

Perfil das Mulheres  
Empreendedoras do

# Novo Eixo

Regiões Norte,  
Nordeste e  
Centro-Oeste



ACELERADORA

# Sumário

Mulheres empreendedoras do Novo Eixo: força, desafios e a potência da rede.....	3
Por que falar sobre um Novo Eixo? .....	7
<b>01. Empreendedorismo feminino no Novo Eixo: o que sabemos até agora? .....</b>	<b>8</b>
<b>02. Escopo da pesquisa .....</b>	<b>13</b>
<b>03. Quem é a empreendedora do Novo Eixo? .....</b>	<b>16</b>
<b>04. Quando as ideias saem do papel: o caminho das empreendedoras até a expansão .....</b>	<b>24</b>
<b>05. Entre pressões e persistência: os principais desafios das mulheres empreendedoras .....</b>	<b>29</b>
<b>06. Juntas somos mais fortes: o impacto das empreendedoras em suas comunidades.....</b>	<b>32</b>
<b>07. Entre raça, cuidado e resiliência: o custo invisível para mulheres negras no empreendedorismo .....</b>	<b>37</b>
<b>08. Da incerteza à consolidação: como o tempo transforma negócios femininos .....</b>	<b>41</b>
<b>09. Contas em equilíbrio: a jornada financeira das mulheres que são chefes de família .....</b>	<b>44</b>
<b>10. Análise detalhada por macrorregião .....</b>	<b>46</b>
Conclusões.....	68
Referências.....	71

# Mulheres empreendedoras do Novo Eixo: força, desafios e a potência da rede

Empreender é um ato de coragem. No Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil — que eu gosto de chamar de Novo Eixo, onde as oportunidades nem sempre chegam com a mesma facilidade que nos grandes centros, essa coragem se multiplica. As mulheres dessas regiões criam negócios para sustentar suas famílias, movimentar suas comunidades e por autorrealização. Elas fazem isso desafiando um sistema que ainda impõe barreiras ao seu crescimento.

Os dados desta pesquisa mostram algo poderoso: **87,6% das mulheres empreendedoras não trocariam seus negócios por um emprego CLT**, mesmo com todas as dificuldades. Isso significa que empreender não é apenas uma opção, mas um caminho de autonomia e transformação. Infelizmente, essa trajetória ainda é repleta de desafios, especialmente para as mulheres negras.

A realidade escancarada pelos números confirma o que já sabemos: **56,6% das empreendedoras do Novo Eixo são negras, e são justamente elas que enfrentam os maiores obstáculos para crescer. 69,9% nunca tiveram acesso a crédito ou financiamento especializado.** O sistema financeiro não enxerga essas mulheres, mas elas seguem em movimento — inovando, criando soluções e puxando outras junto.

E aqui chegamos ao que é essencial: **o poder da união entre as mulheres.** A pesquisa confirma algo que vivemos todos os dias na Be.Labs — **82,4% das empreendedoras acreditam que fortalecer as conexões entre mulheres é fundamental para o sucesso dos seus negócios.** Quando criamos ambientes onde as mulheres podem trocar experiências, aprender juntas e se impulsionar, os resultados aparecem. **A sororidade não é só uma ideia bonita — é uma estratégia real de crescimento.** Uma mulher abre um caminho, e logo atrás vem outra, depois mais uma. Na Be.Labs, estruturamos essas conexões para que deixem de ser acasos e se tornem redes sólidas de apoio.

Os números desta pesquisa não são apenas estatísticas. **Eles são o retrato da luta diária das empreendedoras do Novo Eixo e um chamado à ação.** Quem já chegou até aqui não pode mais aceitar ser invisibilizada. O empreendedorismo feminino não é só sobre negócios — é sobre impacto, autonomia e transformação coletiva. Mas, para que essas mulheres tenham acesso real a oportunidades, **o apoio precisa ser coletivo.**

**Seguimos juntas.**  
O que uma aprende,  
compartilha. O que  
uma conquista, abre  
espaço para outra.  
**E quando uma cresce,  
todas crescem.**



**Marcela Fujiy**

Fundadora da Be.Labs

## **Be.Labs: a tecnologia social que impulsiona o empreendedorismo feminino no Novo Eixo**

**Criada em 2018 por Marcela e Christian Fujiy, a Be.Labs surgiu com a missão de transformar a realidade de empreendedoras do Norte, Nordeste e Centro-Oeste** — o chamado Novo Eixo — por meio de uma metodologia pioneira que alia capacitação técnica, impacto social e fortalecimento da autoconfiança.

Seu principal programa, o **Efeito Furacão**, conduz mulheres empreendedoras por uma jornada de cinco fases, em que passam da concepção da ideia à estruturação do negócio, por meio de mentorias personalizadas. O método, **baseado em design thinking e adaptado às necessidades socioeconômicas da região**, ajuda as participantes a superarem desafios como desigualdade de gênero e falta de redes de apoio.

Desde sua criação, a Be.Labs já apoiou mais de **3.500 negócios femininos** e ofereceu **7.000 horas de mentorias**, consolidando-se como referência no ecossistema de empreendedorismo feminino. Para ampliar esse impacto, lançou o **Furacão.AI**, uma inteligência artificial treinada com a base de conhecimento da Be.Labs, que auxilia empreendedoras na criação de estratégias e na produção de conteúdos para redes sociais.

Além disso, a plataforma **Mentore.se** conecta empreendedoras a especialistas em áreas como marketing, gestão e finanças, oferecendo mentorias personalizadas para cada mulher e estrutura de negócio. A **Comunidade Be.Labs** complementa esse suporte, proporcionando um ambiente de troca e fortalecimento coletivo.

**Ao unir inovação, capacitação e empoderamento, a Be.Labs prova que as mulheres podem — e devem — ser protagonistas de seus negócios**, impulsionando mudanças não apenas no mercado, mas também em suas vidas e comunidades.



# Por que falar sobre um Novo Eixo?

Por muito tempo, o debate sobre empreendedorismo feminino no Brasil girou em torno do eixo Sul-Sudeste / Rio-São Paulo. Mas ignorar o que acontece no Norte, Nordeste e Centro-Oeste é perder de vista uma força econômica e social em plena ascensão. **Essas regiões reúnem 43% da população brasileira e concentram entre 36% e 38% das empreendedoras do país** — um movimento que cresce ano após ano, impulsionado pela necessidade de autonomia financeira e pela resiliência das mulheres que transformam desafios em oportunidades.

O Novo Eixo não é apenas um conceito geográfico. É uma nova centralidade econômica e social que precisa ser reconhecida e fortalecida. **As mulheres dessas regiões não só empreendem, mas sustentam suas famílias, movimentam suas comunidades e inovam**, muitas vezes sem o mesmo acesso a crédito, infraestrutura e redes de apoio que outras partes do país.

Olhar para o Novo Eixo é estratégico porque **investir nessas mulheres significa impulsionar o desenvolvimento local, reduzir desigualdades regionais e ampliar o impacto do empreendedorismo feminino na economia brasileira, fazendo justiça social na prática**. É hora de mudar a lógica e garantir que essa potência tenha o espaço e o reconhecimento que merece.

01.

# Empreendedorismo feminino no Novo Eixo: o que sabemos até agora?



Nos últimos anos, o crescimento do empreendedorismo feminino no Norte, Nordeste e Centro-Oeste — regiões conhecidas como Novo Eixo — tem se destacado tanto pela relevância populacional quanto pelas oportunidades de mercado que oferecem. De acordo com dados do **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**, essas três regiões somam cerca de **91 milhões de habitantes**, representando aproximadamente **43% da população nacional**.

No que diz respeito à presença feminina no empreendedorismo, levantamentos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) indicam que até o quarto trimestre de 2024 o **Novo Eixo concentrou em média 39,5% das empreendedoras do país**. Dentre essas regiões, o Nordeste responde por aproximadamente **23,7%**, o Norte **8,1%** e o Centro-Oeste concentra **7,7%**.

**O Novo Eixo concentrou em média 39,5% das empreendedoras do país.**

Embora o Sudeste ainda abranja entre **45% e 50%** dos negócios liderados por mulheres, observa-se um avanço acelerado no **Novo Eixo**, impulsionado pela expansão do **Microempreendedor Individual (MEI)** e pela busca de alternativas de renda em locais com menor oferta de emprego formal.

Os perfis dessas empreendedoras, em geral, refletem mulheres que acumulam múltiplas responsabilidades, incluindo a chefia da família e a gestão das tarefas domésticas. Muitas possuem escolaridade entre o ensino médio e superior, mas ainda enfrentam barreiras como **dificuldade de acesso ao crédito e infraestrutura deficitária**. Além disso, surge o desafio de conciliar a gestão do negócio com o cuidado familiar.

Programas de microcrédito e redes de apoio demonstram grande potencial para ampliar a **profissionalização e a competitividade** desses pequenos empreendimentos, especialmente nos setores de **comércio, alimentação, agronegócio e economia criativa**.

