
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

**EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO: COMO O
EMPREENDEDORISMO E O MARKETING PODEM FAZER A
DIFERENÇA NA REINserÇÃO AO MERCADO DE TRABALHO**

**FEMALE ECONOMIC EMPOWERMENT: HOW
ENTREPRENEURSHIP AND MARKETING CAN MAKE A
DIFFERENCE IN RE-ENTERING THE WORK MARKET**

Ana Paula Cortes Real Meireles¹
Maria Antônia Vergínio Lochini²
Edson Roberto Manfré³

Resumo

O artigo aborda o empreendedorismo feminino como ferramenta de empoderamento econômico e reinserção no mercado de trabalho. Analisa como o marketing, aliado à autonomia financeira, promove visibilidade e competitividade para negócios liderados por mulheres. Por meio de uma abordagem qualitativa e exploratória, destaca a relevância de políticas públicas, como a Estratégia Elas Empreendem, que visa fortalecer a inclusão socioprodutiva, o acesso a crédito e a educação empreendedora. Aponta os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras, como desigualdades regionais e raciais, acesso a financiamento e conciliação entre vida pessoal e profissional. O estudo conclui que o marketing é uma ferramenta essencial para potencializar a conexão com o público-alvo e ampliar as oportunidades de negócios. Enfatiza que o empoderamento feminino não apenas promove a independência financeira, mas também contribui para o desenvolvimento sustentável e a transformação das dinâmicas sociais.

Palavras-chave: Empoderamento feminino, Empreendedorismo, Marketing, Inclusão econômica, Políticas públicas.

Abstract

The article addresses female entrepreneurship as a tool for economic empowerment and reintegration into the job market. It analyzes how marketing, combined with financial autonomy, promotes visibility and competitiveness for businesses led by women. Through a qualitative and exploratory approach, it highlights the relevance of public policies, such as the Elas Empreendem Strategy, which aims to strengthen socio-productive inclusion, access to

¹ Aluna do curso de Marketing da Fatec de Presidente Prudente. E-mail: ana.meireles@fatec.sp.gov.br.

² Aluna do curso de Marketing da Fatec de Presidente Prudente. E-mail: maria_lochini@hotmail.com.

³ Professor orientador Me. em Geografia da Fatec de Presidente Prudente. E-mail: edson.manfre@fatec.sp.gov.br.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

credit and entrepreneurial education. It highlights the main challenges faced by women entrepreneurs, such as regional and racial inequalities, access to financing and reconciling personal and professional lives. The study concludes that marketing is an essential tool for enhancing connection with the target audience and expanding business opportunities. It emphasizes that female empowerment not only promotes financial independence, but also contributes to sustainable development and the transformation of social dynamics.

Keywords: *Female empowerment, Entrepreneurship, Marketing, Economic inclusion, Public policies.*

1. INTRODUÇÃO

Para conquistar autonomia econômica, muitas mulheres têm encontrado no empreendedorismo uma via para alcançar independência financeira, acesso ao mercado de trabalho, igualdade de gênero e realização pessoal e profissional (ALVES; DANDOLINI, 2017; PALMA, 2016). Além disso, o empreendedorismo transforma a forma como a mulher é percebida socialmente, conferindo-lhe uma posição de valorização e respeito. Esse reconhecimento social amplia suas oportunidades de participação e estabelece um ciclo de empoderamento que vai além da esfera econômica, contribuindo para redefinir os papéis de gênero e os espaços ocupados pelas mulheres na sociedade.

O processo empreendedor feminino ganhou destaque nacional em 2009, quando o número de negócios abertos por mulheres superou o de homens. Esse cenário se manteve até 2017, mas, entre 2018 e 2022, os homens voltaram a liderar. Em 2023, os empreendedores masculinos aumentaram para 15,4%. No entanto, o Brasil ainda apresenta uma expressiva quantidade de mulheres à frente de empreendimentos, com 16,2 milhões de brasileiras ocupando esse papel, o que contribui para os 30,1% da população de 18 a 64 anos (aproximadamente 42 milhões de pessoas) envolvida na criação ou manutenção de negócios (GEM Brasil, 2023).

