



University of  
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Universitário Santo Agostinho

**revista**fsa

[www4.unifsanet.com.br/revista](http://www4.unifsanet.com.br/revista)

Rev. FSA, Teresina, v. 23, n. 3, art. 2, p. 26-47, mar. 2026

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2026.23.3.2>

DOAJ DIRECTORY OF  
OPEN ACCESS  
JOURNALS

WZB  
Wissenschaftszentrum Berlin  
für Sozialforschung



Zeitschriftendatenbank



## **Empoderamento Feminino: Um Estudo com Discentes em uma Universidade Maranhense**

### **Women's Empowerment: A Study with Students at a University in Maranhão**

**Kaylane da Silva Salazar**

Graduada em Administração pela Universidade Estadual do Maranhão

E-mail: [kaylanesalazar@aluno.uema.br](mailto:kaylanesalazar@aluno.uema.br)

**Naiane Nascimento Mendes**

Doutora em Ciências Contábeis e Administração pela FUCAPE Business School

Professora da Universidade Estadual do Maranhão

E-mail: [naianemendesac@gmail.com](mailto:naianemendesac@gmail.com)

**Endereço: Kaylane da Silva Salazar**

Rua Léa Archer, s/nº - Bairro São Sebastião, Codó - MA,  
CEP: 65.400-000.

**Endereço: Naiane Nascimento Mendes**

Tv. Timbiras, s/n - Centro, CEP: 65630-160, Timon/MA.

**Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues**

**Artigo recebido em 22/01/2026. Última versão  
recebida em 09/01/2026. Aprovado em 10/01/2026.**

**Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review  
pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review  
(avaliação cega por dois avaliadores da área).**

**Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação**



## RESUMO

O avanço da globalização e o crescimento econômico proporcionaram diversas mudanças no mercado de trabalho e nas heranças culturais das famílias. Com isso, diversas mulheres começaram a usufruir de suas características empreendedoras com o intuito de criar seu próprio negócio e assim buscar uma oportunidade de se inserir no mercado de trabalho. Nesse sentido, a pesquisa teve como objetivo geral: identificar como o empreendedorismo feminino contribui para o empoderamento das discentes da Universidade Estadual do Maranhão – Campus Codó. De maneira específica se buscou: verificar se o empreendedorismo contribui para o empoderamento das universitárias; identificar os desafios e oportunidades encontrados pelas discentes ao decidir empreender e descrever a influência da Universidade Estadual do Maranhão na intenção empreendedora das universitárias. Para tal fim, utilizou-se uma abordagem quantitativa por meio de uma pesquisa exploratória. Com base nos dados obtidos, constatou-se que as discentes têm como principais características comportamentais empreendedoras a iniciativa, persistência, espírito empreendedor, comprometimento e autoconfiança. Por fim, conclui-se que as discentes participantes do estudo possuem de fato um perfil empreendedor e que através do empreendedorismo conseguem ter independência financeira, autonomia e possibilidade de realização de sonhos. Além disso, por meio dos dados coletados, constatou-se que a universidade representa um papel de extrema importância na vida das discentes e influência na sua intenção empreendedora.

**Palavras Chaves:** Empreendedorismo feminino. Empoderamento Feminino. Universidade.

## ABSTRACT

The advance of globalization and economic growth have brought about several changes in the labor market and in the cultural heritage of families. As a result, many women have begun to take advantage of their entrepreneurial skills to start their own businesses and seek opportunities to enter the labor market. In this sense, the general objective of the research was to identify how female entrepreneurship contributes to the empowerment of students at the State University of Maranhão – Codó Campus. Specifically, it sought to: verify whether entrepreneurship contributes to the empowerment of female university students; identify the challenges and opportunities encountered by students when deciding to become entrepreneurs; and describe the influence of the State University of Maranhão on the entrepreneurial intentions of female university students. To this end, a quantitative approach was used through exploratory research. Based on the data obtained, it was found that the main entrepreneurial behavioral characteristics of the respondents were initiative, persistence, entrepreneurial spirit, commitment, and self-confidence. Finally, it was concluded that the students participating in the study do indeed have an entrepreneurial profile and that through entrepreneurship they are able to achieve financial independence, autonomy, and the possibility of realizing their dreams. In addition, through the data collected, it was found that the university plays an extremely important role in the lives of students and influences their entrepreneurial intentions.

**Keywords:** Fem Women's entrepreneurship. Women's empowerment. University.

## 1 INTRODUÇÃO

O avanço da globalização e o crescimento econômico proporcionaram diversas mudanças no mercado de trabalho e nas heranças culturais das famílias. Diversas mulheres começaram a usufruir de suas características empreendedoras com o intuito de criar seu próprio negócio e assim buscar uma oportunidade de se inserir no mercado de trabalho (MARTINS; CARRIJO, 2023).

Diante disso, nota-se que atualmente as mulheres estão se tornando cada vez mais ativas no mercado, bem como passando a assumir postos de trabalhos antes ocupados apenas por homens, e superando cada dia as limitações impostas por uma sociedade que detém a ideia de que a mulher é um sexo frágil, um estereótipo delicado (BARBOSA *et al.*, 2019).

Com isso, têm-se que a figura feminina por muito tempo viveu apenas em função da família e dos cuidados do lar, sendo submissa apenas ao marido que era tido como o único responsável por manter as despesas do lar. Essa situação permaneceu no meio da sociedade por diversos anos, mantendo a mulher oprimida e presa a uma realidade na qual sua participação não passava de coadjuvante (ARAÚJO *et al.*, 2022).

Dessa forma, o empoderamento feminino, tratado neste estudo pode ser entendido com base em uma perspectiva de que tanto os indivíduos quanto as organizações e comunidades coletam recursos visando terem voz, visibilidade e capacidade para agirem e tomarem suas próprias decisões (LIMA *et al.*, 2021)

Dados de uma pesquisa publicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com dados levantados pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), mostram que o Brasil representa o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras no mundo, em que dos 52 milhões de empreendedores, 30 milhões são mulheres, ou seja, cerca de 57% (SEBRAE, 2022).

Assim, devido à grande presença do público feminino na geração de empregos e seu papel de extrema relevância no processo empreendedor, se estabelece a questão que norteou este estudo: Como o empreendedorismo contribui para o empoderamento feminino das discentes da Universidade Estadual do Maranhão - Campus Codó?