Outro fator relevante é a expansão econômica regional. De acordo com o **Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021–2022**, em algumas áreas do Novo Eixo, a participação das mulheres em negócios em fase inicial pode ultrapassar a média histórica brasileira, demonstrando um forte crescimento em segmentos como **artesanato, turismo, serviços de alimentação e agricultura familiar**.



Embora as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste representem menos de **30% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional**, o potencial de geração de renda e inovação é expressivo. Cada novo negócio tem capacidade de **fortalecer cadeias produtivas locais e promover a inclusão de outras mulheres**. Esse impacto se torna ainda mais evidente em **áreas rurais e ribeirinhas**, onde a formalização de atividades lideradas por mulheres favorece a circulação de recursos dentro da própria comunidade.

**Ao mesmo tempo, persistem dificuldades estruturais que exigem soluções específicas.** O acesso a linhas de financiamento ainda se concentra nos grandes centros urbanos das regiões Sul e Sudeste, criando **desigualdades para as empreendedoras do Novo Eixo**. Além disso, a falta de acesso à internet e a precariedade dos sistemas logísticos dificultam a expansão dos negócios, embora a adoção de *e-commerce* e do marketing digital tenha se mostrado promissora em diversas localidades.

Nesse cenário, iniciativas que promovam **capacitação contínua, assessoria gerencial e incentivos à adoção de ferramentas tecnológicas** são apontadas como pilares fundamentais para o fortalecimento do empreendedorismo feminino nessas regiões.

A implementação de **políticas voltadas à conciliação entre trabalho e cuidado**, incluindo **programas de apoio familiar**, pode ser uma estratégia positiva para reduzir a sobrecarga doméstica, e **facilitar a profissionalização e o crescimento dos negócios liderados por mulheres**.

**O cenário aponta para um crescimento acelerado e um alto potencial de impacto social. Mesmo com a falta de visibilidade, o empreendedorismo feminino no Norte, Nordeste e Centro-Oeste avança em ritmo expressivo**, impulsionado por uma população numerosa e um conjunto diversificado de oportunidades econômicas. No entanto, enquanto os grandes centros do Sul e Sudeste recebem mais incentivos e atenção, as empreendedoras do Novo Eixo enfrentam desafios como dificuldade de acesso a crédito, infraestrutura limitada e escassez de políticas públicas adaptadas às suas realidades.

**Apesar dessas barreiras, o fortalecimento de redes de colaboração, o investimento em microcrédito e a ampliação de políticas de apoio vêm criando caminhos concretos para a consolidação dos negócios** liderados por mulheres. Esse avanço impulsiona a geração de empregos, a diversificação da renda e o desenvolvimento socioeconômico regional, consolidando o Novo Eixo como um pólo emergente do empreendedorismo feminino no Brasil.

Mesmo com a falta de visibilidade,  
**o empreendedorismo feminino no Norte, Nordeste e Centro-Oeste avança em ritmo expressivo.**

# 02.

## Escopo da pesquisa



Esta pesquisa foi desenvolvida em 2024 por meio de um questionário online criado no Google Forms, divulgado nas redes sociais da Be.Labs e compartilhado por mentoras e facilitadoras ligadas à instituição. O formulário ficou disponível para respostas de outubro de 2024 a janeiro de 2025, alcançando, inicialmente, **607 participações**.

Como critério de inclusão, foram consideradas apenas mulheres com negócios já em andamento. Por esse motivo, **seis respondentes foram excluídas da amostra final**, pois ainda estavam na fase de ideação do negócio, resultando em **601 respostas válidas**.

O questionário utilizado continha questões fechadas e abertas, divididas em blocos temáticos relativos ao perfil demográfico (idade, escolaridade, estado civil), indicadores financeiros (renda média, fontes de financiamento, faturamento), motivações para empreender (razões pessoais, profissionais, influências externas), estrutura do empreendimento (formalização, setor de atuação) e principais desafios (acesso a crédito, conciliação trabalho-família, infraestrutura). Embora a maior parte das perguntas fosse de múltipla escolha, foram disponibilizados campos abertos para coleta de detalhes adicionais, garantindo maior profundidade na análise das respostas.

Das respostas inicialmente obtidas, **61,6%** vieram do **Nordeste**, **21,5%** do **Norte** e **17,0%** do **Centro-Oeste**.

Em termos de distribuição regional, das **601 respostas inicialmente obtidas, 370** vieram do **Nordeste (61,6%)**, **129** do **Norte (21,5%)** e **102** do **Centro-Oeste (17,0%)**.

Como a pesquisa foi conduzida online, trata-se de uma **amostragem por conveniência**, com possível viés de seleção voltado para mulheres que têm acesso à internet.

Apesar dessa limitação, o volume e a consistência das respostas oferecem um panorama relevante sobre as **características e desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no Norte, Nordeste e Centro-Oeste**. Os resultados apresentados nos capítulos seguintes consolidam esses dados e apontam **tendências que ajudam a compreender o cenário do empreendedorismo feminino no Novo Eixo**.



03.

# Quem é a empreendedora do Novo Eixo?



**O perfil das mulheres empreendedoras no Novo Eixo (Norte, Nordeste e Centro-Oeste) apresenta características variadas,** mas com pontos em comum que refletem um cenário de múltiplas jornadas e busca por independência financeira.

A maioria das entrevistadas têm, em média, **42,4 anos**, é **casada (47,3%)** e **possui filhos (75,9%)**, o que reforça a necessidade de conciliar as exigências familiares com a gestão do próprio negócio. Além disso, **56,6% das empreendedoras se declaram negras** (somando pretas e pardas) e **35,9%, brancas, enquanto 85,0% indicam ser heterossexuais.**

**O empreendedorismo não é apenas um caminho para a realização profissional, mas também uma necessidade econômica.**

Nesse contexto, **quase metade (50,6%) atua como chefe de família**, assumindo total ou parcialmente a responsabilidade pelo sustento do lar, evidenciando a importância econômica do empreendedorismo na vida dessas mulheres. **Em 37,4% dos lares, elas são as principais provedoras, arcando majoritariamente com as despesas, e em 26,8%, a renda é dividida entre a empreendedora e seu companheiro.** Essa realidade reforça o papel fundamental que o empreendedorismo desempenha na vida dessas mulheres, muitas vezes não apenas como um caminho para a realização profissional, mas também como uma necessidade econômica.

Apesar da significativa participação feminina na provisão financeira, observa-se que **53,9% das entrevistadas recebem mensalmente entre 1 e 3 salários mínimos e 21,3% contam com uma renda inferior a 1 salário mínimo.** Esses dados ilustram os desafios de sustentabilidade econômica na vida dessas mulheres e na sustentabilidade dos negócios, o que muitas vezes as leva a buscar outras fontes de renda: **71,2% afirmam que o empreendimento não é sua única atividade remunerada.**

Paralelamente, os dados revelam que a alta escolaridade não garante, necessariamente, maior renda ou segurança financeira. Um percentual significativo dessas mulheres possui nível de escolaridade elevado: **30,1% concluíram a pós-graduação e 21,6%** concluíram o ensino superior. Ainda assim, questões estruturais e de gênero refletem diretamente na remuneração feminina. **De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), as mulheres brasileiras recebem, em média, cerca de 20% a menos que os homens, mesmo quando possuem qualificação semelhante (IBGE, 2021).**

Esse descompasso de renda tende a se acentuar em regiões de menor oferta de emprego, menos acesso a crédito e maior informalidade, situações que impactam fortemente as empreendedoras do Novo Eixo. Assim, **embora a formação acadêmica possa contribuir para a gestão e o crescimento dos negócios, ela não é suficiente, por si só, para garantir a sustentabilidade a longo prazo.**



Quanto ao tempo de experiência, **31,3% das mulheres empreendem de 1 a 3 anos e 21,1% têm de 3 a 6 anos de atuação**, indicando que muitas ainda estão em fase de consolidação de seus negócios. As motivações variam: **43,2% apontam o desejo de ter o próprio negócio e ser independente, 22,0% buscam complementar a renda, 10,0% viram uma oportunidade de mercado e 10,4% começaram a empreender em razão do desemprego.**

Em relação à formalização, **64,6% possuem CNPJ**, sendo que a categoria de **Microempreendedora Individual (MEI)** responde por **94,0%** desses registros. **Os segmentos mais comuns incluem alimentação (25,7%), moda e beleza (23,5%), artesanato e personalizados (17,3%) e serviços (15,4%), áreas que geralmente exigem menor capital inicial.**

A estrutura dos negócios também se destaca pela predominância de empreendimentos de pequeno porte: **56,2% das entrevistadas trabalham sozinhas e 28,8% contam com até 3 funcionários. Apenas 1,7% ultrapassam 20 colaboradores**, reforçando o caráter enxuto e individualizado de muitas dessas iniciativas.