Neste contexto, o marketing se destaca como uma ferramenta essencial para reposicionar as mulheres no mercado. Estratégias como branding e storytelling não apenas promovem suas habilidades, mas também transformam suas experiências em vantagens competitivas, abrindo portas para negócios rentáveis e sustentáveis.

O empoderamento econômico feminino é fundamental para o desenvolvimento social e econômico, promovendo inclusão e igualdade de gênero. Apesar das barreiras enfrentadas, a capacidade das mulheres de empreender e liderar negócios impulsiona o crescimento

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

econômico e transforma relações sociais.

A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro tem registrado avanços notáveis nas últimas décadas, refletindo uma tendência global de busca por equidade de gênero. Em 2023, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad), o Brasil atingiu um recorde no número de trabalhadores ativos, com 100.984.563 pessoas, das quais 43.380.636 são mulheres, evidenciando o crescimento da participação feminina no mercado (IBGE, 2023).

Entretanto, apesar dos números promissores, a desigualdade persiste. Com a sanção da Lei 14.611/2023, surge uma nova esperança de avanço, com a transparência salarial nas empresas, permitindo discussões mais abertas sobre salários e direitos e promovendo um ambiente mais justo e igualitário (BRASIL – MTE, 2023).

O objetivo deste artigo é analisar o empreendedorismo feminino no Brasil e explorar como o empoderamento econômico, aliado a estratégias de marketing, pode facilitar a reinserção das mulheres no mercado de trabalho. O estudo investiga o papel do marketing como ferramenta de apoio, destacando seu potencial para fortalecer a presença e a competitividade das mulheres empreendedoras no cenário empresarial brasileiro.

2. EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO

O empoderamento feminino surgiu no século XIX como um movimento político e social voltado para fortalecer a posição da mulher na sociedade, com foco na igualdade de gênero (INSTITUTO ALGAR, 2024). A ONU Mulheres (2017) define o empoderamento como a ampliação da liberdade de escolha e ação, aumentando o controle das mulheres sobre recursos e decisões que afetam suas vidas, com o objetivo de promover sua autonomia e emancipação.

Historicamente, as mulheres enfrentaram discriminação e subordinação social. No entanto, o movimento feminista busca, por meio do empoderamento, desconstruir essa imagem, promovendo a emancipação como uma forma de resistência ao patriarcado (SARDENBERG, 2006). Oliveira et al. (2015) destacam que essa emancipação possibilita o acesso das mulheres a diversas esferas sociais.

Para fortalecer o empoderamento, a ONU Mulheres e o Pacto Global definiram sete Princípios de Empoderamento das Mulheres, que orientam a comunidade empresarial a integrar práticas voltadas para a equidade de gênero e o empoderamento feminino. Esses princípios são os seguintes:

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

Quadro 1 - Princípios do Empoderamento Feminino.

Princípio 1	Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível;
Princípio 2	Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação;
Princípio 3	Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa;
Princípio 4	Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres;
Princípio 5	Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing;
Princípio 6	Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social;
Princípio 7	Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir da Cartilha ONU Mulheres (2017).

Malhotra, Schuler e Boender (2002), citados por Moreira et al. (2011), identificaram cinco dimensões do empoderamento:

Quadro 2 – Cinco dimensões do empoderamento

1. Econômica	controle dos recursos familiares e acesso ao crédito e emprego.
2. Sociocultural	liberdade de movimento e participação em redes sociais.
3. Familiar/Interpessoal	decisões sobre vida familiar e reprodutiva.
4. Legal/Política	conhecimento e prática dos direitos, como votar.
5. Psicológica	autoestima e bem-estar, essenciais para a autonomia.

Fonte: Malhotra, Schuler e Boender (2002) citado por Moreira, Lima e Lopes (2011, p. 5).

Essas dimensões ampliam o poder das mulheres em seus papéis sociais, econômicos e políticos, consolidando sua posição na sociedade (FERREIRA, 2016; MELO; LOPES, 2012). A seguir, discute-se a relação entre empoderamento e empreendedorismo feminino.

