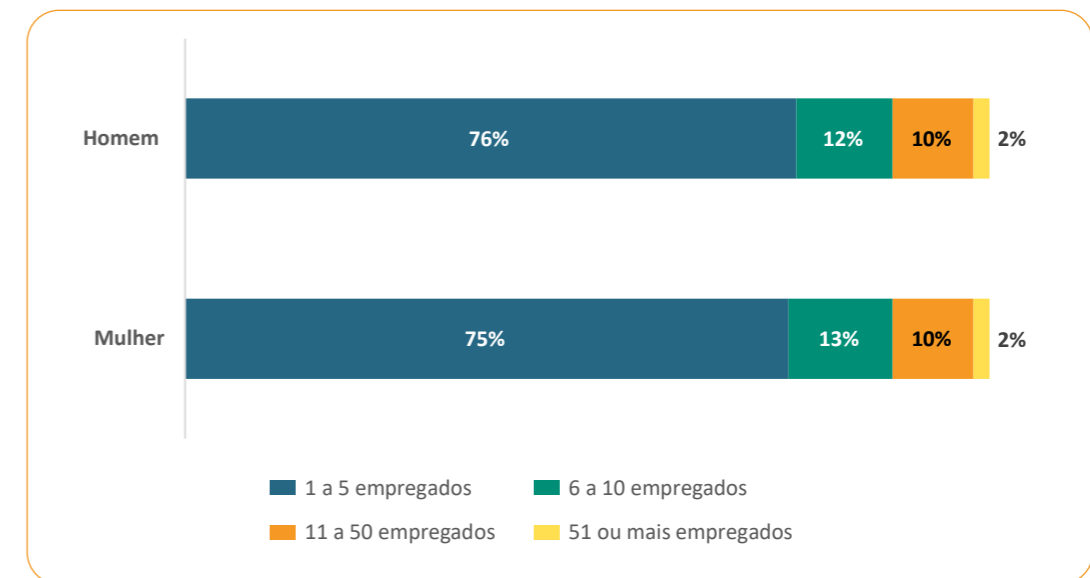


Fonte: Elaborado pela consultora, com base nos dados da PNADC (2021).

A definição "Conta própria" refere-se aos donos e às donas de negócios sem empregados ou trabalhadores autônomos, incluindo as categorias do MEI; e "Empregador" é aquela que reúne empreendedores com, pelo menos, um funcionário remunerado. Assim, é importante notar que as mulheres têm menor participação no trabalho por conta própria em relação aos homens e que apresentam um percentual de empregadoras inferior aos homens, respectivamente 3% contra 5%. Apesar disso, pode ser observado que homens e mulheres têm uma distribuição semelhante de tamanho de empresa quando considerado o número de empregados (Figura 4). Esse fato pode indicar que, quando as mulheres empreendedoras rompem as barreiras para gerar empregos, elas podem produzir um número similar de postos de trabalho quando comparadas aos homens.

**“ Quando as mulheres empreendedoras rompem as barreiras para gerar empregos, elas podem produzir um número similar de postos de trabalho quando comparadas aos homens.”**

**Figura 4: Distribuição do tamanho de empresa com base no número de funcionários pagos por homens e mulheres empregadores, 2021**



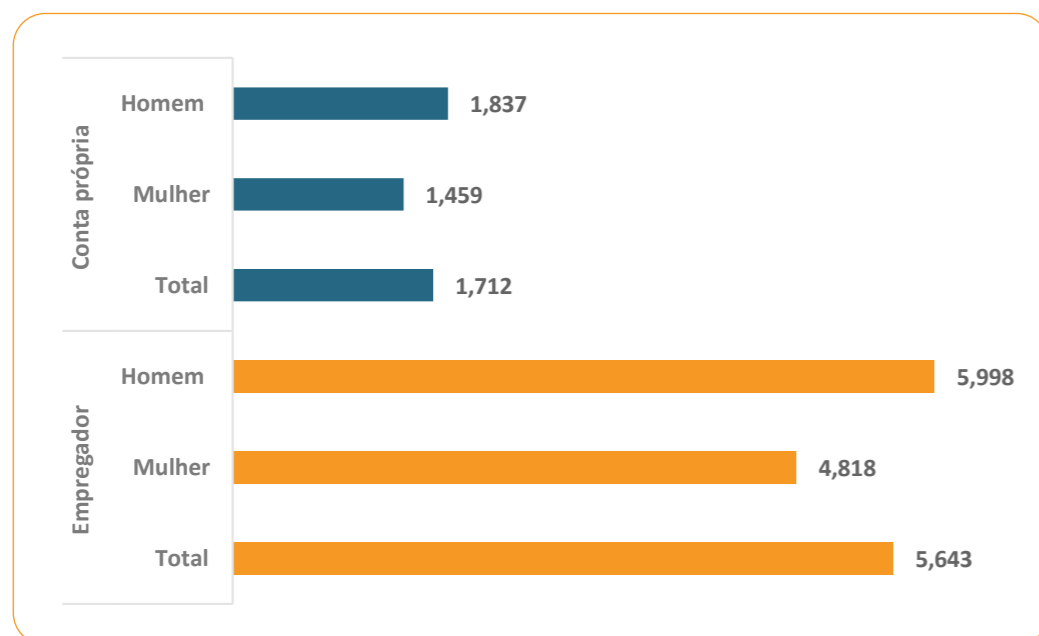
Fonte: Elaborado pela consultora, com base nos dados da PNADC (2021).

Uma característica-chave sobre o empreendedorismo de mulheres no Brasil, que também se apresenta em outros países, é a diferença de renda em relação aos homens. O Brasil teve uma das maiores diferenças entre os salários dos homens e mulheres na América Latina até os anos de 1990. As melhorias nos anos de 2000 diminuíram a diferença salarial de gênero para 29% (GTZ *et al.*, 2010).<sup>V</sup> Os dados dos últimos anos indicam que essa diferença salarial reduziu para 17,5% (PNADC, 2021). Por sua vez, as mulheres empregadoras e por conta própria ganham, com seus negócios, em média

20% menos por mês que os homens (Figura 5), diferença ainda considerada grande e que se torna ainda mais relevante quando se considera que as mulheres tendem a ter mais anos de escolaridade do que os homens (GEM WE, 2021).