Em termos financeiros, **67,5% das empreendedoras relataram algum tipo de dívida**, resultado possivelmente relacionado à renda baixa e à dificuldade de separação de custos pessoais e empresariais. Entre as que possuem débitos, **43,5% contrataram empréstimos em bancos e 45,6% utilizaram o cartão de crédito**, o que pode acarretar taxas elevadas e agravar o endividamento. Uma parcela menor (**8,8%**) **se refere a contas de serviços básicos (água, luz, etc.) atrasadas**, e **apenas 0,8% mencionam dívidas junto a fornecedores**.

Apesar dos desafios, o comprometimento com o próprio negócio é evidente: **87,6% das empreendedoras não trocariam o empreendedorismo por um emprego com carteira assinada (CLT)**. No entanto, **uma parcela menor (6,0%) considera essa possibilidade**, especialmente quando fatores como **estabilidade financeira, carga horária** e a **conciliação entre** ambas as **atividades** entram em jogo.

**87,6% das empreendedoras não trocariam o empreendedorismo por um emprego com carteira assinada.**

Esse cenário mostra que, para muitas, empreender é uma escolha estratégica, mas que pode ser reavaliada conforme as condições do mercado e as oportunidades no trabalho formal.

Em suma, **as mulheres empreendedoras do Novo Eixo encontram na autonomia, na flexibilidade e na busca pelo crescimento sustentável a motivação para seguir no futuro**, ainda que precisem lidar com jornadas múltiplas, sobrecarga de tarefas e barreiras de acesso a recursos essenciais.

A resiliência demonstrada na condução de seus empreendimentos ressalta a necessidade de políticas e programas que promovam maior patrimônio salarial, fomento ao microcrédito e suporte gerencial, de modo a fortalecer e potencializar os negócios femininos em todas as regiões do país.



# Perfil das Mulheres Empreendedoras do

## Novo Eixo

Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste



Idade média:

**42,4 anos**



**85,0%**

são heterossexuais



**56,6%**

se declaram negras  
(pretas + pardas)



**35,9%**

se declaram brancas



**47,3%**

são casadas



**75,9%**

têm filhos



**50,6%**

são chefes  
de família



**53,9%**

recebem de **1 a 3** salários mínimos



**71,2%**

**não** têm o negócio como única fonte de renda



**30,1%**

concluíram **pós-graduação**



**31,3%**

atuam entre **1 e 3 anos**



**87,6%**

**não abandonariam** o empreendedorismo por um emprego CLT



**43,2%**

querem ter o **próprio negócio/ independência**



**64,6%** têm **CNPJ**

**94,0%** dessas são MEI (Microempreendedora Individual)



**67,5%%**

têm alguma **forma de dívida**



**56,2%**

não possuem **nenhum funcionário**, são sozinhas tocando o negócio

04.

# Quando as ideias saem do papel: o caminho das empreendedoras até a expansão



## As mulheres do Novo Eixo (Norte, Nordeste e Centro-Oeste) estão transformando projetos em negócios consolidados e buscando novas oportunidades de crescimento.

A maioria já superou a fase de validação e agora foca na ampliação da base de clientes e na expansão para novos mercados. De acordo com a pesquisa, **41,3% das entrevistadas já realizam vendas, mas desejam torná-las mais recorrentes**, enquanto **38,3% buscam capacitação e investimento** para expandir. Apenas **13,6% ainda estão na etapa inicial de confirmação do modelo de negócio**, o que evidencia um cenário predominantemente voltado ao crescimento.

Olhando para o faturamento, a maior parte das empreendedoras **(85,9%) movimentam entre R\$1.000 e R\$50.000 por mês**, um intervalo que vai desde pequenos negócios até micro e pequenas empresas mais estruturadas. Já **4,1% faturam entre R\$51.000 e R\$81.000** e **1,9%, entre R\$82.000 e R\$100.000**, enquanto **faixas acima de R\$100.000** representam um grupo ainda menor (cerca de **4%**). Há também **2,8%** que faturam **menos de R\$1.000 mensais**. Esses dados mostram a predominância de negócios de porte intermediário, mas também destacam a necessidade de suporte para que mais empreendedoras possam escalar suas operações.

A presença digital é um fator essencial nessa jornada. **O Instagram (60,5%) e o WhatsApp (34,2%) lideram como principais canais de**

**relacionamento** e fidelização de clientes, enquanto **Facebook (1,9%)** e **LinkedIn (2,6%)** aparecem com menor relevância. Já o **TikTok (0,9%)**, apesar do crescimento global, ainda não é amplamente adotado. No **modelo de vendas, 57,6%** das empreendedoras optam por uma **abordagem híbrida**, combinando o digital com o presencial, enquanto **26,8% operam exclusivamente no meio on-line** e **15,7%** mantêm **negócios locais**.

A **monetização** dessas empresas vem, majoritariamente, da **venda direta** de produtos ou serviços (**87,1%**). Outras fontes, como **anúncios (3,7%)** e taxas de **corretagem (2,5%)**, ainda são pouco exploradas. No entanto, **um desafio comum** entre essas empreendedoras é a **dificuldade de acesso a capital: 80,1% financiaram seus negócios com recursos próprios** — oriundos de salário, bens pessoais ou renda familiar. Apenas **9,9%** conseguiram **financiamento bancário**, enquanto **empréstimos de amigos (8,3%)** e **familiares (0,5%)** e **heranças (1,7%)** foram opções ainda menos frequentes.

**A dificuldade de acesso a linhas de financiamento especializadas não é uma realidade apenas do Novo Eixo.** Dados do **Sebrae (2022)** e do **Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2021/2022)** **indicam** que **mulheres enfrentam mais obstáculos para obter financiamento do que os homens**, o que as leva a depender majoritariamente de seus próprios recursos. Essa **disparidade entre gêneros** está **diretamente ligada a fatores estruturais**, como a **falta de garantias**, o **desconhecimento sobre linhas de crédito** e **redes de contatos mais restritas**, o que dificulta

o cumprimento de exigências bancárias. Esses obstáculos explicam por que **69,9% das entrevistadas não conseguiram acessar crédito especializado**, evidenciando uma desigualdade que limita o potencial de crescimento desses negócios.

**Esse contraste reflete uma realidade global.** Segundo o **relatório GEM 2023/2024**, **mulheres têm 10% menos chances de conhecer um empreendedor e um terço menos propensão a investir em negócios.** Além disso, quando investem, aplicam 30% menos capital do que os homens, o que restringe a escalabilidade de suas empresas. **O ambiente de investimentos ainda opera com forte discricionariedade e influência de redes de confiança**, perpetuando estereótipos e restringindo o acesso das mulheres ao capital necessário para escalar seus negócios. No entanto, o crescimento de **redes de investidoras e iniciativas de financiamento voltadas ao empreendedorismo feminino surgem como alternativas para reduzir essa disparidade** e criar novas oportunidades para as mulheres competirem e inovarem em seus setores.

**69,9% das entrevistadas não conseguiram acessar crédito especializado**, evidenciando uma desigualdade que limita o potencial de crescimento desses negócios.

Entre as mulheres que conseguiram acessar crédito **(30,4%)**, os principais programas utilizados foram o **Crediamigo** (Banco do Nordeste), com **34,6%**, seguido pelo **Pronampe (12,5%)** e programas estaduais e municipais de microcrédito, como o **Empreender (11,0%)**. Outras opções incluem o **BNDES (6,6%)**, o **Banco do Brasil (4,4%)**, **iniciativas de fomento estadual (5,9%)** e **microcrédito geral (7,4%)**, que, apesar de menos representativos, ainda desempenham um papel relevante em determinados segmentos.

**Esses indicadores evidenciam a lacuna de suporte formal ao empreendedorismo feminino**, ressaltando a necessidade de ampliar políticas públicas e privadas que facilitem o acesso a financiamentos. Ao mesmo tempo, demonstram o **papel decisivo dos programas de microcrédito e fomento**, sobretudo **para mulheres em contextos de maior vulnerabilidade econômica**.

Um cenário que exige maior conscientização das instituições financeiras, e a criação de mecanismos inclusivos, capazes de contemplar as especificidades de gênero e promover a equidade no ecossistema empreendedor.

Ao mesmo tempo, a **resiliência das empreendedoras continua sendo um motor de crescimento**. Mesmo diante de desafios financeiros, muitas encontram maneiras criativas de expandir seus negócios, fortalecer sua presença digital e atrair clientes. **Transformando barreiras em oportunidades, essas mulheres seguem crescendo — e, ao que tudo indica, não pretendem desacelerar tão cedo.**

**05.**

# Entre pressões e persistência: os principais desafios das mulheres empreendedoras



**Elas conciliam família, estudos, tarefas domésticas e a gestão de um negócio** — um panorama que resume a rotina de inúmeras mulheres empreendedoras que, apesar dos desafios, seguem firmes em busca de autonomia. **De acordo com a pesquisa, o maior obstáculo relatado é o acesso ao crédito ou financiamento**, evidenciando as dificuldades para obter recursos destinados à expansão ou ao capital de giro. Logo em seguida, o marketing, as vendas e a conquista de novos mercados aparecem como desafios estratégicos para o crescimento.