O empoderamento econômico feminino vai além do alcance financeiro; envolve a capacidade de fazer escolhas autônomas e estabelecer redes de apoio que ampliam a participação das mulheres no mercado.

Assim, o empoderamento econômico feminino se baseia em três pilares principais: (1)

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

autonomia financeira, que permite que as mulheres controlem suas finanças e busquem novas oportunidades; (2) **igualdade de oportunidades**, garantindo acesso equitativo a recursos, trabalho e direitos; e (3) **inclusão social**, que visa remover as barreiras históricas que limitaram o papel das mulheres na economia formal.

2.2. A importância do empoderamento econômico para sociedade

Investir em mulheres traz benefícios tanto para elas quanto para toda a sociedade. No entanto, o ritmo atual de investimentos ainda é insuficiente, o que, se mantido, deixará milhões de mulheres e meninas em extrema pobreza até 2030, reforçando a urgência do empoderamento econômico feminino, conforme destacado pelo tema do Dia Internacional da Mulher de 2024 (ONU MULHERES, 2024).

O empoderamento econômico feminino vai além da independência financeira; ele promove transformações sociais profundas, impactando a dinâmica econômica das famílias e da sociedade como um todo. Para que os países em desenvolvimento alcancem a igualdade de gênero e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, é necessário um investimento adicional de US\$ 360 bilhões anuais. Além de incentivar a participação das mulheres em ativos financeiros, é crucial a criação de instituições que promovam investimentos públicos em bens sociais e no desenvolvimento sustentável (ONU MULHERES, 2024).

Cinco pontos fundamentais podem garantir e acelerar o empoderamento econômico das mulheres (ONU MULHERES, 2024):

Quadro 3 – Cinco pontos que podem garantir e a acelerar o empoderamento

RECURSOS	Quando as mulheres têm acesso igualitário a recursos, elas podem investir em si mesmas, melhorando seu bem-estar, educação, iniciando negócios ou exercendo controle sobre sua renda, o que contribui para uma sociedade mais inclusiva.
EMPREGOS	Aumentar a presença feminina em setores tradicionalmente dominados por homens, como ciência, tecnologia e engenharia, é fundamental para promover a igualdade e o avanço profissional das mulheres.
TEMPO	Investir na transformação dos sistemas de cuidado oferece uma “vitória tripla” ao liberar tempo para as mulheres, gerar empregos no setor de cuidados e ampliar o acesso a serviços essenciais.
SEGURANÇA	A insegurança, em suas diversas formas, bloqueia o empoderamento das mulheres, mantendo-as na pobreza e impedindo-as de exercer seu pleno

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

	potencial. Políticas que envolvem o setor privado e desafiam normas sociais limitantes são essenciais para enfrentar esse desafio.
DIREITOS	O empoderamento econômico das mulheres, com os direitos humanos como seu núcleo, deve ser reconhecido como um direito essencial. As restrições ao empoderamento feminino geram um alto custo para as sociedades e economias.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir material da ONU Mulheres (2024).

A igualdade de acesso a recursos permite que as mulheres invistam em seu bem-estar, contribuindo para uma sociedade mais inclusiva. A ampliação da presença feminina em setores dominados por homens, como ciência e tecnologia, é essencial para a promoção da igualdade e para o avanço das mulheres nesses campos. Investir em sistemas de cuidado também oferece benefícios múltiplos, ao liberar tempo para as mulheres, gerar empregos no setor e melhorar o acesso a serviços essenciais. A falta de segurança, em diversas formas, impede o empoderamento feminino, destacando a necessidade de políticas públicas que envolvam o setor privado e desafiem normas sociais limitantes.