A renda mais baixa das mulheres empresárias é consistente com uma renda mais baixa no mercado de trabalho em geral para este grupo. Os dados da Figura 5 mostram que as mulheres que trabalham por conta própria têm rendimento médio de R\$ 1.459 enquanto para as empregadoras chega a R\$ 4.818. A partir disso, calcula-se que o rendimento mensal médio das empreendedoras, isto é, conta própria e empregadoras, é de R\$ 3.139, uma diferença de quase 25% em relação ao rendimento dos homens empreendedores. Adicionalmente, de acordo com os dados da PNADC (2021), excluindo os empreendedores a diferença salarial de gênero cai para 15,5%. Esse fato indica que parte da diferença de renda entre mulheres e homens está ligada ao empreendedorismo e que tanto a renda dos empregadores como as por conta própria impulsionam tal diferença nos rendimentos de homens e mulheres. O fortalecimento do empreendedorismo feminino pode, portanto, ter um efeito positivo na redução da diferença de remuneração entre os gêneros no Brasil.

**Figura 5: Rendimento mensal habitual do trabalho no Brasil por gênero, 2021**



Fonte: Elaborado pela consultora, com base nos dados da PNADC (2021).

Em relação à sustentabilidade, o empreendedorismo feminino no Brasil destaca-se entre os países da América Latina, considerando que 9 entre 10 mulheres relataram práticas para maximizar a sustentabilidade ambiental de seus negócios; e 4 entre 5 para objetivos de sustentabilidade social (GEM WE 2022/2023).

Neste contexto, é importante ressaltar que diversos problemas estruturais impedem as mulheres empresárias de alcançar seu pleno potencial, os quais estão destacados abaixo e serão descritos e analisados nas próximas seções:

1. Acesso a recursos financeiros;
2. Equilíbrio entre vida familiar e profissional;
3. Acesso a modelos, mentores e redes;
4. Acesso à informação e tecnologia digital;
5. Fatores culturais;
6. Formalidade x informalidade;
7. Desigualdades regionais; e
8. Desigualdades raciais.

### 3.1 ACESSO A RECURSOS FINANCEIROS

As mulheres empreendedoras, em âmbito global, enfrentam mais desafios quando se trata de acesso a recursos financeiros (Ver Bruhn e Love 2009 e Mel *et al.*, 2010).<sup>vi</sup> Isto ocorre tanto para mulheres engajadas no empreendedorismo de subsistência (quando elas não têm fonte de renda para garantir o seu sustento ou o de sua família e encontram no empreendedorismo uma alternativa), quanto para mulheres orientadas para o crescimento com foco na inovação.

As mulheres empreendedoras em empreendimentos inovadores e de alto crescimento podem enfrentar desafios quanto à desconfiança em relação à capacidade de seus empreendimentos sobreviverem e crescerem. Essa situação gera, por parte dos investidores de capital de risco (que, em sua maioria, são homens), níveis mais baixos de confiança em sua capacidade de escalar seus negócios.<sup>vii</sup> Dessa forma, observa-se que as *startups* lideradas por mulheres estão mais expostas a uma fase inicial de dificuldades financeiras, dado o menor capital, antes que seu novo produto ou serviço gere receita de clientes a ponto de compensar seus custos.

De fato, em uma perspectiva global, no ano de 2023, as *startups* lideradas por mulheres receberam apenas uma pequena parte do total de investimentos de capital de risco em *startups*. No Brasil, de acordo com a *Startups.com* (2023),<sup>viii</sup> a situação é semelhante à observada na média mundial. As *startups* fundadas por mulheres recebem menos de 12% dos investimentos de *venture capital* no país.

Ainda assim, observa-se alguns movimentos no sentido contrário. Por exemplo, nos EUA, as *startups* lideradas por mulheres, em 2023 capturaram 27,8% do valor total dos negócios — ainda baixo, mas com um aumento de 18 pontos percentuais em relação a 2022, representando um máximo histórico para as *startups* lideradas por mulheres.<sup>ix</sup> (PITCHBOOK, 2023).

“O público feminino empreendedor enfrenta dificuldades na obtenção de empréstimos, em decorrência de fatores como preconceitos de gênero, falta de garantias ou falta de histórico de crédito.”

As mulheres empreendedoras em níveis de subsistência, por sua vez, enfrentam barreiras financeiras, educacionais, geográficas e sociais. Essas mulheres têm menos acesso ao sistema bancário tradicional que os homens, o que implica menor acesso ao crédito. Por exemplo, uma pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (2021) mostra que 42% das mulheres empreendedoras da pesquisa que pediram crédito tiveram suas solicitações negadas. Essa dificuldade é intensificada pelas garantias que são, frequentemente, solicitadas pelos bancos e às quais as mulheres têm menos acesso, pois as propriedades são, muitas vezes, registradas no nome do cônjuge masculino. Finalmente, parte relevante desse grupo de mulheres, por questões culturais, tem, ao longo da vida, baixo acesso à educação financeira, impactando muitas vezes sua confiança na capacidade própria de adquirir conhecimentos nessa temática.

Desta forma, o público feminino empreendedor de subsistência tende a ter uma relação mais distante com as instituições financeiras e muitas vezes se sente menos confortável para solicitar um empréstimo e se engajar uma negociação. Ao mesmo tempo, elas enfrentam dificuldades na obtenção de empréstimos, em decorrência de fatores como preconceitos de gênero, falta de garantias ou falta de histórico de crédito.

### 3.2 EQUILÍBRIO ENTRE A VIDA FAMILIAR E PROFISSIONAL

As mulheres enfrentam maiores obrigações sociais, tais como a necessidade de cuidar das crianças, dos idosos, de apoiar os filhos nas tarefas escolares e ainda executar as tarefas domésticas. Para as empreendedoras, essas obrigações trazem um desafio adicional, que é o de administrar as limitações da atenção disponível que podem dar a seus empreendimentos, diante das obrigações familiares, domésticas e até comunitárias.