O equilíbrio entre trabalho e vida pessoal também se destaca como uma preocupação relevante, com **37,64% das entrevistadas afirmando que conciliar tantas responsabilidades é uma tarefa complexa**. Para **34,08%**, **a falta de tempo para si mesmas** é um reflexo do acúmulo de funções ligadas à família e ao negócio, enquanto **25,84% chamam atenção para a carga doméstica** e os cuidados com filhos ou familiares — demandas que ainda recaem majoritariamente sobre as mulheres. Esses números convergem para outro dado significativo: **43,82% concordam totalmente que manter esse equilíbrio é desafiador**, percentual que ultrapassa 60% quando somadas as respostas de quem “concorda total ou parcialmente”. Em outras palavras, **a rotina multitarefa é uma realidade para grande parte dessas empreendedoras**.

Outro fator que se destaca é o **medo de fracassar**, presente em **44,6% das entrevistadas**. Embora algumas reconheçam o risco como parte natural da trajetória, outras veem a

insegurança como um obstáculo que pode dificultar seus próximos passos. Já a percepção de que o gênero influenciou a abertura do negócio divide opiniões: **45,3% não consideram o fato de serem mulheres um entrave significativo**, enquanto **31,4% concordam, em maior ou menor grau, que essa condição pesou no momento de empreender**. Outros **23,2%** adotam uma **posição neutra**, indicando que, para esse grupo, fatores econômicos e sociais se sobrepõem à questão de gênero.

Em resumo, **o caminho das mulheres empreendedoras envolve desafios relacionados ao financiamento, gestão de tempo, marketing e insegurança emocional**. Apesar disso, muitas contam com o apoio familiar e superam as barreiras graças à determinação e ao esforço para equilibrar casa e negócio. Nesse cenário, a **resiliência feminina** se firma como **elemento central no enfrentamento diário dessas pressões** — e, a cada vitória conquistada, torna-se mais evidente a força do empreendedorismo feminino como pilar de transformação social.

**A resiliência feminina se firma como elemento central no enfrentamento diário dessas pressões.**

06.

# Juntas, somos mais fortes: o impacto das empreendedoras em suas comunidades



Quando falamos de empreendedorismo feminino no **Novo Eixo (Norte, Nordeste e Centro-Oeste)**, não se trata apenas de mulheres que abrem e gerenciam seus negócios, **mas de iniciativas que influenciam diretamente a vida das comunidades ao redor.**

**Segundo a pesquisa, 73,8% das entrevistadas acreditam que suas ações geram impacto positivo em aspectos como geração de empregos, promoção de ações sociais e difusão da cultura e arte locais.** Muitas atuam em frentes como o empoderamento feminino, a educação para a sustentabilidade e o bem-estar, criando oportunidades, principalmente, em regiões com poucos recursos.

Olhando de perto, **vemos mulheres que promovem capacitações para pessoas em situação de vulnerabilidade, incentivam o artesanato sustentável, ampliam a oferta de serviços de saúde e criam espaços de lazer e cultura em áreas pouco assistidas.** Os exemplos são inúmeros: há quem trabalhe com produtos naturais para reduzir a pegada ambiental, quem fomente o artesanato em comunidades de baixa renda ou valorize saberes tradicionais, fortalecendo a identidade cultural local. Nessas iniciativas, o impacto vai muito além do lucro: cria-se um círculo íntegro que impulsiona o desenvolvimento econômico, estimula novas parcerias e promove a inclusão de grupos vulneráveis.

Para grande parte dessas empreendedoras, **o apoio de outras mulheres é decisivo** para enfrentar os desafios do mercado. Segundo a pesquisa, **41,8% afirmam contar “frequentemente” com esse suporte**, evidenciando que o compartilhamento constante de experiências, dicas e aprendizados é essencial para a superação de obstáculos diários. Além disso, **54,9% das entrevistadas se inspiraram em outras mulheres** para dar o pontapé inicial em seus negócios, demonstrando como a visibilidade e a representatividade desempenham um papel importante no empreendedorismo. Esses números reforçam que a troca de vivências e a colaboração entre mulheres não são apenas práticas desejáveis, mas elementos indispensáveis para fortalecer redes de apoio, impulsionando a inovação e a resiliência no universo do empreendedorismo feminino.

**Por outro lado, 48,6% das empreendedoras afirmam que o apoio de outras mulheres ocorre apenas ocasionalmente**, revelando uma intermitência nesse suporte. **Essa oscilação pode ser atribuída, em parte, à persistência de uma cultura de rivalidade feminina em alguns ambientes**, onde a colaboração plena e a sororidade ainda enfrentam barreiras. Nesses contextos, a troca de experiências e a cooperação se tornam menos consistentes, dificultando o fortalecimento das redes de apoio essenciais para impulsionar o empreendedorismo feminino.

É justamente nesse cenário que a sororidade se torna indispensável. **Quando as empreendedoras se unem, não apenas se inspiram mutuamente, mas também constroem**

**uma rede capaz de transformar desafios em oportunidades.**

E esse suporte é poderoso: **82,4% acreditam** que o fortalecimento das **conexões entre mulheres** contribui “**muito**” para o sucesso dos negócios, e **71,7% já participam de algum grupo ou comunidade de empreendedoras.**

Boa parte (**74,5%**) também recebeu apoio institucional, principalmente por meio de mentorias e capacitações oferecidas por organizações como Sebrae, Be.Labs e Sicredi. Entre elas, **42,2% participaram simultaneamente de mentorias, cursos e capacitações**, combinando aprimoramento técnico e respaldo emocional — algo essencial para quem equilibra família, finanças, negócios e tantas outras demandas diárias.



As empreendedoras relatam que o **compartilhamento de experiências amplia a visão de negócio, facilita a descoberta de novos mercados** e, em momentos de desânimo, **ajuda a recuperar a motivação**. Frases como “me fez não desistir” e “abriu minha mente” ilustram o impacto desse suporte. Esses benefícios também se estendem ao acesso a linhas de financiamento, networking e formação digital, o que reduz a sensação de isolamento e abre caminho para a expansão pessoal e profissional. **Em um ambiente colaborativo, muitas dessas mulheres passam a enxergar soluções criativas para desafios comuns, arriscam inovações e encontram coragem para adaptar seus modelos de negócio quando necessário.**

No fim das contas, apesar dos desafios que ainda permeiam a dinâmica entre mulheres no universo empreendedor, **a inspiração coletiva e a troca de experiências são alicerces fundamentais para a consolidação de redes de apoio**. Investir em colaboração e sororidade não só impulsiona o crescimento individual de cada empreendedora, mas também desencadeia um movimento transformador que beneficia comunidades inteiras. Em outras palavras, **quando as mulheres se unem e se apoiam, todas saem ganhando.**

07.

# Entre raça, cuidado e resiliência: o custo invisível para mulheres negras no empreendedorismo



## **64,4% das empreendedoras negras relatam grande dificuldade em conciliar trabalho e vida pessoal.**

No universo do empreendedorismo, as **mulheres negras enfrentam desafios adicionais que vão além das barreiras comuns aos negócios**. A interseccionalidade entre raça e gênero não apenas impõe obstáculos estruturais, mas também gera um custo emocional e físico, frequentemente associado à “economia do cuidado”.

O cuidado — um conjunto de atividades essenciais, porém não remuneradas — impacta profundamente a produtividade e a saúde mental dessas mulheres, tanto na vida pessoal quanto na profissional. De acordo com a pesquisa, **64,4% das empreendedoras negras relatam grande dificuldade em conciliar trabalho e vida pessoal**, enquanto apenas **34,2% das mulheres brancas enfrentam esse mesmo desafio**. Essa discrepância reforça a ideia de que o **“custo do cuidado”** — que inclui sobrecarga emocional, falta de tempo para capacitação e desgaste físico — **é um fator determinante para a desigualdade de oportunidades no meio empreendedor**.