O empoderamento econômico das mulheres é um pilar essencial para o progresso social e econômico. Ao garantir acesso igualitário a recursos, empregos, tempo, segurança e direitos, promove-se não apenas a independência financeira, mas também a transformação estrutural das economias e das dinâmicas sociais. Esse empoderamento é um investimento estratégico que impulsiona o desenvolvimento sustentável, reduz a pobreza e cria uma sociedade mais justa e inclusiva. Para alcançar a igualdade de gênero e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, ainda é necessário um esforço significativo em termos de investimentos e políticas públicas que garantam oportunidades reais para todas as mulheres e meninas. Reconhecer o valor do empoderamento feminino é um compromisso com um futuro mais próspero e equilibrado para todos.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa para investigar como o empreendedorismo feminino e o marketing contribuem para o empoderamento econômico e a reinserção profissional de mulheres. Essa escolha metodológica é justificada pela complexidade dos fenômenos sociais envolvidos, permitindo uma compreensão aprofundada das experiências, percepções e desafios enfrentados pelas empreendedoras.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

A abordagem metodológica deste artigo é exploratória. De acordo com Gil (2010, p. 27), "as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses." Prodanov e Freitas (2013, p. 52) complementam que "a pesquisa exploratória possui planejamento flexível, permitindo o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos."

Os dados necessários para o desenvolvimento deste artigo foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica, que envolve a consulta a fontes já publicadas. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 54), essa abordagem "é composta principalmente por livros, revistas, publicações em periódicos, artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico e conteúdo disponível na internet". Gil (2010, p. 30) destaca que "a principal vantagem da pesquisa bibliográfica é cobrir uma gama de fenômenos muito mais ampla do que a que poderia ser abordada diretamente."

4. EMPREENDEDORISMO FEMININO

A **Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino**, conhecida como "Estratégia Elas Empreendem", foi criada em 2024 pelo Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP) com o objetivo de fortalecer negócios liderados por mulheres. A estratégia visa aumentar a renda e a sustentabilidade desses empreendimentos, facilitar o acesso a políticas públicas e promover a inclusão social e econômica das mulheres (BRASIL - MEMP, 2024).

A criação da Estratégia Elas Empreendem representa um avanço significativo na promoção do empreendedorismo feminino no Brasil. É fundamental que políticas como essa não apenas incentivem as mulheres a desenvolverem seus negócios, mas também ofereçam suporte para superar as barreiras históricas e sociais que ainda limitam sua atuação. Ao facilitar o acesso a políticas públicas e promover a coleta de dados sobre o empreendedorismo feminino, essa estratégia fortalece a presença das mulheres no mercado, contribuindo para uma economia mais inclusiva e equitativa.

Nos últimos anos, o empreendedorismo feminino no Brasil tem mostrado um crescimento significativo. De acordo com o Monitor Global de Empreendedorismo (GEM), as mulheres representaram mais da metade dos brasileiros que pretendem empreender até 2026, um aumento considerável em relação a 2022, quando os homens eram maioria entre os

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

aspirantes a empreendedores (GEM Brasil, 2023). Dados do Sebrae (2024) indicam que mais de 10 milhões de mulheres estão à frente de seus próprios negócios no país. No entanto, apesar desse avanço, ainda existem barreiras, como o acesso restrito a crédito e a sobrecarga de responsabilidades domésticas. O ambiente digital, por sua vez, tem se destacado como uma ferramenta importante para que empreendedoras superem esses desafios e ampliem seus negócios, mesmo com recursos limitados.

4.1. O crescimento do empreendedorismo feminino na Região de Presidente Prudente

O empreendedorismo feminino tem ganhado força significativa na região de Presidente Prudente, impulsionando o crescimento de negócios liderados por mulheres e transformando o cenário econômico local. De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP), o número de Microempreendedores Individuais (MEIs) ativos liderados por mulheres na maior cidade do oeste paulista aumentou de 7.179 em 2021 para 10.935 em novembro de 2024, representando um crescimento de 52,32%. Os setores de beleza, vestuário, promoção de vendas e serviços domésticos se destacam como as principais áreas de atuação dessas empreendedoras (SEBRAE-SP, 2024).