Para responder à questão de pesquisa, este trabalho tem como objetivo geral: Identificar como o empreendedorismo feminino contribui para o empoderamento das discentes da Universidade Estadual do Maranhão - Campus Codó - e como objetivos específicos: a) verificar se o empreendedorismo contribui para o empoderamento das universitárias; b) identificar os desafios e oportunidades encontrados pelas discentes da

Universidade Estadual do Maranhão - Campus Codó ao decidir empreender e c) descrever a influência da Universidade Estadual do Maranhão na intenção empreendedora das universitárias.

Assim, esta pesquisa justifica-se pela importância de analisar a participação feminina no empreendedorismo nos dias atuais, bem como os desafios enfrentados pelas mulheres, com destaque as discentes da Universidade Estadual do Maranhão, Campus Codó, pois percebe-se que as práticas empreendedoras femininas libertam e empoderam essas estudantes, uma vez que, com o avanço da participação da mulher no mercado de trabalho, o termo empoderamento feminino tem ganhado destaque maior ( MARTINS; CARRIJO, 2023).

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo Feminino

Nas últimas décadas, o mundo tem passado por diversas transformações, principalmente no século XX, quando foram desenvolvidas as maiores invenções que alteraram o estilo de vida das pessoas. Em meio a essas invenções, encontram-se pessoas visionárias, dispostas a arriscar, desenvolver algo diferente e empreender (DORNELAS, 2023).

O empreendedorismo é a capacidade de detectar as dificuldades e oportunidades de criar algo positivo para a sociedade, desenvolver um novo negócio, um novo empreendimento ou até mesmo ampliar um já existente. Em outras palavras, o empreendedorismo pode ser definido como um movimento que gera transformações e impactos na rotina das pessoas (RODRIGUES *et al.*, 2022).

Além disso, empreendedor é a pessoa que começa ou promove um negócio com o intuito de concretizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente (CHIAVENATO, 2021).

Nesse sentido, nota-se que o empreendedorismo no Brasil vem se desenvolvendo e deixando de ser algo simplesmente gerado pela perda do emprego ou necessidade, e passando a ser a concretização de um sonho inovador, muitas vezes deixado de lado (CARVALHO; GOUVÊA, 2019).

Com isso, observa-se que o empreendedorismo tem um papel relevante para a sociedade, uma vez que supre as necessidades dos indivíduos, que diariamente se deparam com riscos presentes na economia e com grande expansão de mercado, tanto feminino quanto masculino. Sendo assim, no que tange ao mercado de trabalho para as mulheres, observa-se que cada vez

mais o público feminino vem se sobressaindo e fazendo com que o empreendedorismo feminino ganhe forças.

No entanto, mesmo com as diversas transformações que ocorreram na sociedade nas últimas décadas, a mulher empreendedora ainda sofre preconceitos, uma vez que a própria população possui a concepção de que é dever do homem o sustento da família e que a mulher deve apenas cuidar dos afazeres domésticos (LUCENA; RODRIGUES, 2022).

Nesse sentido, percebe-se que, tradicionalmente, as mulheres inseriram-se no mercado de trabalho de maneira marginalizada pela sociedade capitalista, pois tiveram que assumir postos de trabalhos desvalorizados, recebendo uma remuneração inferior à que era paga aos homens e sendo submetidas à precarização laboral. Além disso, tiveram que superar diversas barreiras impostas pelos trabalhadores do sexo masculino, que as tinham como concorrentes de seus postos de trabalho (RODRIGUES *et al.*, 2022).

Posto isso, embora a inserção da mulher no mercado de trabalho tenha passado por algumas mudanças, alguns problemas ainda existem, uma vez que os valores transmitidos entre gerações se manifestam de maneira negativa e são caracterizados, por exemplo, na desigualdade salarial entre homens e mulheres e nas cobranças estruturais em relação aos cuidados com o lar e com os filhos (PRAZERES, 2021).

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) em 2019, com o objetivo de descrever o perfil da mulher empreendedora, constatou que além de empreendedora, a mulher brasileira é também mãe, casada, possui graduação e pós-graduação, a maioria empreende depois dos trinta e possuem como fonte de renda principal o seu empreendimento. Com isso, é importante salientar que são vários os motivos que levam uma mulher a começar empreender, dentre eles estão: necessidade, realização de um sonho, desejo de conquistar sua independência financeira e tantos outros (CINEGLAGLIA *et al.*, 2021).

Diante disso, os grandes desafios que levam a necessidade ser maior do que a paixão da mulher por empreender é: a busca por um crédito junto ao banco para investimento de capital inicial no empreendimento, a maneira como as mulheres são inseridas e desvalorizadas no mercado ao divulgarem seus empreendimentos e, por fim, a dupla jornada de trabalho, uma vez que precisam desenvolver tanto o papel de dona de casa, mãe, quanto o de liderar o próprio empreendimento (FONTES, 2021).

Portando, embora a mulher enquanto empreendedora reconheça que há um grande desafio devido à rotina pesada de trabalho, que a deixa com pouco tempo para cuidar da casa e de si mesma, ela encontra no exercício do empreendedorismo seu bem-estar. Assim, quando

uma mulher assume o papel de proprietária de um empreendimento, seu sucesso impacta diretamente não só o negócio, como também sua vida pessoal (CORDEIRO *et al.*, 2020).

## 2.2. Empoderamento Feminino

Por volta da década de 60, surgiram nos Estados Unidos e na Europa as primeiras manifestações das mulheres na luta por seus direitos, tendo como marco histórico inicial a “queima de sutiãs”, com objetivo de contestar os padrões e comportamentos machistas introduzidos na cultura masculina por muito tempo. Essas manifestações serviram não só para conscientizar boa parte das mulheres, como também para influenciar nas questões acerca do espaço, mercado de trabalho, conduta e principalmente no direito e liberdade (AZEVEDO; SOUSA, 2019).

Contudo, é importante ressaltar que o termo feminismo difere do empoderamento feminino, apesar de serem complementares. Feminismo refere-se a um movimento que procura a igualdade de gênero nos âmbitos, social, político e econômico. Já o termo empoderamento feminino é a consciência coletiva expressa através de ações e manifestações visando fortalecer as mulheres e promover a equidade de gênero (MARTINS; CARRIJO, 2023).

Partindo dessa perspectiva, tem-se que os movimentos feministas vieram acompanhados pelo empoderamento, objetivando dar autonomia às mulheres tanto nas atividades sociais quanto na economia, de maneira a conceder a equidade de gênero (PORTO, 2020).