Nesta pesquisa, **88,2% das empreendedoras negras relatam sentir um medo constante de fracassar**, em contraste com 56,4% das mulheres brancas. Esse dado evidencia uma realidade marcada pela

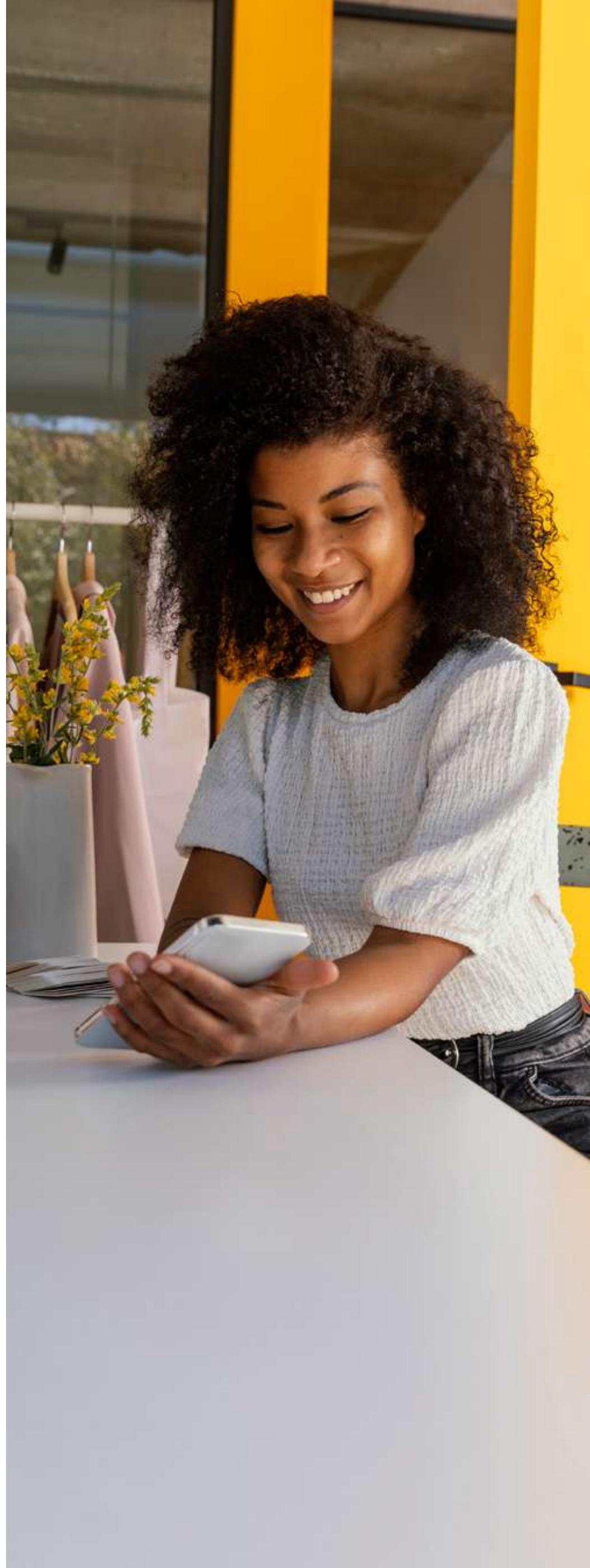
interseccionalidade entre raça e gênero, na qual barreiras históricas, estruturais e sociais intensificam a insegurança entre as empreendedoras negras.

Em contextos onde a representatividade é limitada e os modelos de sucesso são predominantemente brancos, muitas mulheres negras acabam internalizando estereótipos negativos que minam sua autoconfiança, fazendo com que o fracasso pareça uma possibilidade mais iminente. Essa percepção é agravada pela sobrecarga de tarefas — tanto profissionais quanto domésticas — e pela dificuldade de acesso a recursos como crédito e redes de apoio, fatores que adicionam ainda mais pressão à sua trajetória empreendedora.

**O impacto desse medo constante é significativo: ele pode dificultar a tomada de decisão e a inovação, restringindo o crescimento dos negócios e a capacidade de se posicionar em mercados mais competitivos.** Além disso, a insegurança persistente afeta a saúde mental dessas empreendedoras, contribuindo para o estresse psicológico e impactando diretamente a gestão e a sustentabilidade de seus empreendimentos.

**Muitas mulheres negras acabam internalizando estereótipos negativos que minam sua autoconfiança.**

**Esses dados nos levam a refletir sobre a importância de políticas públicas e iniciativas privadas voltadas à redução desse custo invisível.** Investir em uma cultura que reconheça e valorize o papel do cuidado é essencial para que as mulheres negras possam se concentrar no desenvolvimento de suas ideias e na expansão de seus negócios, sem carregar o peso excessivo de responsabilidades que, muitas vezes, comprometem tanto seu desempenho profissional quanto sua qualidade de vida. Essa transformação, por sua vez, gera um impacto positivo na comunidade, criando um ciclo justo de crescimento e inclusão.



08.

# Da incerteza à consolidação: como o tempo transforma negócios femininos



Nesse universo do empreendedorismo feminino, o tempo de atuação é um fator determinante para a formalização dos negócios. Nossos dados indicam que, **quanto mais tempo as mulheres se dedicam ao empreendedorismo, maior a probabilidade de formalizarem suas empresas por meio do CNPJ.** Entre as empreendedoras que possuem CNPJ, **67,9% estão ativas há mais de três anos**, representando cerca de 58% do total. Esse padrão demonstra que, à medida que o negócio amadurece, a formalização se torna um passo natural para garantir remuneração e acesso a melhores condições de crédito.

**À medida que o negócio amadurece, a formalização se torna um passo natural para garantir remuneração e acesso a melhores condições de crédito.**

Por outro lado, as novas empreendedoras enfrentam um cenário diferente. **Entre aquelas que estão no início de sua jornada (entre 1 a 3 anos de tempo de negócio) — representando 42% do total —, uma parcela significativa ainda opera na informalidade, com 25,9% sem registro formal e 6,2% em processo de regularização.** Esses números sugerem que, no começo, muitas mulheres optam por manter a flexibilidade da informalidade, seja por questões de custo ou por ainda não terem percebido a importância da formalização.

Nos grupos intermediários — aqueles que atuam entre 3 e 6 anos ou entre 6 e 9 anos — há um equilíbrio entre formalização e informalidade, evidenciando que **a transição para o CNPJ acontece gradativamente à medida que o negócio se estabiliza e cresce.** Esses dados destacam que o processo de formalização é dinâmico e evolui com o tempo. Enquanto as novas empreendedoras ainda se apoiam na informalidade para testar e validar suas ideias, aquelas com mais tempo de atuação tendem a formalizar seus negócios, garantindo acesso a benefícios e fortalecendo sua posição no mercado.

Esse cenário aponta para **a importância de políticas e programas que incentivem a formalização desde os estágios iniciais,** contribuindo para a sustentabilidade e o desenvolvimento do empreendedorismo feminino.



09.

# Contas em equilíbrio: a jornada financeira das mulheres que são chefes de família



Nossa pesquisa revela que as **empreendedoras que assumem o papel de chefe de família enfrentam desafios financeiros mais intensos**. Aproximadamente 76,5% das mulheres que sustentam seus lares possuem dívidas, enquanto essa proporção cai para 64,2% entre aquelas que não exercem essa função. Os dados em questão sugerem que a **responsabilidade adicional de prover a família acaba levando a necessidades de financiamento e empréstimos para equilibrar as contas**, enfrentando, assim, condições financeiras mais difíceis.

Esse cenário reflete a necessidade de manter um orçamento familiar restrito, o que impacta diretamente a capacidade de investimento no crescimento do negócio, já que há uma dificuldade de acesso a recursos financeiros externos. **Para muitas dessas empreendedoras, a busca por crédito se torna uma estratégia essencial para manter a estabilidade**, mesmo que isso signifique lidar com taxas e condições que podem comprometer expansões futuras.

Por outro lado, **esses desafios também evidenciam a resiliência e a criatividade dessas mulheres**, que, mesmo diante de maiores obstáculos, encontram maneiras de manter seus negócios funcionando e de buscar soluções inovadoras para crescer. A compreensão dessa dinâmica é fundamental para orientar políticas públicas e iniciativas privadas que possam oferecer suporte financeiro e capacitação específica para empreendedoras que, ao mesmo tempo, sustentam a família e lideram seus negócios.

10.

## Análise detalhada por macrorregião



## I) Nordeste: Desafios, conquistas e redes que transformam o empreendedorismo feminino



Idade média:

**42,3 anos**



Negócio formalizado  
(com CNPJ):

**63,6%**



Chefes de família:

**52,0%**



**72,1%**

afirmam que o negócio não  
é sua única fonte de renda



Mulheres negras  
(pretas + pardas):

**59,9%**



**24,9%**

atuam no segmento  
de **alimentação**

No Nordeste, as mulheres que se dedicam ao mundo dos negócios têm um perfil multifacetado, marcado por desafios e conquistas que refletem suas trajetórias pessoais e profissionais. Dados da nossa pesquisa revelam que **as empreendedoras nordestinas possuem idade média de 42,3 anos, 46,6% são casadas e 14,9% vivem em união estável, enquanto 75,3% afirmam ter filhos** — uma realidade que evidencia a complexa tarefa de conciliar a gestão de um negócio com as responsabilidades familiares.

Em termos de cor e raça, **aproximadamente 10,6% se declaram pretas e 49,3% pardas, totalizando quase 60% de empreendedoras negras, enquanto 38,7% se identificam como brancas.** Quanto à orientação sexual **85,9% afirmam ser heterossexuais**, reforçando a diversidade desse público e a necessidade de políticas inclusivas.

Essas mulheres acumulam uma rica experiência e maturidade, evidenciada por sua alta qualificação — **32,3% possuem pós-graduação completa e 18,8% concluíram o ensino superior.** Contudo, essa formação não se traduz automaticamente em maior rendimento. **Do ponto de vista econômico, 54,5% das empreendedoras recebem entre 1 e 3 salários mínimos, enquanto 23,9% ganham menos de 1 salário mínimo.** Essa realidade explica que, **em 72,1% dos casos, o negócio não representa a única fonte de renda**, ressaltando a necessidade de múltiplas entradas financeiras para garantir a estabilidade do lar.