De fato, dados da PNADC de 2021 revelam que as microempreendedoras dedicam, em média, 17% menos tempo em seus negócios que os empreendedores do sexo masculino. As mulheres empreendedoras também acabam sendo afetadas pelo aumento do cansaço, estresse e tempo insuficiente para se dedicar ao negócio e a cursos de treinamento que oferecem ferramentas de gestão e conhecimento.

Como consequência, as mulheres são percebidas como sub-representadas entre empreendedores de alto crescimento também por causa de suas responsabilidades familiares e sociais.

Mesmo com a menor disponibilidade de tempo para a dedicação em seus negócios, quase metade das empreendedoras desempenha a posição de “chefe de domicílio” — levantamento do SEBRAE, a partir dos dados da PNADC 2021, indica que esse percentual chega a 49%. Assim, os formuladores de políticas são desafiados a construir estruturas de apoio que reconheçam a dupla responsabilidade entre empreendimento e família que as empreendedoras enfrentam, com a certeza de que essas estruturas de apoio têm impactos diretos sobre o desenvolvimento dos negócios, crescimento econômico das famílias e, assim, da sociedade.

### 3.3 ACESSO A MODELOS, MENTORIAS E REDES DE APOIO

As referências e mentorias para as empreendedoras podem servir como exemplos simbólicos e fornecer lições valiosas para as mulheres. A mentoria e o acesso a *role models* (ou referências) são importantes porque permitem a percepção dessa representatividade e a troca e o compartilhamento de experiências e trajetórias de vida.

Em um país onde apenas 17% dos cargos de presidência das empresas são ocupados por mulheres,<sup>x</sup> as referências de lideranças femininas são fundamentais. Por isso, é muito importante que as empreendedoras tenham a oportunidade de visualizar outras mulheres em cargos de alta liderança ou como donas de empresas, a fim de reconhecerem que podem ocupar esses espaços.

A mentoria pode ajudar no crescimento e na expansão dos negócios e na sobrevivência das empresas, especialmente no caso de empreendedores de Pequenas e Médias Empresas (PMEs) e *startups*. A mentoria também é um aspecto altamente necessário da liderança, pois pesquisas<sup>xi</sup> mostram que as mulheres líderes de negócios relatam maiores inseguranças profissionais e dúvidas em suas capacidades no espaço de atuação em comparação com os homens empreendedores. Além disso, as mulheres empreendedoras enfrentam dificuldades para atrair investidores para financiamento. Nesse sentido, elas podem se beneficiar de ter mentorias capazes de orientá-las a buscar mais capital e de contribuírem com a percepção adequada de suas capacidades, o que, eventualmente, pode levar a maiores expansões e rentabilidade.

“**Mulheres líderes relatam maiores inseguranças profissionais e dúvidas em suas capacidades no espaço de atuação em comparação com os homens.**”

Apesar do aumento de mentores e redes de mentoria para lideranças femininas, impulsionadas por organizações como a “Rede Mulher Empreendedora”, a maioria das mulheres empreendedoras ainda não tem mentoria e, conseqüentemente, não se beneficia dessa estrutura no Brasil.

Em relação às redes de contatos, o sucesso empresarial é determinado, muitas vezes, pela força da rede pessoal dos empreendedores, uma vez que muitos recursos, como financiamento e conhecimento, são fornecidos por meio de conexões. Evidências na literatura indicam que as mulheres empreendedoras participam menos de redes formais, comparativamente aos homens. As razões incluem “falta de confiança pessoal, ansiedade sobre discriminação, uma percepção de falta de competência em relação aos homens e preocupações sobre a quantidade de tempo e os esforços necessários para avançar nessas redes.”<sup>xii</sup>

Adicionalmente, as evidências demonstram que, diferentemente dos homens, as mulheres frequentemente sentem que precisam investir muito antes de pedir ajuda ou aconselhamento.<sup>xiii</sup> Assim, este viés de rede persiste como um desafio, principalmente para o empreendedorismo de subsistência.

### 3.4 ACESSO À INFORMAÇÃO E À TECNOLOGIA DIGITAL

De acordo com o GSMA *Connected Women 2020*, o desafio de acesso à informação e tecnologia para mulheres empreendedoras está relacionado a dois principais fatores: cobertura de internet no país e baixo letramento digital. Por sua vez, o letramento digital está fortemente ligado à capacidade de ler e pensar criticamente.

No Brasil, dados da PNADC de 2022 revelam que 6,4 milhões dos domicílios não possuem acesso à internet.<sup>xiv</sup> O número representa 8,5% do total registrado (75,3 milhões de domicílios). Em relação às classes econômicas, apenas 11% dos usuários de internet totalmente conectados — isto é, têm acesso contínuo e regular à internet — pertencem às classes D e E.

Em relação à educação e ao letramento digital, segundo o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) (Seminário de Conectividade Significativa em 2023), o Brasil está abaixo da média dos países da América Latina. Em habilidades digitais básicas, a média dos estados-membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) é de pouco mais de 64% da população economicamente ativa, enquanto, na América Latina, esse índice cai em média para 29%. No Brasil, esse percentual é de 24,4%. Para as habilidades consideradas intermediárias, para as quais se exige que a pessoa saiba “usar uma fórmula aritmética básica”, o Brasil apresenta índice ainda menor de 11%.

A inclusão digital das mulheres ajuda a superar as limitações no empreendedorismo relacionadas ao tempo e à mobilidade física, ambas ancoradas em identidades de empreendedora e de mãe, com deveres sociais e familiares significativos que as mulheres, frequentemente, precisam equilibrar.

Outra questão relevante é que as mulheres podem ampliar a utilização do comércio digital, serviços digitais e outros empreendimentos empresariais inovadores para ampliar o leque de oportunidades de empreendimentos, crescimento e inovação das empresas.

“**As mulheres podem ampliar a utilização do comércio digital, serviços digitais e outros empreendimentos empresariais inovadores para ampliar o leque de oportunidades de empreendimentos, crescimento e inovação das empresas.**”

Neste sentido, cabe realçar que as mulheres, após o período da pandemia, foram as que mais investiram em conhecimento digital. Há, então, a oportunidade de continuar a fomentar esse movimento, provendo às mulheres, em particular às empreendedoras, recursos para explorar, plenamente, as oportunidades que o ambiente *online* oferece, em termos de educação, exercício da cidadania e inserção no mercado de trabalho.