Assim, o debate acerca do empoderamento acabou se tornando um grande aliado das mulheres. Visto que antes desempenhavam papel apenas de donas de casa e, na atualidade, estão cada vez mais independentes, alterando os padrões familiares e tomando suas próprias decisões, tais como: decidindo se desejam ou não ser mãe, planejar sua carreira, entre outros (SANTOS, 2020).

Dessa forma, pode-se dizer que independência, autodeterminação, igualdade e diversas outras lutas têm norteado a história das mulheres que diariamente são desafiadas a demonstrar sua capacidade e superar os desafios impostos não só pelo mercado de trabalho, como também pela sociedade. Pois o que hoje parece ser tão natural, como estudar, trabalhar fora de casa, representa na verdade conquistas femininas oriundas das lutas das mulheres pelos seus direitos (ALMEIDA; SOUSA, 2021).

Sendo assim, pode-se afirmar que o empoderamento feminino nunca participou tanto da vida das mulheres como agora, promovendo diversas mudanças não apenas na sociedade, mas na mentalidade das pessoas (BIOSSANCE, 2020). Pois o que as mulheres almejam com o empoderamento é o seu caráter emancipatório e igualitário para com os homens, a fim de mudar a sociedade em que vivem (AZEVEDO; SOUSA, 2019).

Dessa forma, quando uma mulher se sente empoderada, procura estimular as que estão ao seu redor, com o intuito de promover o autoconhecimento da sua capacidade (SANTOS, 2020).

Posto isso, tem-se que as mulheres empoderadas tornam-se sujeitos autônomos aptas para compreenderem, refletirem e analisarem seu contexto social, seja no sentido individual ou coletivo, produzindo assim mudanças significativas para o desenvolvimento de uma sociedade mais humana e igualitária (ALVES; OLIVEIRA, 2020).

### 2.3 Empreendedorismo e Universidade

As Instituições de Ensino Superior (IES), desde meados do século XX, passaram a desenvolver importante papel na sociedade, não só pela expansão no número de IES, mas principalmente por estarem exercendo mais funções na sociedade e promovendo mudanças na vida das pessoas (FERREIRA, 2019). Assim, as universidades além de proporcionarem um ensino de qualidade por meio da pesquisa, ensino e extensão, possuem o papel de desenvolver profissionais capazes de solucionar problemas e superar os desafios impostos pelo mercado de trabalho (BUSSLER *et al.*, 2020).

Dessa forma, com o progresso do empreendedorismo no Brasil, surge a necessidade de termos no Ensino Superior uma grande curricular com disciplinas relevantes que impulsionem um perfil empreendedor nos discentes, por meio de uma educação que agregue valor não só para quem já empreende, mas que incentive novos empreendedores, através do desenvolvimento de habilidades, competências e atitudes necessárias no mercado de trabalho (CARVALHO; GOUVÊA, 2020).

Nesse sentido, nota-se que o conhecimento altera o comportamento do indivíduo, promovendo mudanças em seus valores e atitudes e proporcionando melhor autoestima e autoconfiança. Dessa forma, o ensino do empreendedorismo ocorre, principalmente, através da interação, independente do tipo ou modelo de aprendizagem (CUNHA *et al.*, 2021).

Assim, visando enriquecer a formação dos estudantes e estimulá-los a empreender, é essencial que as universidades utilizem métodos e ambientes que proporcionem uma vivência

dos aspectos práticos do empreendedorismo ainda na Universidade ( MAIA *et al.*,2023). Pois educar na área de empreendedorismo ou semear uma cultura empreendedora significa desenvolver pessoas capazes de criar empresas ( DOLABELA, 2008).

Desse modo, acredita-se que as universidades são sempre reconhecidas por conta das suas contribuições, ainda mais no que se refere à preparação de profissionais para o mercado de trabalho. O que torna suas funções expandidas à medida que as transformações ocorrem na sociedade (MONTEIRO *et al.*, 2019).

Posto isto, verifica-se que o ensino superior que até então era visto apenas como algo teórico, torna-se um local onde são desenvolvidas as melhores práticas profissionais e empreendedoras, ou seja, passa a ser o espaço ideal para que a criação de novas práticas empreendedoras tenha voz e vez, agregando não apenas valor para a sociedade, mas promovendo o crescimento pessoal e profissional dos indivíduos (CARVALHO; GOUVÊA, 2019).

### 3 METODOLOGIA

O presente estudo foi realizado visando identificar como o empreendedorismo feminino contribui para o empoderamento das discentes da Universidade Estadual do Maranhão / Campus Codó. Para tanto, utilizou-se a abordagem quantitativa, visto que na pesquisa quantitativa o pesquisador se vale de amostras amplas e de informações numéricas precisas (MARKONI; LAKATOS, 2021).

Tendo em vista a problemática e os objetivos que integram este estudo, adotou-se como tipo de pesquisa a bibliográfica, exploratória e descritiva. A pesquisa bibliográfica possibilita ao pesquisador a cobertura de um conjunto de fenômenos muito mais extenso do que o que poderia investigar (GIL, 2017). Já a exploratória fornece maior familiaridade com o problema. A pesquisa descritiva busca descrever as características de uma população ou identificar relações entre variáveis (MARCONI; LAKATOS, 2022).

Inicialmente os dados foram pesquisados no Google Acadêmico e em algumas revistas, tais como: Revista de Micro e Pequena Empresa (RMPE), Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA), Scielo, entre outros. Em seguida, utilizou-se um questionário contendo 13 perguntas fechadas, dispostas em 3 seções, desenvolvidas através da plataforma Google Forms que possibilitou o compartilhamento das perguntas através de um link enviado via WhatsApp a 19 discentes empreendedoras, entre os dias 13 e 24 de outubro de 2023.

Na primeira seção, buscou-se identificar o perfil das pesquisadas, na segunda seção objetivou-se identificar as características dos seus empreendimentos, os fatores que influenciaram na abertura do negócio e as características das empreendedoras; a terceira seção, por sua vez, objetivou constatar as dificuldades e desafios encontrados pelas discentes e a percepção das empreendedoras. Para tanto, fez-se uso da escala de Likert, apresentada em forma de afirmações com níveis de concordância como respostas.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico apresenta-se a análise e resultados obtidos por meio de 19 questionários respondidos por discentes empreendedoras dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Direito da Universidade Maranhão - Campus Codó. As informações disponibilizadas pelas empreendedoras proporcionaram um resultado relevante a este estudo. Para isso, a análise será dividida em três seções de acordo com a estrutura do questionário, a saber: perfil das empreendedoras, características do empreendimento, fatores que influenciaram na abertura do empreendimento, características empreendedoras, dificuldades e desafios e percepções das discentes empreendedoras. A Tabela 1, a seguir, apresenta os dados demográficos da amostra do estudo.