No âmbito da estrutura familiar, **52,0% das empresárias se declaram chefes de família**, com **32,5%** assumindo o papel de **provedoras principais** e **21,5% compartilhando** essa responsabilidade **com o(a) companheiro(a)**. Além disso, **67,7% das empresárias possuem dívidas, das quais 42,4% são provenientes de empréstimos bancários, 37,9% resultam do uso do cartão de crédito e 12,1% se referem a contas atrasadas de serviços básicos.** Esses dados ilustram claramente a pressão de conciliar os custos do negócio com as despesas pessoais e familiares, evidenciando os desafios financeiros enfrentados diariamente.

No campo dos negócios, **44,8% das empreendedoras nordestinas já estão na fase de tração** (realizando vendas) mas ainda buscando expandir sua base de clientes. Em termos de tempo de atuação, **29,9% estão no início da jornada, atuando há 1 a 3 anos, e 23,6% contam com 10 anos ou mais de experiência.** Os segmentos de atuação são diversificados: a **alimentação lidera com 24,9%**, seguida pelo **artesanato (21,3%), moda e vestuário (14,4%), serviços — como educação e consultoria (19,8%) — e beleza e estética (13,2%).**

O segmento de atuação **alimentação lidera com 24,9% dos negócios, seguido pelo artesanato (21,3%).**

No cenário digital, **65,7% das empreendedoras utilizam o Instagram como principal ferramenta** para divulgação e venda, seguido por **29,5%** que recorrem ao **WhatsApp**. Em termos de **comercialização, 56,3%** adotam um **modelo híbrido** — combinando **vendas online e presenciais** —, **30,1% operam exclusivamente no digital** e **13,6%** preferem **canais tradicionais**, como feiras e lojas físicas.

Para o **financiamento inicial** do negócio, a maioria **(80,7%) recorreu a recursos próprios**, e **65,8% afirmaram não ter tido acesso a crédito ou financiamento específico**, destacando uma barreira persistente para a expansão. Entre as alternativas de crédito, o programa Crediamigo, do Banco do Nordeste, foi o mais citado.

Quanto à formalização, **63,6% das empreendedoras já possuem CNPJ**, **6,4%** estão **em processo** e **29,9%** ainda **operam na informalidade**, com **70,7% dos negócios** enquadrados como **Microempreendedores Individuais (MEI)**. A **estrutura organizacional** é majoritariamente enxuta, com **64,7% trabalhando sozinhas** e **22,1% contando com 1 a 3 colaboradores**. A maioria situa seu **faturamento mensal entre R\$1.000 e R\$50.000 (94,2%)**.

Os motivos que impulsionaram essas mulheres a empreender são igualmente inspiradores. Cerca de **76,58% afirmaram que o desejo de ter o próprio negócio e ser independente é o principal motivador**, enquanto **47,94% buscam o aumento de renda** e **27,91% identificaram oportunidades de mercado** — uma combinação de ambição pessoal e necessidade econômica que impulsiona suas jornadas.

O impacto dos negócios na comunidade é amplamente reconhecido, com **70,5% das empreendedoras afirmando que suas iniciativas têm efeitos positivos**. Entre os principais impactos têm-se o empoderamento feminino, a geração de renda e empregos, a promoção da saúde e do bem-estar, a capacitação, a sustentabilidade e o incentivo à cultura local. Esses resultados demonstram que **os empreendimentos não se restringem à geração de lucro**, mas **promovem transformações sociais que fortalecem o tecido comunitário**.

A rede de apoio desempenha um papel essencial nessa trajetória. Cerca de **40,6% das mulheres relatam receber apoio “frequentemente” de outras empreendedoras**,

enquanto 48,6% percebem esse suporte de forma ocasional. Além disso, **84,0% acreditam que fortalecer essas conexões é fundamental para o sucesso dos negócios**, e **54,9% se inspiram em outras mulheres para dar o primeiro passo** no empreendedorismo. No campo de apoio institucional, **73,0% têm acesso a redes ou grupos de empreendedores**, e **75,5% já receberam algum tipo de suporte** — por meio de mentorias, capacitações e cursos, sendo essa combinação a forma mais especializada, relatada por 42,2% das participantes.

Entretanto, os desafios pessoais também pesam na balança. Cerca de **43,8% das empreendedoras confessam ter dificuldades em equilibrar a vida pessoal com a profissional**, e o **medo constante de fracassar é uma realidade para 45,6% das mulheres** entrevistadas.



## Nordeste



**Claudenizia Rêgo, 48 anos,** representa a força e a resiliência das empreendedoras nordestinas. Natural de Senhor do Bonfim (BA) e criada em Fortaleza (CE), ela vem de uma família humilde e, desde cedo, aprendeu que a educação seria seu maior diferencial. Aos 17 anos, realizou seu primeiro curso na área de estética com o apoio do Senac, mas, para ajudar a família, precisou ingressar no mercado de trabalho e atuou na área administrativa por mais de 20 anos. Durante esse período, construiu uma carreira sólida, graduando-se em Gestão de Finanças e concluindo uma Pós-Graduação em Auditoria Contábil.

Aos 38 anos, Claudenizia decidiu resgatar um sonho guardado desde 1994: voltar à estética e dedicar-se ao que realmente a apaixonava. Mergulhou na área da beleza, especializando-se em Epilação

Profissional, e hoje atua como especialista, educadora e mentora de centenas de mulheres. Fundadora da Depillance®, ela transforma a depilação em uma ferramenta para o desenvolvimento profissional e pessoal, ajudando outras mulheres a alcançarem a independência financeira.

Seus projetos, como o *Método do Sucesso com Claudenizia Rêgo*, o *Encontro de Epiladoras*, o movimento das *Embaixadoras da Epilação*, as *Live Talks* com especialistas e sua participação na *Beauty Fair Estética – SP*, evidenciam seu compromisso com a inovação. Em 2024, foi premiada pelo *Sebrae Mulher de Negócios*, conquistando o 1º lugar estadual na categoria MEI. Atualmente, organiza o *Congresso Global das Depiladoras*, previsto para agosto de 2025. Além disso, seu amplo conhecimento, aliado a uma metodologia bem desenvolvida, já permitiu que muitas de suas alunas alcançassem faturamentos expressivos, chegando aos primeiros R\$ 10 mil a R\$ 20 mil mensais.

**A trajetória de Claudenizia Rêgo ilustra de forma vívida o perfil das empreendedoras nordestinas: mulheres maduras, resilientes e determinadas, que, apesar dos desafios financeiros e da necessidade de conciliar múltiplas funções, buscam transformar seus sonhos em realidade e impactar positivamente suas comunidades.**

## II) Mulheres empreendedoras do Norte: Adversidades, resiliência e impacto econômico



Idade média:  
**42,8 anos**



Negócio formalizado  
(com CNPJ):  
**76,8%**



Chefes de família:  
**Dado não informado diretamente**



**65,3%**  
afirmam que o negócio não é sua única fonte de renda



Mulheres negras  
(pretas + pardas):  
**68,9%**



**42,5%**  
atuam no segmento de **alimentação**

As mulheres que empreendem na região Norte enfrentam uma realidade complexa, marcada pela diversidade, por desafios estruturais e pelo desejo de transformação social e econômica. De acordo com a pesquisa, **a empreendedora nortista tem, em média, 42,8 anos; 58,9% se identificam como pardas e 10% como pretas**, refletindo a predominância da população negra na região. Além disso, **58,9% são casadas e 78,9% têm filhos**, o que evidencia a necessidade de conciliar a vida familiar com a gestão do próprio negócio.

No que diz respeito a orientação sexual **79,8% se identificam como heterossexuais**

Apesar da alta qualificação — **29,5% possuem ensino superior completo e 22,1% têm pós-graduação** —, a renda não acompanha o nível educacional. A pesquisa mostra que **52,6% das empreendedoras recebem entre um e três salários mínimos**, enquanto **25,3% ganham menos de um salário mínimo por mês**. Esse dado evidencia que, para muitas empreendedoras, o negócio ainda não gera estabilidade financeira por si só. Reflexo disso é o fato de que **65,3% afirmam que o empreendimento não é sua única fonte de renda**.

A realidade financeira dessas mulheres também é marcada pelo endividamento: **65,3% possuem dívidas**, sendo que **39,2% resultam do uso do cartão de crédito, 35,3% são empréstimos bancários e 19,6%** estão relacionadas a **contas atrasadas de serviços básicos**. Esses dados evidenciam a **dificuldade de acesso ao crédito e o impacto da falta de estrutura financeira nos empreendimentos**.