### 3.5 FATORES CULTURAIS

As dificuldades do empreendedorismo no Brasil ocorrem para ambos os gêneros, porém, para as mulheres, tais dificuldades são acentuadas, por enfrentarem barreiras adicionais relacionadas às normas culturais enraizadas na sociedade.

Historicamente, as mulheres no Brasil tinham até recentemente restrições legais ao ingresso no mercado de trabalho, com leis exigindo que tivessem a permissão do marido para trabalhar, as quais permaneceram em vigor até 1962, de acordo com a Lei nº 4.121, de 27 de agosto de 1962, sobre o Estatuto da Mulher Casada.<sup>XV</sup>

Desde a infância, os estereótipos de gênero orientam a educação de meninos e meninas e influenciam em como homens e mulheres são percebidos na vida pessoal e profissional. Ainda, o direcionamento das tarefas domésticas para as mulheres é outra consequência das normas culturais. As normas e os costumes culturais podem ter influência na escolha dos segmentos em que as empreendedoras são mais ativas e no seu direcionamento para segmentos que geram menor valor agregado. Dados do GEM de 2022 revelam que as empresas de tecnologia, que geram o maior potencial de lucro, são em maioria lideradas por homens, o que exemplifica na prática a questão colocada.

Outras questões culturais podem ser indicadas, como as que as mulheres relatam menos confiança que os homens em sua capacidade de iniciar um negócio, têm maior tendência a se deixarem intimidar pelo medo de fracassar, direcionam mais suas ofertas comerciais para os mercados locais e buscam menos vendas em mercados nacionais.

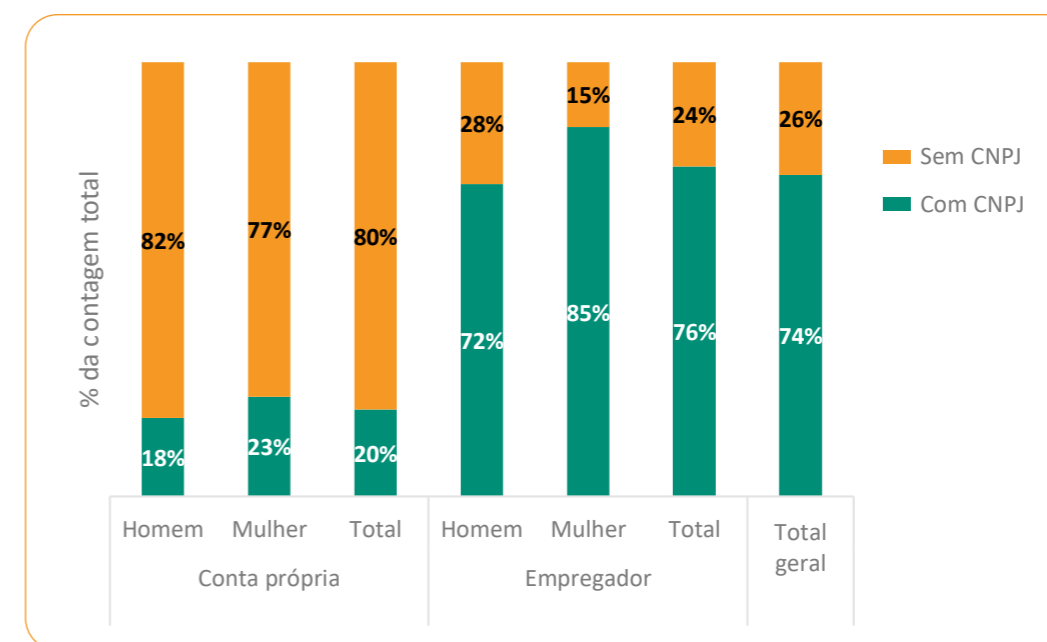
### 3.6 FORMALIDADE X INFORMALIDADE

A dinâmica informal e formal do mercado apresenta um desafio adicional para os empreendedores no Brasil. Segundo o IBGE, a partir dos dados da PNADC, o Brasil registrou uma taxa de informalidade de 39,1% da população ocupada no mercado de trabalho no trimestre até agosto de 2023,<sup>XVI</sup> evidenciando, assim, o desafio para a geração formal de renda, emprego e produção no país. A informalidade reduz a capacidade de crescimento em razão do acesso restrito ao mercado (como fornecedores e clientes formais) e o acesso restrito ao capital humano e financeiro, pois a situação informal leva a uma insegurança quanto à estabilidade da renda, o que deixa o indivíduo inseguro — ou até mesmo incapaz — além de reduzir sua capacidade de transformar a realidade de sua família. Ela também contribui para um problema social de longo prazo do país, pois os microempreendedores informais não contribuem para a previdência social.

Em relação ao empreendedorismo feminino no Brasil, apesar do fato de que as mulheres empreendedoras têm maior percentual de formalização que os homens (23% contra 18% entre os autônomos e 85% contra 72% entre os empregadores), a informalidade ainda é alta em todos os recortes.

“**As mulheres empreendedoras têm maior percentual de formalização que os homens.**”

**Figura 6: Distribuição dos negócios informais e formais por gênero e tipo do empreendedorismo, 2021**



Fonte: Elaborado pela consultora, com base nos dados da PNADC (2021).

Assim, implementar políticas públicas que estimulem a formalização das mulheres empreendedoras gera crescimento dos negócios, proteção social por meio da previdência, aumento do acesso a recursos para crescimento dos negócios (treinamento, financiamento, capital humano) e possibilidade de receber subsídios e apoio governamental.

### 3.7 DESIGUALDADES REGIONAIS

A partir dos dados das mulheres empreendedoras do estudo do Sebrae e um cruzamento com as projeções populacionais do IBGE (2º trimestre de 2021, mesmo período do estudo), foi possível encontrar a proporção de mulheres empreendedoras em cada região do país. Isto significa que o percentual total de mulheres empreendedoras é, de acordo com o tamanho da população de cada região, mais alto no Sudeste (44%), seguido pelo Nordeste (23%), Sul (15%), Norte (8%) e Centro-Oeste (7%).