**TABELA 1: DADOS DEMOGRÁFICOS DA AMOSTRA**

	n = 19	Quantidade	Percentual
Idade	18 a 25 anos	6	31,6%
	25 a 30 anos	4	21,1%
	30 a 35 anos	5	26,3%
	Acima de 35 anos	4	21,1%
Estado civil	Solteiro	13	68,8%
	Casado/ união estável	6	31,6%
Filhos	Sim	9	47,4%
	Não	10	52,6%

**Fonte:** Dados da pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

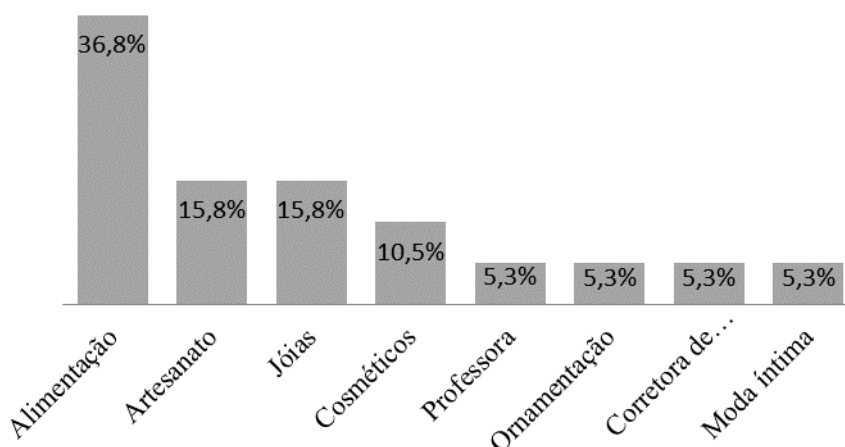
Verificar o perfil das estudantes participantes da pesquisa fornece uma base mais estruturada para entender as transformações resultantes do empreendedorismo na vida de cada uma, pois é a partir dessa aproximação que se torna mais representativo explicar a vivência da participante e sua realidade. (PRAZERES, 2021).

Dessa forma, a primeira seção buscou analisar o perfil das discentes que participaram da pesquisa, para tanto foram questionadas quanto à idade, estado civil e se possuíam filho(s). De acordo com os dados coletados, percebeu-se que a amostra da pesquisa se refere a mulheres que apresentam faixa etária variada, dentre as quais pode-se destacar que boa parte das pesquisadas, ou seja, 26,3% possuem entre 30 e 35 anos, são casadas ou possuem união estável (31,6%) e possuem filhos (47,4%).

Dessa forma, compreende-se, portanto, que boa parte das respondentes são mães, casadas, possuem filhos e desempenham duplo papel dentro e fora do lar. O que confirma o estudo de Soares (2021), que diz que, desde a revolução industrial, a mulher assume dupla jornada quando decide iniciar sua carreira e para as empreendedoras essa realidade não é diferente. Pois habitualmente a mulher não assume apenas o papel de empreendedora, ela é mãe e esposa.

Assim, esse perfil da estudante presente na pesquisa pode ser associado ao fato de que, na maioria das vezes, as mulheres iniciam sua carreira no empreendedorismo quando se encontram em um período mais estável da sua vida pessoal e familiar (Martins; Carrijo, 2023).

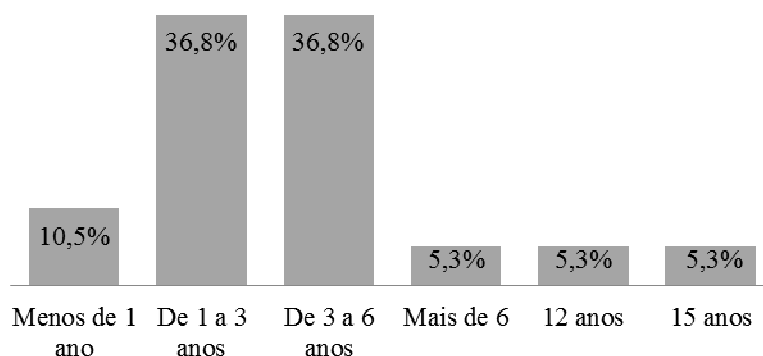
Assim sendo, na segunda seção buscou-se verificar as características do empreendimento das estudantes. Para isso, foram questionadas acerca do ramo e tempo de atuação. Conforme gráfico 01, os resultados apresentaram que sete mulheres, ou seja, (36,8%) da amostra atuam no ramo da alimentação, duas trabalham com cosméticos, três estão com seus empreendimentos voltados para o artesanato, três empreendem com joias, uma no ramo da educação, uma com ornamentação, uma empreende com moda íntima e uma trabalha como corretora de imóveis.

**Gráfico 01: Ramo de atuação.**

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

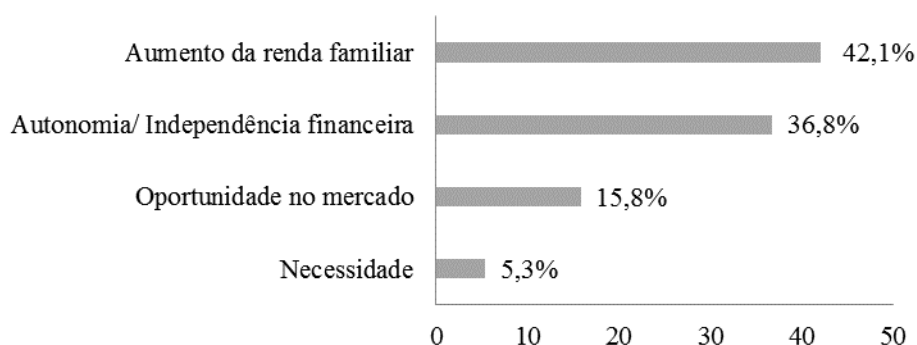
Nesse sentido, vale destacar que as características do empreendimento das discentes empreendedoras se equiparam com aquelas identificadas no relatório da GEM, elaborado em 2022, no qual afirma que quando analisadas as atividades mais representativas entre os empreendedores iniciais, nota-se a forte presença de atividade ligada à alimentação. Já em relação aos empreendedores estabelecidos, percebe-se que quase 10% estão envolvidos com empreendimento associado à beleza e ao bem-estar, tais como: cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (GEM, 2022).