Ao analisar o estágio de desenvolvimento dos negócios, observa-se que **48,9% das empreendedoras estão em fase de expansão**, enquanto **29,3% já realizam vendas**, mas ainda precisam ampliar sua base de clientes (fase de tração). O tempo de atuação varia: **33% empreendem há 1–3 anos, 21,3% há 3–6 anos e 17% há mais de 10 anos**.

O **setor de alimentação** se destaca como o principal segmento de atuação, reunindo **42,5%** das empreendedoras,

seguido **por moda e vestuário (13,8%), comércio (13,8%), beleza e estética (11,5%) e artesanato (8%)**. No ambiente digital, o **WhatsApp** se consolida como a principal ferramenta para divulgação e vendas, sendo utilizado por **54,5%** das empreendedoras, seguido pelo **Instagram (44,3%)**.

**O setor de alimentação se destaca como o principal segmento de atuação (42,5%) das empreendedoras, seguido por moda e vestuário (13,8%).**

Sobre os **canais de comercialização**, a maioria das empreendedoras **(65,6%) adota um modelo híbrido**, combinando vendas presenciais e online. Outras **18,9% operam exclusivamente no digital**, enquanto **15,6% utilizam apenas canais físicos**, como feiras e lojas.

O acesso ao crédito continua sendo um dos maiores desafios para as empreendedoras da região. A maioria **(80,6%) iniciou o negócio com recursos próprios**, e **76,8% nunca teve acesso a financiamento específico**. Entre aquelas que conseguiram crédito, a maior parte recorreu a bancos e programas estaduais. No entanto, **muitas ainda dependem de crédito pessoal ou empréstimos familiares**, evidenciando a dificuldade de acesso a linhas de financiamento voltadas para negócios.

Em relação à formalização, **76,8% das empreendedoras já possuem CNPJ**, sendo que **82,4%** estão enquadradas como **Microempreendedoras Individuais (MEI)**. No entanto, **16,8% ainda operam na informalidade**, o que pode limitar o acesso a oportunidades de crédito e crescimento.

**Outro dado relevante é o impacto das redes de apoio no sucesso dos negócios.** A pesquisa revela que **49,5% das empreendedoras sentem que recebem apoio frequente de outras mulheres**, e **77,9% acreditam que fortalecer essa rede é essencial para o sucesso**. Além disso, **82,1%** já receberam algum tipo de **suporte institucional**, como mentorias e capacitações.

No entanto, os desafios pessoais impõem um peso significativo na jornada empreendedora das mulheres da região Norte. **O equilíbrio entre trabalho, responsabilidades familiares e vida pessoal é uma das maiores dificuldades enfrentadas**, representando um obstáculo para **52,7% das empreendedoras**. Muitas vezes, a sobrecarga doméstica e a falta de divisão equitativa das tarefas com os parceiros limitam o tempo e a energia disponíveis para o crescimento do negócio.

Além disso, a insegurança quanto ao futuro do empreendimento é uma preocupação constante: **40% das entrevistadas relataram um medo persistente de fracassar**. Esse receio pode estar relacionado à dificuldade de acesso ao crédito, ao desafio de expandir a clientela e às barreiras estruturais que tornam o ambiente de negócios ainda mais desafiador para as mulheres.

O desejo de empreender é, para a maioria, impulsionado pelo sonho de independência financeira.

**Cerca de 71,6% afirmaram que o principal motivo para abrir um negócio foi o desejo de ter autonomia**, enquanto **47,9%** citaram o **aumento da renda** e **27,9%** apontaram a **identificação de uma oportunidade de mercado**. Esses dados refletem não apenas uma necessidade econômica, mas também a busca por realização pessoal.

Além do impacto individual, **os negócios liderados por mulheres na região Norte também promovem mudanças sociais**. Segundo a pesquisa, **81,1% das empreendedoras acreditam que suas atividades têm um impacto positivo em suas comunidades**, seja por meio da geração de emprego e renda, do fomento à economia local, da sustentabilidade ou da valorização da cultura regional.



## Norte



**A história de Sabrina Baleixo** é um reflexo do perfil das empreendedoras do Norte e das barreiras que enfrentam. Natural de Concórdia do Pará, Sabrina começou a empreender ainda na universidade, impulsionada pela necessidade de gerar renda para custear os estudos. Ao identificar uma oportunidade no segmento de alimentação, passou a vender bolos de pote, um modelo de negócio comum entre as empreendedoras da região, que encontram na gastronomia um meio de subsistência e crescimento.

Mesmo diante de dificuldades financeiras e sem apoio externo, Sabrina não desistiu. Conseguiu consolidar sua marca e, ao longo dos anos, diversificou sua atuação no setor. Quando entrou na universidade, seus pais não tinham tantas condições financeiras para ajudá-la, então decidiu empreender. Diante dessa instabilidade financeira, criou um perfil no Instagram e começou a oferecer consultoria no segmento de alimentos.

Em 2022, fundou a **Certal**, uma consultoria especializada em rotulagem e gestão da qualidade de alimentos, trazendo um diferencial para o mercado nortista. Já em 2024, deu mais um grande passo ao se tornar sócia da **Magic Biotech**, fabricante de bebidas, onde hoje atua na gestão de marketing e no lançamento de produtos.

**A jornada de Sabrina reflete o perfil das empreendedoras do Norte:** resiliência diante das dificuldades, criatividade para superar desafios financeiros e um olhar estratégico para o crescimento. Assim como ela, muitas mulheres da região iniciam suas trajetórias por necessidade, mas encontram no empreendedorismo um caminho para a autonomia e a independência financeira.

## III) Empreendedoras do Centro-Oeste: determinação impulsiona negócios na região



Idade média:

**42,5 anos**



Negócio formalizado (com CNPJ):

**74,2%**



Chefes de família:

**51,5%**



**66,7%**

possuem outras fontes de renda



Mulheres brancas:

**53,3%**



**23,6%**

atuam no segmento de atuação de **serviços**

**As mulheres empreendedoras do Centro-Oeste demonstram um perfil dinâmico e resiliente, equilibrando tradição e inovação.**

Entre os desafios da gestão, o acesso ao crédito e a conciliação entre vida profissional e pessoal, elas encontram maneiras de transformar obstáculos em oportunidades, impulsionando o desenvolvimento econômico da região.

Os dados da pesquisa mostram que **a média de idade das empreendedoras da região é de 42,5 anos**. No recorte racial, **53,3% se identificam como brancas, 45,0% como pardas e 1,7% como pretas**. A maioria (**48,4%**) é casada, e **77,3% têm filhos**, reforçando a dupla jornada que muitas enfrentam: administrar negócios e cuidar da família. Além disso, **51,5% são chefes de família**, sendo as principais responsáveis pelo sustento do lar.

Em relação a orientação sexual, **89,4% se declaram heterossexuais**. Embora esses números revelem um perfil predominante, eles também ressaltam a importância de políticas mais inclusivas para ampliar a diversidade no empreendedorismo da região.

O nível de qualificação das empreendedoras do Centro-Oeste é significativo: **30,3% possuem pós-graduação completa, e 22,7% concluíram o ensino superior**. No entanto, a formação acadêmica nem sempre se traduz em maior rentabilidade. A pesquisa aponta que **55,4% das empreendedoras têm uma renda mensal entre um e três salários mínimos, enquanto 13,8% recebem menos de um salário mínimo por mês**.

Esse cenário reflete a realidade de que, **para muitas empreendedoras, o negócio ainda não é a principal fonte de renda: 66,7%** delas indicam que **possuem outras fontes de sustento**. A instabilidade financeira também afeta diretamente a rotina dessas mulheres, com **75,0% relatando ter dívidas**, sendo a maioria delas provenientes de **empréstimos bancários (44,7%) e cartões de crédito (34,2%)**.

As empreendedoras do Centro-Oeste atuam em uma **variedade de setores**, com destaque para os **serviços (23,6%)**, **artesanato (23,6%)** e **alimentação (14,5%)**. Outros segmentos como **moda e vestuário (12,7%)**, **beleza e estética (10,9%)** e **comércio (9,1%)** também têm grande presença na região.

As empreendedoras do Centro-Oeste atuam em uma **variedade de setores**, com destaque para os **serviços (23,6%)** e **artesanato (23,6%)**.

Quanto à maturidade dos negócios, **33,8% das empreendedoras estão na fase de tração**, já realizando vendas recorrentes e buscando expansão, enquanto **46,2%** estão em **fase de aceleração**, com a consolidação dos seus empreendimentos e focadas em crescimento. O tempo de experiência no mercado também varia: **28,8% atuam no setor há 1 a 3 anos**, enquanto **18,2% possuem mais de 10 anos** de vivência no empreendedorismo.

Para essas mulheres, o ambiente digital desempenha um papel essencial na divulgação e comercialização dos produtos e serviços. O **Instagram é a principal plataforma utilizada (62,7%)**, seguido pelo **WhatsApp (35,6%)**. Em relação ao modelo de vendas, a maioria **(61,0%) adota uma estratégia híbrida**, combinando canais físicos e digitais, enquanto **22,0%** atuam **exclusivamente no ambiente virtual**.