Vivian Veiga, analista de negócios do Sebrae-SP (SEBRAE-SP, 2024), destaca o impacto positivo desse fenômeno na vida das mulheres: “Hoje, muitas mulheres são chefes de família, e o empreendedorismo oferece a flexibilidade necessária para estarem mais próximas dos filhos, ao mesmo tempo em que complementam a renda.” Para muitas, empreender é uma maneira de equilibrar trabalho e vida familiar, trazendo benefícios tanto financeiros quanto emocionais. Esse crescimento reflete não apenas mudanças nas estruturas econômicas da região, mas também uma transformação cultural, com o papel das mulheres como empreendedoras sendo cada vez mais valorizado.

A fala de Vivian Veiga amplia a visão do empreendedorismo feminino como uma forma de empoderamento. Para muitas mulheres, especialmente chefes de família, empreender permite que elas gerenciem suas jornadas de trabalho, estejam mais presentes em suas casas e, ao mesmo tempo, construam uma carreira. Esse aspecto humano e social do empreendedorismo destaca que a atividade vai além do lucro, oferecendo alternativas reais para a inclusão econômica e social.

O crescimento do empreendedorismo feminino não se limita a Presidente Prudente.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

Outras cidades da região também apresentam números expressivos, conforme os dados de apuração dos cadastros ativos dos MEIs, da Receita da Fazenda, em 16/11/2024.

Quadro 4 – Relação das cidades com representatividades MEIs Femininos

Cidades	Total MEIs Ativos	MEIs Femininos	% MEIs Femininos
Adamantina	2.396	1.114	46,49%
Assis	10.482	4.991	47,61%
Álvares Machado	2.078	969	46,31%
Dracena	3.778	1.772	46,90%
Martinópolis	1.875	925	49,33%
Oswaldo Cruz	2.889	1.469	50,85%
Pirapozinho	2.065	1.006	48,72%
Presidente Epitácio	3.746	1.876	50,08%
Presidente Venceslau	3.073	1.505	48,97%
Rancharia	2.151	1042	48,44%
Regente Feijó	1.392	649	46,62%
Santo Anastácio	1.624	803	49,45%

Fonte: Elaborado pelas autoras (BRASIL - RF, 2024)

Esses dados revelam o crescimento consistente do empreendedorismo feminino nas cidades da região, com mulheres representando de 46% a 50% dos MEIs ativos, refletindo uma tendência crescente. Essa realidade reforça a importância de iniciativas que apoiem e incentivem o empreendedorismo feminino, especialmente em cidades menores, onde os recursos e incentivos são mais limitados. A busca por independência financeira e a flexibilidade de horários são fatores chave que impulsionam esse movimento.

4.2. O Papel do empreendedorismo na promoção do empoderamento

O empreendedorismo assume significados diferentes para homens e mulheres. Para os homens, ele está frequentemente associado à independência financeira e à conquista de bens materiais, enquanto para as mulheres, representa uma forma de emancipação que vai além do aspecto econômico, afirmando sua autonomia e rompendo com estereótipos que as limitavam ao espaço doméstico (MELO; LOPES; RODRIGUES, 2016).

O empreendedorismo tem se mostrado uma ferramenta poderosa para o empoderamento

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

econômico feminino, criando novas oportunidades de inserção no mercado de trabalho e fortalecendo a autoconfiança e liderança das mulheres. Em um contexto de desigualdade de gênero, especialmente em países em desenvolvimento, ele se apresenta como uma alternativa viável para aquelas que buscam independência financeira e realização pessoal.

O Governo Federal tem implementado diversas iniciativas para apoiar o empreendedorismo feminino no Brasil, como a ampliação do acesso ao crédito, a oferta de capacitação, a criação de redes de apoio e mentoria, e o incentivo à formalização de negócios liderados por mulheres. Além disso, busca-se estimular o uso de inovação e tecnologia, promovendo uma cultura que valorize a atuação feminina nos setores econômicos e facilite a conciliação entre a vida profissional e pessoal das empreendedoras (BRASIL - MEMP, 2024).

A ampliação de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino é essencial para garantir igualdade de oportunidades, especialmente em um país onde as mulheres enfrentam grandes desafios no acesso ao crédito e suporte. Contudo, ainda existem barreiras culturais e estruturais, particularmente para aquelas que têm responsabilidades familiares e enfrentam desafios no mercado de trabalho. Esses esforços são importantes, mas o impacto a longo prazo dependerá da continuidade e ampliação dessas políticas em todas as esferas do governo.