O gráfico 02 apresenta os resultados obtidos acerca do tempo de atuação das empreendedoras em seu empreendimento. Observou-se que 10,5% das pesquisadas encontram-se ainda iniciantes no ramo, ou seja, possuem menos de 1 ano de atuação, 38,6% têm menos de 1 a 3 anos de empreendimento, 36,8% possuem de 3 a 6 anos. Além disso, identificou-se também as que estão com mais tempo no mercado, 5,3% das discentes possuem seu empreendimento há mais de 6 anos; 5,3% já possuem 15 anos e 5,3% já estão há 12 anos trabalhando com seu empreendimento.

**Gráfico 02: Tempo de atuação.**

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora (2023)

Em relação aos principais motivos que levaram as discentes a abrirem seus empreendimentos, conforme apresentado no gráfico 03, constatou-se que para 42,1% das discentes o aumento da renda familiar foi o principal fator que influenciou na abertura do empreendimento, 36,8% afirmaram que foi o desejo em conquistar autonomia/independência financeira, 15,8% dessas participantes decidiram iniciar sua carreira no empreendedorismo devido à oportunidade no mercado e 5,3% relataram que a necessidade foi fator crucial na sua decisão por empreender.

**Gráfico 03: Fatores que influenciaram na abertura do empreendimento.**

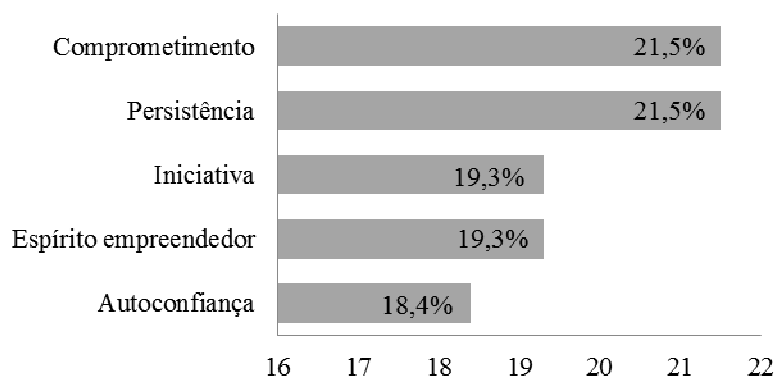
Fonte: Dados a pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

Dessa forma, percebe-se que existem vários motivos que podem levar uma mulher a empreender, seja por necessidade ou até mesmo para alcançar sua autonomia, cada um desses fatores torna-se elemento essencial para impulsionar seu anseio em conseguir um espaço no mercado de trabalho.

Nesse contexto, para o SEBRAE (2023), o desejo de trabalhar, quando se tem um objetivo, contribui para um impacto positivo na sociedade e na vida das pessoas, pois a autonomia, independência financeira e o anseio de deixar um legado na sociedade são alguns dos motivos do empreendedorismo feminino.

Na questão seguinte, buscou-se identificar as características que as empreendedoras consideravam possuir. Sendo assim, através dos resultados constatou-se que grande parte das pesquisadas, ou seja, 21,5%, mencionaram que possuem como principal característica o comprometimento, 21,5% persistência; 19,3% afirmaram que o espírito empreendedor é sua principal característica, 19,3% disseram ter iniciativa e 18,4% das participantes afirmaram ser a autoconfiança sua característica principal. Conforme apresentado no gráfico 04.

**Gráfico 04: Características empreendedoras**

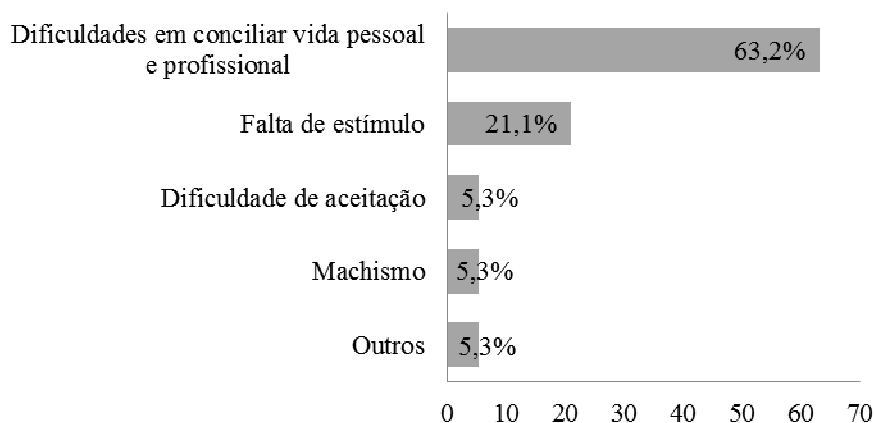


Fonte da Pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

A terceira seção, por sua vez, teve como objetivo verificar as principais dificuldades encontradas pelas discentes enquanto mulher empreendedora. O primeiro desafio identificado foi a dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional, representando 63,2% das respostas. Além desse fator, foram citados outros como a falta de estímulo para 21,1%, o machismo

representando 5,3%, a dificuldade de aceitação relatada por 5,3% das discentes e 5,3% foi em relação a outros desafios. Como apresentado no gráfico 05.

**Gráfico 05 : Dificuldades**



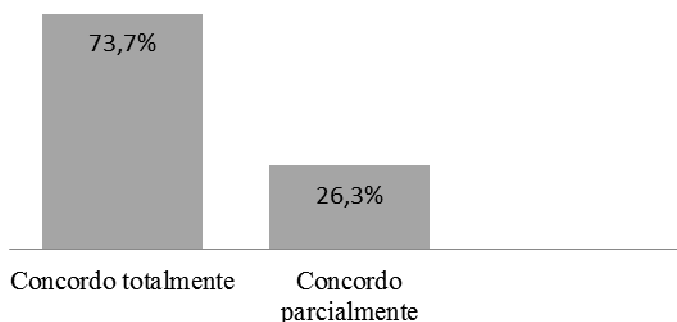
Fonte: Dados da Pesquisa: Elaborado pela autora (2023).

Nesse sentido, faz-se uma relação desses desafios com os que são apresentados em uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), ao mostrar que as mulheres empreendedoras apresentam mais dificuldades em conseguir contatos profissionais, construir uma rede de relacionamentos que facilite a criação de negócios, conseguir apoio dos amigos e familiares e conciliar todas as tarefas que lhes são destinadas sejam elas profissionais, pessoais, familiares, sejam sociais (SEBRAE, 2022).