O estudo destaca que a regionalidade no Brasil está fortemente relacionada com a raça. As mulheres brancas nas Regiões Sul, Centro-Oeste e Sudeste têm maior representação no conjunto de empreendedoras, em comparação com as Regiões Norte e o Nordeste. No Nordeste, mulheres brancas têm menor envolvimento no empreendedorismo, na comparação entre raças (ROSA; ORELLANA; MENEZES, 2020),<sup>xvii</sup> enquanto na Região Norte essa diferença não é significativa.

Adicionalmente, há muita heterogeneidade nas características das empreendedoras nas diferentes regiões no Brasil, como por exemplo em relação ao nível de escolaridade e de propensão a empreender. As mulheres mais instruídas, com 9 a 11 anos de escolaridade, têm uma menor participação entre empresárias no Norte e Nordeste, respectivamente 4,9% e 3,6%, em contraste com as mulheres com 1 a 4 anos de escolaridade que têm maior participação no empreendedorismo destas regiões (10,1% e 11,1%). Dessa forma, depreende-se que, no Norte e no Nordeste, a perspectiva do empreendedorismo está mais presente em mulheres com níveis de educação mais baixos, o que pode estar relacionado à vasta existência de um empreendedorismo motivado pela necessidade nessas regiões e à baixa oferta de empregos formais para as mulheres com baixa escolaridade.

“**No Norte e no Nordeste, a perspectiva do empreendedorismo está mais presente em mulheres com níveis de educação mais baixos, o que pode estar relacionado à vasta existência de um empreendedorismo motivado pela necessidade nessas regiões e à baixa oferta de empregos formais para essas mulheres.**”

No Centro-Oeste e Sudeste, por sua vez, não se observa relação significativa entre anos de escolaridade e probabilidade de empreender. Na Região Sul, as mulheres com 12 ou mais anos de escolaridade têm maior participação no segmento de empreendedorismo, o que pode indicar uma presença mais forte de empreendedorismo impulsionado por oportunidades.

Em comparação com mulheres empreendedoras de outras regiões, as do Nordeste têm menos renda e dirigem negócios menores, estão em maior número no total de mulheres que dirigem negócios informais e mostram níveis mais baixos de bem-estar subjetivo. Em relação à análise das atividades empresariais da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) por mulheres e por região, os dados mostram que as atividades referentes à ciência, à tecnologia e à saúde estão sub-representadas no Norte e no Nordeste do Brasil.

No que diz respeito ao acesso a crédito, as empreendedoras do Nordeste enfrentam mais restrições. Esta diferença não se encontra na comparação do gênero entre empreendedores das Regiões Sul, Sudeste e Centro Oeste.<sup>xviii</sup>

As informações e os dados destacados sobre as desigualdades regionais podem ser uma consequência da discriminação de gênero no Nordeste e exigem políticas públicas que visem, especificamente, ao empoderamento econômico das mulheres nessa região em particular.

### 3.8 DESIGUALDADES RACIAIS

As mulheres empreendedoras estão divididas entre 5 milhões de mulheres brancas e 4,7 milhões de mulheres negras, de forma que representam quase a metade desse contingente no Brasil (SEBRAE, 2021).<sup>xix</sup> O estudo demonstra que as mulheres negras empresárias abrem mais negócios por necessidade em comparação com as brancas, 50% e 35% respectivamente (SEBRAE, 2021).

Empreendedoras negras e brancas também se diferem no tempo dedicado aos negócios. Entre as mulheres empreendedoras negras, 59% dedicam menos de 40 horas semanais em seus negócios, e esse número é menor para as mulheres empreendedoras brancas, as quais 49% dedicam menos de 40 horas por semana (SEBRAE, 2021).

Observa-se, a partir dos dados da PNADC (2021), que os negócios de propriedade de mulheres negras são de tamanho menor e possuem um percentual menor de formalização. Quando se analisa a renda, percebe-se que há diferenças significativas entre empreendedoras negras e brancas. Enquanto 24% dos negócios das empreendedoras negras são formalizados, a proporção dos negócios formalizados de mulheres brancas chega a 41%. Essa questão afeta, diretamente, a cobertura da previdência social, com consequências importantes da proteção social que as mulheres negras enfrentam. No total, 49% das mulheres brancas contribuem para a previdência social, enquanto apenas 27% das mulheres negras contribuem.

As mulheres negras têm uma diferença média no rendimento de 32% em relação às mulheres brancas, com R\$ 1.852 contra R\$ 2.706, respectivamente. Esse fato também acontece com o número de funcionários: os dados mostram que apenas 8% dos negócios de mulheres negras têm 11 ou mais funcionários, em comparação com 15% as mulheres brancas nessa faixa (SEBRAE, 2022).

“Os negócios de propriedade de mulheres negras são menores em tamanho e possuem um percentual menor de formalização.”

Quanto ao retrato setorial por raça, os dados da PNADC (2021) indicam que geralmente, as empresárias negras estão mais presentes em atividades comerciais relacionadas a alimentos e menos em negócios relacionados a atividades científicas e técnicas.

Figura 7: Destaques do panorama do empreendedorismo feminino



4. BOAS PRÁTICAS

Na coleta de insumos para o desenho e a implementação de políticas públicas de apoio às mulheres empreendedoras, um dos passos principais é mapear boas práticas, tanto em termos de projetos de apoio ao empreendedorismo quanto casos específicos, que possam subsidiar políticas de promoção do empreendedorismo feminino. Para isso, foram coletadas informações da Aliança Empreendedora, em particular do mapa interativo da plataforma Empreender 360, e o mapa do ecossistema de apoio à mulher brasileira, organizado pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora, que resultou em um total de 81 organizações e 183 projetos de apoio e promoção do empreendedorismo feminino no Brasil (Tabela 1).<sup>3</sup>

Tabela 1: Projetos mapeados de apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil, 2021

Foco do suporte	Região do suporte					Total de projetos
	Nacional	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	
Jovens	8	2		1		11
Negras	8	4		2		14
Indígenas	1	2		2		5
Artesãs	5	4		1		10
Mães	8	1		1		10
Baixa renda	12	6		5		23
Mulheres com negócio	34	7	1	6	3	51
Mulheres sem negócio	25	5		6	2	38
Startups	12		1	1	2	16
Sem foco específico – geral	5					5
Total de projetos	118	31		25	7	183

Nota: O mapeamento foi realizado em 2021 e as iniciativas ainda estão em vigor. Novas iniciativas que surgiram, após esse período, foram mapeadas e incluídas para a publicação.