O acesso ao financiamento segue sendo um grande desafio para as empreendedoras da região. A pesquisa revela que **79,4% iniciaram seus negócios com capital próprio** e que **84,8% nunca tiveram acesso a crédito ou financiamento específico** para o seu empreendimento. Entre aquelas que conseguiram apoio financeiro, as principais fontes de capital foram o capital de giro e o Pronampe.

Além da falta de crédito, os desafios da gestão financeira e o acesso a novos mercados também surgem como barreiras significativas. A pesquisa apontou que **24% das empreendedoras consideram a dificuldade em obter crédito como o maior obstáculo**, seguidas por **20% que enfrentam desafios na gestão financeira** e **18% que têm dificuldades com marketing e vendas**.



O impacto social dos negócios liderados por mulheres no Centro-Oeste é significativo. **Aproximadamente 80,3% das empreendedoras acreditam que suas iniciativas geram um impacto positivo na comunidade**, especialmente por meio da criação de emprego e renda, promoção do bem-estar e da saúde, e incentivo ao consumo consciente.

**O apoio mútuo entre mulheres também tem se mostrado um fator essencial na jornada dessas empresárias.** Enquanto **39,4% afirmam receber apoio frequente de outras empreendedoras**, **83,3% consideram fundamental fortalecer essa rede de apoio** para o sucesso dos negócios.

Apesar do otimismo e da resiliência, as dificuldades emocionais e estruturais ainda impactam muitas dessas mulheres. **A conciliação entre o trabalho e a vida pessoal é um desafio para 57,1% delas**, e **o medo constante do fracasso é uma preocupação para 47,0%.**

Então, o que motiva essas mulheres a empreender? Para a maioria, o desejo de ter o próprio negócio e alcançar a independência foi o principal fator. Outras buscam o aumento de renda. **Mesmo diante dos obstáculos, a maior parte das empreendedoras não pensa em desistir: 91,4% afirmam que não trocariam o empreendedorismo por um emprego formal.**

## Centro-oeste



**A trajetória de Natasha Corrêa** ilustra perfeitamente os desafios e conquistas das empreendedoras do Centro-Oeste. Mulher negra e moradora da região, Natasha iniciou sua jornada no empreendedorismo há seis anos, movida pela insatisfação com o mercado de trabalho formal. Com o valor da rescisão do seu último emprego, decidiu investir no que realmente amava: artes gráficas e trabalhos manuais.

Ela começou com papelaria personalizada e, à medida que seu público crescia, expandiu suas operações. Em apenas um ano com a loja virtual, abriu seu primeiro ponto físico. No entanto, logo se deparou com um dos maiores desafios de sua trajetória: a pandemia. Em um período de incertezas para o comércio, Natasha se reinventou e transformou o Dia dos Namorados em um marco para seu negócio, faturando R\$4 mil em apenas 10 dias.

Apesar do sucesso momentâneo, a pressão do empreendedorismo quase a fez desistir. A sobrecarga de trabalho e a dificuldade de equilibrar sua vida pessoal com a profissional a levaram a um momento

de esgotamento. Foi por meio de capacitações oferecidas pelo **Sebrae** e do programa **Efeito Furacão** que Natasha encontrou um novo rumo. Ao redefinir seu posicionamento, focou no que realmente era rentável e alinhado ao seu propósito, tornando a **Creativity** — sua marca — uma referência no mercado de personalização.

Hoje, Natasha percebe que seu impacto vai além das vendas. Com milhares de produtos espalhados pelo Brasil e pelo mundo, ela usa suas redes sociais para inspirar e apoiar outras empreendedoras. Sua rotina de postagens e compartilhamento de experiências tem servido como incentivo para mulheres que, assim como ela, iniciam seus negócios sem apoio e enfrentam dificuldades para se consolidar.

Ainda assim, os desafios permanecem. Manter a constância das vendas fora das datas comemorativas e lidar com a concorrência desleal são algumas das barreiras que ela precisa superar todos os dias. Porém, seu diferencial está na escuta ativa e no atendimento personalizado, garantindo que cada cliente receba exatamente o que deseja.

Ao longo dos últimos seis anos, a Creativity tem sido a única fonte de renda de Natasha e de sua família. Seu faturamento mensal varia entre R\$2 mil e R\$5 mil, com picos em períodos sazonais.

**Sua história é uma prova de que, apesar dos obstáculos, as empreendedoras do Centro-Oeste têm a capacidade de transformar dificuldades em oportunidades e criar negócios inovadores que impactam suas vidas e suas comunidades.**

# Conclusões

**O empreendedorismo feminino no Novo Eixo tem se consolidado como uma força motriz para a transformação social e econômica dessas regiões.** Apesar dos desafios estruturais e da sobrecarga imposta pela economia do cuidado, as mulheres empreendedoras do Norte, Nordeste e Centro-Oeste têm demonstrado resiliência e inovação na construção de seus negócios. **Os dados apresentados revelam um cenário de crescimento e fortalecimento**, no qual o desejo de independência e a busca por melhores condições de vida são os principais impulsionadores dessas trajetórias.

No **Nordeste**, a presença de mulheres chefes de família é notável, evidenciando **o empreendedorismo como um caminho essencial para a autonomia financeira**. A região, que historicamente enfrentou desafios econômicos devido à desigualdade no acesso a recursos e investimentos, tem visto suas empreendedoras se destacarem em setores como alimentação, artesanato e moda. **A valorização da cultura e dos saberes tradicionais é um diferencial no perfil das empreendedoras nordestinas**, que utilizam a criatividade e o senso de comunidade para superar barreiras estruturais.

Na região **Norte**, **o empreendedorismo é marcado pela conexão com o território e a sustentabilidade**. Muitas empreendedoras atuam na produção local, no extrativismo sustentável e em negócios que valorizam as cadeias produtivas da Amazônia. A informalidade ainda é um desafio significativo, assim como o acesso a crédito e infraestrutura. No entanto, a força das redes comunitárias e o papel

das mulheres como líderes locais têm impulsionado o **crescimento de negócios com impacto socioambiental positivo**.

No **Centro-Oeste**, o empreendedorismo feminino se destaca **pela proximidade com o agronegócio** e pelos desafios de acesso a mercados maiores. O aumento da digitalização e do comércio online tem permitido maior visibilidade para esses negócios. A busca por capacitação e profissionalização também é um traço marcante, com muitas **empreendedoras investindo em qualificação para garantir a sustentabilidade de suas empresas**.

Apesar das particularidades de cada região, há **desafios comuns entre as empreendedoras do Novo Eixo**. A **dificuldade de acesso a crédito**, a **sobrecarga das responsabilidades domésticas** e a **necessidade de ampliar redes de apoio** são barreiras persistentes que limitam a escalabilidade dos negócios femininos. Além disso, muitas dessas mulheres enfrentam preconceitos de gênero e estruturais que, além de dificultar o reconhecimento e a valorização de seus empreendimentos, também limitam suas oportunidades de crescimento e visibilidade.

**A dificuldade de acesso a crédito, a sobrecarga das responsabilidades domésticas e a necessidade de ampliar redes de apoio são desafios comuns entre as empreendedoras do Novo Eixo.**

**No entanto, as oportunidades também se multiplicam. O crescimento da economia digital** tem sido um aliado importante na ampliação do alcance dos negócios, enquanto **iniciativas de capacitação e programas de fomento têm fortalecido o ecossistema empreendedor feminino** nessas regiões. Para que esse impacto seja ainda maior, é fundamental que políticas públicas e iniciativas privadas ampliem o suporte a essas mulheres, promovendo redes de apoio, acesso a financiamento e estratégias para redução das desigualdades regionais.

**O fortalecimento do empreendedorismo feminino no Norte, Nordeste e Centro-Oeste vai além da economia** — trata-se de garantir autonomia e equidade para milhares de mulheres que, ao empreenderem, transformam não apenas suas realidades, mas também a sociedade como um todo. **O reconhecimento dessas mulheres como protagonistas do desenvolvimento é um passo essencial para a construção de um país mais justo e sustentável.**

# Referências

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estimativas da População – 2021. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html>. Acesso em: 25 de fev. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Global Report 2021/2022. 2022. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report>. Acesso em: 25 de fev. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Empreendedorismo Feminino no Brasil – Panorama 2022. 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/03/estudo-empreendedorismo-feminino-2022.pdf>. Acesso em: 25 de fev. 2025.

PNAD CONTÍNUA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – 2021. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html>. Acesso em: 25 de fev. 2025.

IBGE. Contas Regionais do Brasil – 2020/2021. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9052-contas-regionais-do-brasil.html>. Acesso em: 25 de fev. 2025.



ACELERADORA

## Créditos

Pesquisa e texto: **Gabrielle Chagas**

Edição: **Alenna Tavares**

Projeto gráfico e diagramação: **Hillary de Oliveira**

## Fotos

Freepik e Acervo Be.Labs

**[www.belabs.org](http://www.belabs.org) | [@be.labs](https://www.instagram.com/be.labs)**