Partindo dessa mesma perspectiva, o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), destaca que para as mulheres o principal desafio encontrado diz respeito à dificuldade em conciliar trabalho e cuidados com a casa e família (IRME, 2023).

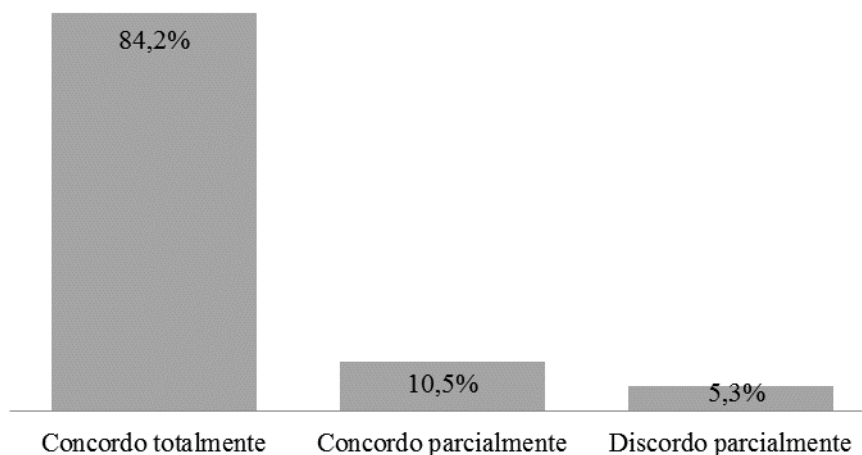
Por fim, foram utilizadas cinco questões em nível de concordância das discentes com cada afirmação baseada na escala likert, apresentando para cada opção as seguintes respostas: Concordo Totalmente, Concordo Parcialmente, Discordo Totalmente e Discordo Parcialmente.

Na primeira afirmação “Me considero uma mulher empoderada.”, os dados obtidos mostraram que 73,7% das discentes concordaram totalmente e 26,3% discordaram parcialmente.

**Gráfico 06: Me considero uma mulher empoderada.**

Fonte: Dados da Pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

Na segunda afirmação “O empreendedorismo contribuiu para meu empoderamento.”, constatou-se que grande parte das respondentes, ou seja, 84,2% concordaram totalmente, 10,5% concordaram parcialmente e 5,3% disseram que discordavam parcialmente.

**Gráfico 07: O empreendedorismo contribuiu para meu empoderamento.**

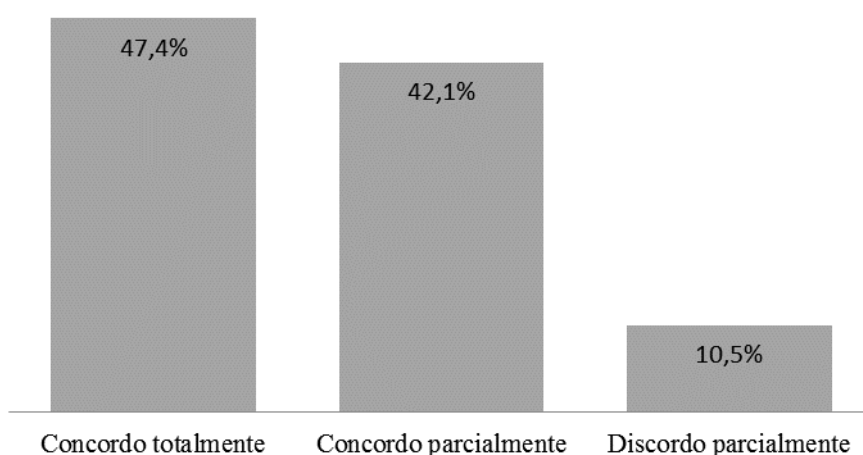
Fonte: Dados da Pesquisa. Elaborado pela Autora (2023).

Dessa forma, nota-se que as discentes reconhecem que o empreendedorismo contribui de forma significativa em seu empoderamento, tornando-as mais autônomas e proporcionando mais poder a elas. Sendo assim, foi possível constatar que o empreendedorismo vem auxiliando na ascensão do empoderamento feminino e, conseqüentemente, no fortalecimento das mulheres, fazendo com que assegurem seu espaço no mercado de trabalho, permitindo sua autonomia por meio da segurança e tranquilidade

financeira, flexibilidade de horários e conciliação de responsabilidades pessoais e profissionais (MARTINS; CARRIJO, 2023).

Na afirmação “Foi fácil encontrar uma paixão e torná-la lucrativa.”, 47,4% das respondentes concordaram totalmente, 42,1% concordaram parcialmente e 10,5% discordaram parcialmente. Conforme apresentado no gráfico 07.

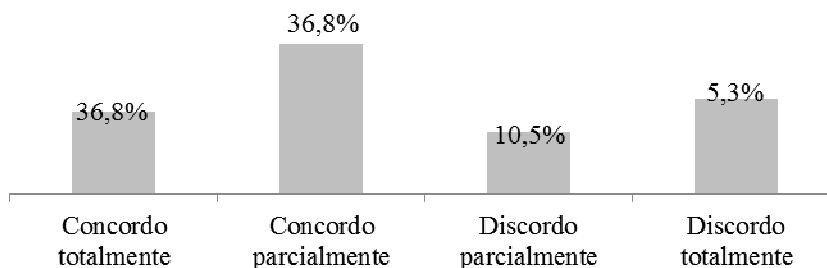
**Gráfico 08: Foi fácil encontrar uma paixão e torná-la lucrativa.**



Fonte: Dados da Pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

Para a afirmação “A universidade influenciou na minha decisão por empreender.”, 36,8% das estudantes concordaram totalmente, 36,8% concordaram parcialmente, 21,1% discordaram parcialmente e 5,3% discordaram totalmente.