A grande maioria desses projetos (75%) tem foco de apoio ao empreendedorismo e se concentra, por exemplo, em mulheres de baixa renda com e sem negócios. A maioria das instituições opera em nível nacional ou em três ou mais estados diferentes (65%). Entre os apoios específicos às regiões, o Nordeste e o Sudeste se destacam, respectivamente, com 38% e 30% dos projetos listados. Observa-se pela amostra que quase todos os projetos têm seu foco nos centros urbanos, independentemente da região.

3. Para detalhes da coleta de informações, ver Seção 2 Metodologia.

Os projetos com foco no empreendedorismo de mulheres negras representam 17% do total mapeado. Tais projetos concentram-se, principalmente, na geração de redes com o objetivo de fortalecer a comunidade negra, desenvolver habilidades e capacitar as mulheres empreendedoras, fomentando a geração de redes de negócios. Apenas 6% dos projetos de apoio são, especificamente, dedicados às mulheres indígenas.

Em resumo, os principais projetos lidam com questões de desenvolvimento técnico, comportamental, criação de redes de apoios e de negócios, ampliação de recursos financeiros para impulsionar negócios de mulheres e/ou tem foco em subgrupos específicos no contexto do empreendedorismo feminino, a exemplo de iniciativas focadas em mães, população LGBTI+, mulheres negras e indígenas.

## 5. ESTRATÉGIA ELAS EMPREENDEM

A Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino — Estratégia Elas Empreendem, criada em 10 de abril de 2024, por meio do Decreto nº 11.994,<sup>4</sup> assinado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, pelo ministra das Mulheres, Cida Gonçalves, e pelo ministro do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, Márcio França, tem foco no empreendedorismo feminino como instrumento de inclusão social e econômica do país e tem como eixos estruturantes:

1. Acesso ao mercado e inclusão socioproductiva;
2. Acesso à tecnologia e à inovação;
3. Acesso ao crédito; e
4. Educação empreendedora.

“**A Estratégia Elas Empreendem coloca o Brasil na direção de um desenvolvimento econômico e social sustentável, inclusivo, com mulheres empoderadas que lideram com oportunidade, coragem e inspiração, construindo um futuro melhor para todos e todas.**”

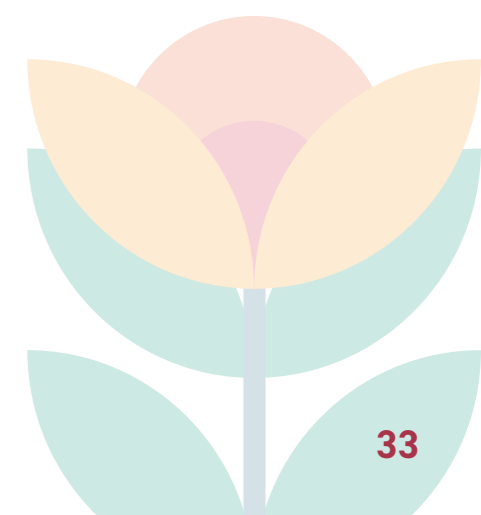
4. Decreto nº 11.994, de 10 de abril de 2024, disponível em: [D11994 \(planalto.gov.br\)](https://planalto.gov.br/diario1994).

Entre os objetivos da Estratégia Elas Empreendem, estão o fomento ao ambiente de negócios favorável ao empreendedorismo, e com particular atenção no fomento aos negócios que são liderados por mulheres, a ampliação da renda, da produtividade e da sustentabilidade dos empreendimentos liderados por mulheres, o acesso de mulheres a políticas e serviços públicos de empreendedorismo e incentivo à produção de dados e a disseminação de informações sobre o empreendedorismo feminino. Destaca-se, ainda, que a Estratégia Elas Empreendem tem como diretrizes a equidade étnico-racial para mulheres empreendedoras autodeclaradas pretas ou pardas, a garantia de previsibilidade, transparência, perenidade e coordenação na elaboração de políticas e serviços de apoio e a priorização de mulheres inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) nas ações a serem desenvolvidas.

O referido decreto também criou o Comitê Gestor de Empreendedorismo Feminino, que será coordenado pelo MEMP e composto por representantes dos Ministérios das Mulheres; da Ciência, Tecnologia e Inovação; do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços; dos Direitos Humanos e da Cidadania; da Educação; da Igualdade Racial; do Trabalho e Emprego, além de representantes do Banco do Brasil, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), da Caixa Econômica Federal, do Sebrae e de organizações da Sociedade Civil.

As informações que embasaram a presente publicação, bem como as conclusões e boas práticas, servirão como base para o desenvolvimento e focalização de políticas públicas no âmbito da Estratégia, com apoio do Comitê Gestor.

“**A Estratégia Elas Empreendem tem foco no empreendedorismo feminino como instrumento de inclusão social e econômica do país.**”





## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

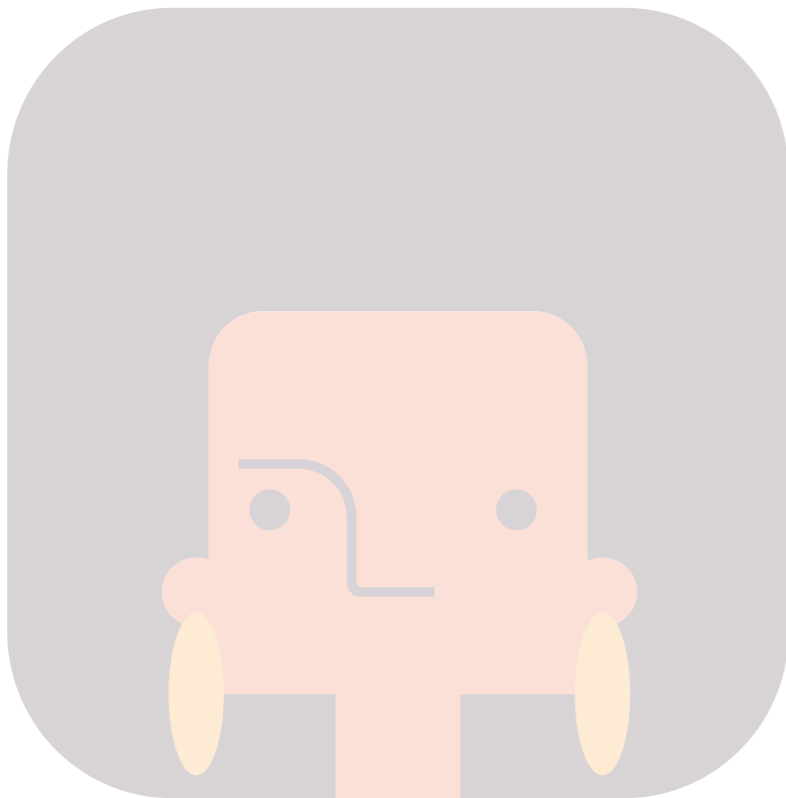
A presente publicação buscou munir a discussão sobre a promoção do empreendedorismo feminino no Brasil, considerando seu panorama recente, ideias úteis e boas práticas aplicáveis no contexto do desenho de políticas públicas voltadas para o apoio a essas empreendedoras. Para alcançar esse objetivo, foram apresentados dados e informações sobre mulheres empreendedoras brasileiras, analisando referências e estudos que refletem os principais desafios e oportunidades para mulheres nesse contexto, com base em reflexões advindas de entrevistas com especialistas na área, além de listar um conjunto de boas práticas mapeadas de projetos e iniciativas com esse objetivo. Por fim, apresentou e conectou esses desafios com a Estratégia Elas Empreendem, resposta efetiva do governo federal para a promoção do empreendedorismo feminino no Brasil.

A publicação apresentou o panorama dos empreendimentos liderados por mulheres brasileiras, com destaque para os dados que indicam que as empreendedoras representam um percentual significativo da força de trabalho e que quando conseguem superar as barreiras do empreendedorismo, conseguem ter uma distribuição de tamanho de empresa similar a dos homens, com base no número de empregados, indicando que possuem uma capacidade similar de geração de empregos a partir de seus negócios. Ainda, destaca-se que as mulheres empreendedoras têm maior percentual de formalização que os homens. Persistem as questões já amplamente debatidas relacionadas à renda, como as que mulheres possuem renda significativamente menor que a dos homens, seja no contexto das empresas quanto no mercado de trabalho.

Os desafios centrais que impedem as mulheres empresárias de alcançarem seu pleno potencial foram mapeados e envolvem as questões de acesso a recursos financeiros, equilíbrio entre vida familiar e profissional, acesso a modelos, mentorias e redes de negócios, acesso à informação e tecnologias, além de normas culturais. Somam-se a esses as desigualdades regionais, desigualdades raciais e os desafios de ampliar a formalização das empresas. Juntos, impõem desafios vultosos para o crescimento e o desenvolvimento de negócios de mulheres e que necessitam ser endereçados de forma eficaz, por meio de políticas públicas direcionadas para superá-los.

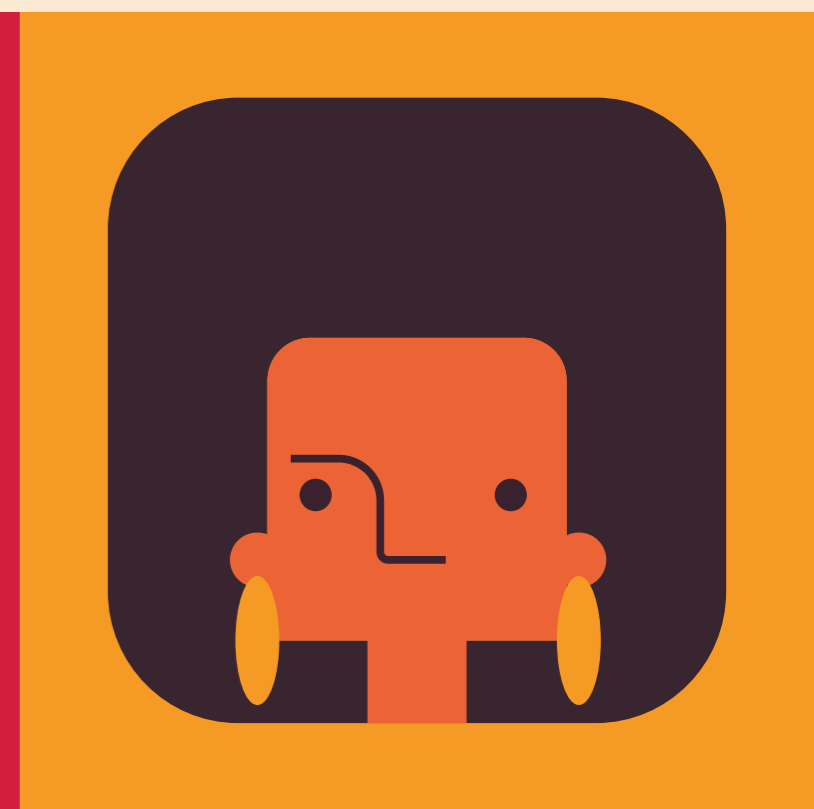
Nesse contexto, o desenho de políticas públicas voltadas para a promoção do empreendedorismo feminino beneficia-se do conhecimento de iniciativas e projetos já implementados, colhendo insumos, boas práticas e lições aprendidas para uma atuação inteligente e eficiente com ampliação do impacto e alcance dos objetivos definidos. A publicação mencionou alguns destaques na definição dessas iniciativas, como questões de desenvolvimento técnico, comportamental, criação de redes de apoios e de negócios, ampliação de recursos financeiros para impulsionar negócios de mulheres e com foco em subgrupos específicos no contexto do empreendimento feminino, a exemplo de iniciativas focadas em mães, população LGBTI+, mulheres negras e indígenas. Dessa forma, é possível refletir sobre esses insumos e avaliar as possibilidades de construção de políticas públicas para mulheres empreendedoras, a fim de multiplicar esses impactos no Brasil.

A Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino – Estratégia Elas Empreendem compartilha das principais ideias e boas práticas destacadas no que se refere aos objetivos de promoção do empreendedorismo de mulheres como instrumento de inclusão social e econômica do país. No bojo dessa estratégia, busca-se fomentar um ambiente de geração de renda, produtividade e sustentabilidade nos empreendimentos de mulheres, endereçando os principais desafios de acesso a crédito, tecnologia, educação e inclusão e a equidade étnico-racial. Dessa forma, a Estratégia Elas Empreendem coloca o Brasil na direção de um desenvolvimento econômico e social sustentável, inclusivo, com mulheres empoderadas que lideram com oportunidade, coragem e inspiração, construindo um futuro melhor para todos e todas.



## REFERÊNCIAS

- I. BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO (BID). *In*: BRAGA, K.; PEREIRA PORTO, R. *Acompanhamento da política creditícia adotada pelo Sistema Nacional de Fomento para as micro, pequenas e médias empresas diante da crise da Covid-19*. 2023. Disponível em: [Publicações \(iadb.org\)](https://publicacoes.iadb.org/). Acesso em: jul. 2024.
- II. BULLOUGH, A.; HECHAVARRIA, D.; BRUSH, C.; EDELMAN, L. (Eds.). *High-growth womens entrepreneurship programs, policies and practices*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019.
- III. MAPA DAS EMPRESAS. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-1o-quadrimestre-2024.pdf>. Acesso em: jul. 2024.
- IV. PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA (PNADC). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>. Acesso em: jul.2024.
- V. GTZ; THE WORLD BANK; THE INTER-AMERICAN BANK. *Women Economic Opportunities in the Formal Private Sector in Latin America and the Caribbean: A Focus on Entrepreneurship*. The World Bank: Washington DC, 2010. Disponível em: <http://www.worldbank.org/lacgender>.
- VI. BRUHN, M.; LOVE, I. The economic impact of banking the unbanked: evidence from Mexico. World Bank Policy Research Working Paper, 4981. DE MEL, S.; MCKENZIE, D.; WOODRUFF, C. Are women more credit constrained? Experimental evidence on gender and microenterprise returns. *American Economic Journal: Applied Economics*, 1(3), 1-32, 2009.
- VII. HAMILTON, C.; DOUGHTERY, E.; ELAM, A.; KALBFLEISCH, P.; TERJESEN, S.; WOOLLEY, J. *Colloquium on Female Perspectives on Entrepreneurship and Research*. Stonybrook University, January 2022.
- VIII. STARTUPS.COM. Disponível em: <https://startups.com.br/noticias/mulheres-recebem-12-dos-recursos-dos-maiores-vcs-do-pais/>. Acesso em: jul. 2024.
- IX. PITCHBOOK, 2023. *US All In: Female Founders in the VC Ecosystem Report*. Disponível em: [2023 US All In: Female Founders in the VC Ecosystem | PitchBook](https://pitchbook.com/reports/us-all-in-female-founders-in-the-vc-ecosystem). Acesso em: jul. 2024.
- X. PANORAMA MULHERES. 2023. Disponível em: [Panorama Mulheres - Talenses Group](https://panorama.mulheres.com.br/). Acesso em: jul. 2024.
- XI. RELATÓRIOS DO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Disponível em: [GEM Global Entrepreneurship Monitor \(gemconsortium.org\)](https://gemconsortium.org/).
- XII. HAMPTON, A.; COOPER, S.; MCGOWAN, P. Female Entrepreneurial Networks and Networking Activity in Technology-based Ventures An Exploratory Study, *International Small Business Journal*, 27(2), p. 193-214, 2009.
- XIII. ARASTI, Z.; TARZAMNI, E.; BAHMANI, N. "Networking Activity of Female Entrepreneurs Over Time: An Exploratory Case Study on Female Entrepreneurs from Early-Stage to Establishment". *In*: REZAEI, S.; LI, J.; ASHOURIZADEH, S.; RAMADANI, V.; GERGURI-RASHITI, S. (Eds.). *The Emerald Handbook of Women and Entrepreneurship in Developing Economies*. 2021
- XIV. PNADC, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2023/>. Acesso em: jul. 2024.
- XV. LEI Nº 4.121, DE 27 DE AGOSTO DE 1962. Dispõe sobre a situação jurídica da mulher casada. Disponível em: [L4121 \(planalto.gov.br\)](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1962/4121.htm). Congresso Nacional, 1962.
- XVI. IBGE, 2023. Disponível em: [PNAD Contínua Trimestral: desocupação recua em duas UFs no 4º trimestre de 2023 | Agência de Notícias \(ibge.gov.br\)](https://www.ibge.gov.br/agencia-de-noticias/2023/07/23-desocupacao-recua-em-duas-ufs-no-4o-trimestre-de-2023.html). Acesso em: jul. 2024.
- XVII. ROSA, S. S. da; ORELLANA, V. dos S. Q.; MENEZES, G. R. Determinantes do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Regiões. *Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos*, [S. l.], v. 14, n. 4, p. 690-713, 2020. DOI: 10.54766/rberu.v14i4.643. Disponível em: <https://revistaaber.org.br/rberu/article/view/643>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- XVIII. BANCO CENTRAL DO BRASIL; MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. *Impactos do Microcrédito Produtivo Orientado: Uma Avaliação a partir da Metodologia de Experimentos Aleatorizados*.
- XIX. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Empreendedorismo por raça, cor/gênero no Brasil*. 2021 e 2023. Disponível em: [Portal SEBRAE](https://portal.sebrae.org.br/); <https://static.poder360.com.br/2023/02/empreendedorismo-raca-cor-sexo-sebrae-2-trimestre-2022.pdf>. Acesso em: jul. 2024.



Este exemplar é parte do nosso compromisso com a responsabilidade ambiental.  
Cada página foi impressa em papel proveniente de fontes responsáveis,  
refletindo nosso cuidado em preservar os recursos naturais e minimizar  
o impacto sobre o planeta. Edição limitada.



# EMPREENDEM



MINISTÉRIO DO  
DESENVOLVIMENTO,  
INDÚSTRIA, COMÉRCIO  
E SERVIÇOS

MINISTÉRIO DO  
EMPREENDEDORISMO,  
DA MICROEMPRESA E DA  
EMPRESA DE PEQUENO PORTE