A pandemia de COVID-19 acelerou essa tendência, impulsionando muitas mulheres a empreenderem como forma de adaptação às novas realidades econômicas, evidenciando sua resiliência diante das dificuldades.

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Brasil tem se destacado pelo aumento significativo de mulheres empreendedoras, refletindo uma tendência global de superação das limitações dos ambientes corporativos tradicionais. Ao criarem seus próprios negócios, essas mulheres conquistam autonomia financeira e desempenham papéis centrais no desenvolvimento econômico e social de suas comunidades (GEM Brasil, 2023).

O empreendedorismo permite que as mulheres controlem suas carreiras e finanças, além de fortalecer suas habilidades de decisão. Segundo o Sebrae, muitas mulheres relatam aumento na autoestima e no propósito ao liderarem seus negócios, tornando-se modelos inspiradores para outras (SEBRAE, 2024).

Malavota, Cinegaglia e Mello (2019) destacam que a independência financeira é crucial para a emancipação social feminina. Embora desafios como disparidades salariais e assédio

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

ainda persistam, esses obstáculos são menos frequentes em ambientes onde as mulheres ocupam posições de liderança.

Essa análise destaca o empoderamento feminino como um catalisador para a igualdade social e econômica. A independência financeira não só dá maior controle sobre a vida das mulheres, mas também contribui para a redução de problemas estruturais como assédio e disparidades salariais. Além disso, é fundamental que a sociedade apoie e incentive políticas de equidade nas empresas, garantindo que as mulheres ocupem espaços de liderança e promovam mudanças reais em seus ambientes de trabalho.

4.3. Desafios estruturais enfrentados por mulheres empreendedoras

Embora o empreendedorismo tenha um grande potencial de empoderamento para as mulheres, o caminho para o sucesso é repleto de desafios específicos. Diversos problemas estruturais impedem que as empresárias alcancem seu pleno potencial, como evidenciado pelos seguintes obstáculos:

Quadro 5 – Desafios estruturais das mulheres empreendedoras

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

Fonte: Elaborado pelas autoras (BRASIL - MEMP, 2024, p. 21)

Os principais obstáculos enfrentados pelas mulheres empreendedoras incluem o acesso limitado a recursos financeiros, a dificuldade em equilibrar a vida familiar e profissional, a escassez de modelos e mentorias, e o acesso restrito a informações e tecnologias. Além disso, normas culturais, desigualdades regionais e raciais e desafios na formalização das empresas impactam negativamente o crescimento dos negócios liderados por mulheres, reforçando a necessidade de políticas públicas específicas para enfrentar essas questões (BRASIL - MEMP, 2024).

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

Este contexto destaca a urgência de estratégias como mentorias, a promoção de modelos inspiradores e o aumento do acesso à tecnologia, que são essenciais para criar um ambiente mais inclusivo e propício ao sucesso das mulheres no empreendedorismo.

4.4. A Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino — Estratégia Elas Empreendem

O Decreto nº 11.994, de 10 de abril de 2024 (BRASIL, 2024), instituiu a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino — Estratégia Elas Empreendem, com o objetivo de promover a inclusão social e econômica das mulheres por meio do empreendedorismo. Desenvolvida pelo governo federal, com a participação da ministra das Mulheres, Cida Gonçalves, e do ministro do Empreendedorismo, Márcio França, a iniciativa é estruturada em eixos específicos, voltados para capacitação, acesso ao crédito e inclusão no mercado de trabalho, fortalecendo a equidade de gênero no ambiente empresarial (BRASIL - MEMP, 2024).