**Gráfico 09: A universidade influenciou na minha decisão por empreender.**

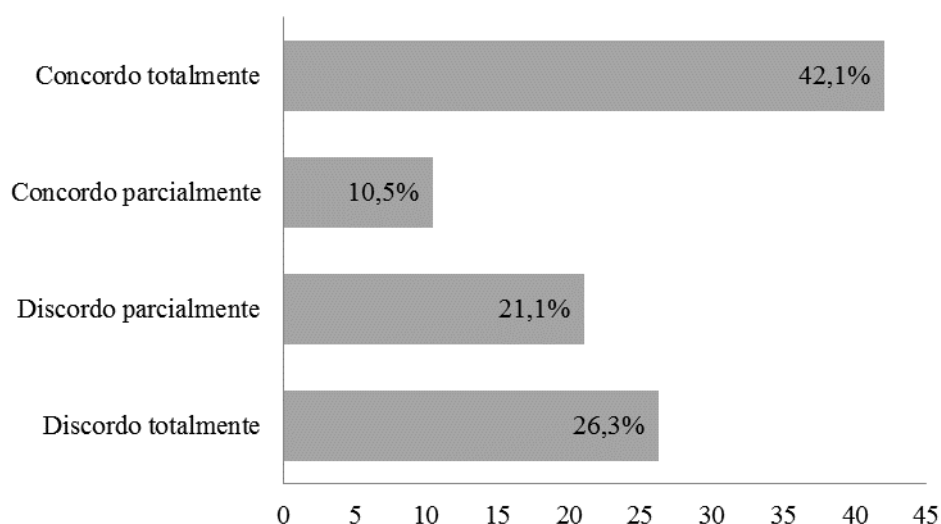


Fonte: Dados da Pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

Com isso, percebe-se que o desenvolvimento do comportamento empreendedor está diretamente ligado ao meio no qual o indivíduo está inserido, como por exemplo o ambiente universitário, uma vez que, para o indivíduo desenvolver um novo negócio e tornar-se empreendedor, faz-se necessário que possua a intenção de empreender. Dessa forma, quanto maior for estímulo do meio em que está inserido, mais forte será o desejo em se tornar empreendedor (ALVES; MAIA, 2023).

Na última afirmação “A sociedade ainda acredita mais no empreendedorismo masculino.”, 42,1% das respondentes concordaram totalmente, 10,5% concordaram parcialmente, 26,3% discordaram totalmente e 21,1% discordaram parcialmente.

**Gráfico 10: A sociedade ainda acredita mais no empreendedorismo masculino.**



Fonte: Dados da Pesquisa. Elaborado pela autora (2023).

Dessa forma, percebe-se que a sociedade ainda acredita mais em empreendimentos liderados por homens e, embora a mulher esteja se inserindo cada vez mais no mercado, as raízes de uma sociedade patriarcalista ainda permanecem, mesmo que os tempos tenham mudado e a mulher já não tenha a família como sua função principal (NUNES, SANCHES, 2022).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo cada vez mais vem se transformando em uma atividade comum entre a população. Além disso, os estudos que se referem ao empoderamento feminino também estão em constante crescimento, pois desde o século XX nota-se o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho e conhecer essa atual realidade possibilita identificar as oportunidades e dificuldades encontradas por elas na sociedade (MARTINS; CARRIJO, 2023). Assim, o objetivo deste estudo foi identificar como o empreendedorismo contribui para o empoderamento das discentes da Universidade Estadual do Maranhão - Campus Codó.

Dessa forma, a pesquisa demonstrou que, entre as discentes pesquisadas, tem-se que a maioria possui entre 30 e 35 anos, é casada e tem filho. Ademais, percebeu-se que o empreendedorismo feminino permite que elas tenham independência financeira, autonomia e possibilidade de realização de sonhos.

Desse modo, ao buscar identificar os desafios e oportunidades encontradas na construção do seu empreendimento, constatou-se que a maioria das discentes participantes deste estudo possui como desafio central a dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional. Nesse sentido, em concordância com os resultados da pesquisa, o IRME em uma pesquisa realizada mostra que para as mulheres os cuidados com a casa e família dificultam ainda mais sua jornada empreendedora, uma vez que elas se sentem sobrecarregadas pelo acúmulo de cuidado com a família e seu empreendimento.

No que se refere à influência da Universidade na intenção empreendedora das discentes, notou-se que o resultado foi favorável, pois a pesquisa demonstrou que a universidade influencia as alunas a empreenderem. Isso porque, por meio do ensino do empreendedorismo, é possível apresentar às alunas uma opção de futuro profissional, sendo possível ampliar suas habilidades e competências que terão grande valia em qualquer carreira (SILVA *et al.*, 2019).

Como limitações do presente estudo, a primeira diz respeito à amostra da pesquisa, pois optou-se por coletar dados apenas de uma única universidade, o que limitou os resultados obtidos. Outro fator importante diz respeito à análise dos dados, pois se trata de uma pesquisa quantitativa elaborada por meio de um questionário com perguntas fechadas, limitando-se apenas em analisar variáveis de acordo com o modelo do questionário. Com isso, as respondentes não tiveram a chance de expressar suas opiniões de forma livre, para que assim

fosse realizada uma análise qualitativa de suas respostas, visando contribuir na interpretação dos resultados coletados pelo presente estudo.

Como sugestão para pesquisas futuras, surgem diversas oportunidades de estudo, tendo em vista os resultados obtidos: (a) a elaboração de estudos qualitativos acerca da influência do empreendedorismo em seu empoderamento, abrangendo outras instituições de ensino superior públicas e/ou privadas, (b) a influência da Universidade na intenção empreendedora dos discentes que empreenderam ao finalizar o curso, (c) analisar as oportunidades e desafios encontrados pelas discentes ao tentar conciliar sua vida acadêmica, trabalho e família.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. A; SOUSA, P. L. A nova mulher: Uma questão de gênero e empoderamento. In. OLIVEIRA, Marcus Vinícius de Faria. **DESIGUALDADE SOCIAL E DE GÊNERO: DESAFIOS, PERSPECTIVAS, RETROCESSOS E AVANÇOS**, v. 1, n. 1, p. 12-23, 2021. Disponível em: <https://www.editoracientifica.com.br/artigos/a-nova-mulher-uma-questao-de-genero-e-empoderamento>.

ARAÚJO, A. L; FAHD, P. G; COSTA, S. P. Empreendedorismo feminino: o empoderamento da mulher no mercado de trabalho na cidade de Santa Inês-MA. **Open Science Research II**, v. 3, 2022. Disponível em: <https://www.editoracientifica.com.br/artigos/empreendedorismo-feminino-o-empoderamento-da-mulher-no-mercado-de-trabalho-na-cidade-de-santa-ines-ma>.

AZEVEDO, M. A; DE SOUSA, L. D. Empoderamento feminino: conquistas e desafios. **SAPIENS-Revista de divulgação científica**, v. 1, n. 2, 2019.

BUSSLER, N. R. C *et al.* A Interação entre as Universidades e o Empreendedorismo. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 52, p. 194-215, 2020. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/9520>.

BARBOSA, A. B. A .; ROMANELLO. A. C.R.; MARTINS, V.B.; MONTEIRO, C.C.F. Empoderamento feminino na indústria de joias. **Projética**, v. 10, n. 2, p. 121-136, 2019. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/34758/26003>.

CARVALHO, A. M; GOUVÊA, F. M. O. A importância do desenvolvimento/ensino do empreendedorismo no ensino superior para a geração de valor/empregos. In: **Anais da 9ª Conferência FORGES, UnB, IFB. Brasília. 2020.**

CINEGLAGLIA, M. N. *et al.* Desafios do Empreendedorismo Feminino no Brasil na Atualidade. **Lex Cult Revista Do CCJF**, 5 (3), 59–76. 2021.

CORDEIRO, A. I.; SANTOS, G.; GAMARRA, N. R. A. “Mulher empreendedora: desafios e oportunidades”. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, Diciembre, 2020.

CUNHA, L. E. M; MARQUESAN, F. F. S; SILVA, J. B. Ensino Do Empreendedorismo: Percepção Dos Alunos De Uma Instituição De Ensino Superior. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 1, p. 89-111, 2021.

CHIAVENTO, I, 1936. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 9. ed. Barueri, São Paulo: Atlas, 2023.

FERREIRA, P. L; RODRIGUES, D. F. Empreendedorismo Feminino na cidade de João Pessoa- PB: dificuldades enfrentadas no período do covid-19. **Revista Campo do Saber**, v. 8, n. 1, 2022. Disponível em: <https://periodicos.iesp.edu.br/index.php/campodosaber/article/view/468>.

FERNANDES, M. A. **Mulheres empreendedoras**: desafios, oportunidades e perspectivas. 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/38284>.

FERREIRA, E. C. **C.A Importância das Instituições de Ensino Superior no Desenvolvimento Regional em Portugal**. 2019. Tese de Doutorado. Universidade de Évora (Portugal). Disponível em: <https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/25457>.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2017. [4.ed. 2002; 2. ed. 1989].

GEM - **Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo (2022). Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>.

GEM - **Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo (2020). Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-RE-SEXO-v2.pdf>.

Instituto Rede Mulher Empreendedora - IRME (2019). Empreendedorismo no Brasil: um recorte de gênero. Disponível em: [1571769199Ebook\\_Pesquisa\\_Rme\\_2019.pdf](https://1571769199Ebook_Pesquisa_Rme_2019.pdf) (d335luupugsy2.cloudfront.net).

Instituto Rede Mulher Empreendedora - **IRME** (2023). Empreendedoras e seus negócios. Disponível em: [https://materiais.rme.net.br/pesquisa2023?utm\\_campaign=news\\_-\\_pesquisa\\_empreendedoras\\_e\\_seus\\_negocios\\_2023&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://materiais.rme.net.br/pesquisa2023?utm_campaign=news_-_pesquisa_empreendedoras_e_seus_negocios_2023&utm_medium=email&utm_source=RD+Station).

Instituto Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE (2023). Os desafios das mulheres empreendedoras. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/os-desafios-das-mulheres-empreendedoras,1d7c06f280fd1810VgnVCM100000d701210aRCRD>.

Instituto Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas- **SEBRAE** (2022). As características das mulheres empreendedoras. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-caracteristicas-das-mulheres-empreendedoras,83f2c79a303f4810VgnVCM100000d701210aRCRD>.

LIMA, J. M. *et al.* Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 17, n. 48, p. 251-266, 2021.

LUCENA, P. F; RODRIGUES, D. F. Empreendedorismo na cidade de João Pessoa - PB: Dificuldades enfrentadas no período do covid-19. **Revista Campo do Saber**, v. 8, n. 1, 2022. Disponível em: <https://periodicos.iesp.edu.br/index.php/campodosaber/article/view/468>.

MAIA, G. V *et al.* A influência do ambiente universitário na intenção empreendedora dos estudantes . **OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA**, [S. l.], v. 21, n. 8, p. 8251–8278, 2023. DOI: 10.55905/oelv21n8-026. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/1090>.

MARTINS, F. M; CARRIJO, M. C. Empreendedorismo e empoderamento feminino: uma análise de casos no setor de acessórios e semijoias. 2023. 16 f. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/39268>.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. Metodologia científica; atualização João Bosco Medeiros. 8. ed. Barueri [SP] : Atlas, 2022.

MONTEIRO, M. M. L.; SILVA, G. B; SOUSA, F. R. L; MELO, C. X. Entrepreneurial intention and academic training: a study with academics of administration in a public institution. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. e115911736, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i1.1736. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/1736>.

PRAZERES, L. G. N. S. **Empreendedorismo e empoderamento feminino**: o caso das mulheres do ramo de beleza em São Felipe -BA. 2021.

PORTO, J. C. Informa SUS-UFSCar. Comunicação social e científica para democratização da ciência. Florianópolis: **UFSCAR**, 2020. Disponível em: <https://informasus.ufscar.br/empoderamento-feminino/>.

RODRIGUES, C. O; LOPES, M. L. B; SANTOS, M. A. S. Empreendedorismo feminino e agrícola: uma revisão sistemática da literatura. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 11, n. 3, pág. e42111326741-e42111326741, 2022.

SILVA, C. P. S.; COELHO, E. S. P; CARVALHO, J. G. Educação empreendedora no Ensino Superior: uma análise sob a perspectiva dos estudantes de Administração. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração** [en linea]. 2021, 15(4), 82-100[fecha de Consulta 1 de Febrero de 2024]. ISSN: . Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441769867008>.

SANTOS, I. T. Empoderamento e empreendedorismo feminino: um estudo multicaso com as jovens empreendedoras do Salvador. **Revista Formadores: Vivências e Estudos**, Cachoeira (Bahia), v. 13, n. 3, p. 6 - 24, dez. 2020.

SOARES, C. C. **Empreendedorismo feminino na moda**: estudo de caso das marcas Tuani Vieira Brand, Madu Brand e Gi Ferrera. 2021.

**Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:**

SALAZAR, K. S; MENDES, N. N. Empoderamento Feminino: Um Estudo com Discentes em uma Universidade Maranhense. **Rev. FSA**, Teresina, v. 23, n. 3, art. 2, p. 26-47, mar. 2026.

Contribuição dos Autores	K. S. Salazar	N. N. Mendes
1) concepção e planejamento.	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X