Quadro 6 – Eixos estruturantes no empreendedorismo feminino

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

Fonte: Elaborado pelas autoras (BRASIL - MEMP, 2024, p. 32)

A Estratégia Elas Empreendem representa um avanço significativo no fortalecimento do empreendedorismo feminino no Brasil. Os eixos estruturantes — acesso ao mercado, inclusão socioprodutiva, tecnologia, crédito e educação empreendedora — garantem não apenas a criação, mas também a sustentabilidade e expansão dos negócios liderados por mulheres. A inclusão socioprodutiva e o acesso ao mercado ampliam as possibilidades de conexão com consumidores e fornecedores, enquanto a educação empreendedora fornece conhecimento prático e estratégico. A ênfase em tecnologia e inovação torna as empreendedoras mais competitivas no mercado globalizado, e o acesso ao crédito resolve uma das principais barreiras enfrentadas por elas.

Segundo o Ministério do Empreendedorismo, Micro e Pequenas Empresas (MEMP, 2024), a Estratégia Elas Empreendem direciona o Brasil para um desenvolvimento econômico

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

e social sustentável e inclusivo, promovendo o empoderamento feminino. Mulheres lideram com oportunidade, coragem e inspiração, contribuindo para a construção de um futuro mais justo e próspero para toda a sociedade.

Essa iniciativa é altamente relevante para o contexto atual, reforçando o papel das mulheres como líderes transformadoras. Ao promover valores como oportunidade, coragem e inspiração, a Estratégia destaca a importância de superar barreiras históricas e contribuir para uma sociedade mais equitativa e próspera.

Entre os principais objetivos da Estratégia estão a criação de um ambiente mais favorável ao empreendedorismo feminino, o aumento da renda e produtividade das mulheres empreendedoras, e a sustentabilidade de seus negócios. A iniciativa também visa ampliar o acesso a políticas públicas, incentivar a geração de dados sobre empreendedorismo feminino e disseminar informações que fortaleçam o papel das mulheres no cenário econômico (BRASIL - MEMP, 2024).

5. MARKETING – CONCEITOS E COMO FERRAMENTA DE EMPODERAMENTO

O marketing vai além de uma ferramenta de promoção; é um recurso estratégico que transforma iniciativas em negócios sustentáveis. Para mulheres que buscam se reinserir no mercado de trabalho por meio do empreendedorismo, o marketing oferece a oportunidade de dar visibilidade a seus produtos, construir uma marca forte e alcançar independência financeira, promovendo seu empoderamento econômico.

5.1. Conceitos de marketing

Marketing é o processo estratégico que conecta a oferta de bens e serviços às necessidades do mercado. Conforme Kotler e Keller (2010), o foco está em identificar e satisfazer necessidades humanas e sociais, enquanto Churchill Jr e Peter (2005) destacam seu papel na criação de trocas que atendam a metas organizacionais.

Dessa forma apresenta perspectivas complementares sobre marketing. Para Kotler e Keller (2010), trata-se de identificar e satisfazer necessidades humanas e sociais, enquanto Churchill Jr. e Peter (2005) enfatizam o marketing como um processo de planejamento e execução que gera trocas para atingir metas individuais e organizacionais. Ambas as visões destacam o marketing como essencial para conectar demandas e resultados.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

Segundo Kotler (2006, p. 4) o “Marketing é o processo de planejar e executar a concepção e a determinação do preço, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais”. A definição ressalta a importância do planejamento e execução de estratégias que envolvem a concepção, o preço, a promoção e a distribuição de ideias, bens e serviços, visando à criação de trocas que atendam tanto aos objetivos individuais quanto organizacionais. Esse conceito destaca o marketing como uma ferramenta fundamental para gerar valor, conectar consumidores a produtos e serviços e alcançar metas comerciais. A visão de Kotler é amplamente reconhecida por sua abordagem estratégica e orientada para resultados, sendo essencial para entender a dinâmica do mercado e a interação entre empresas e seus públicos-alvo.

O marketing é essencial para identificar e atender às necessidades dos consumidores, gerando valor para empresas e clientes (Las Casas, 2011). Ele também orienta as decisões estratégicas e operacionais, influenciando diretamente o planejamento organizacional e o alcance dos objetivos de mercado. O marketing está voltado para o consumidor, onde a empresa visa atingir os clientes transformando seus desejos em necessidades, com isso a empresa concretiza suas vendas através das propagandas atraindo assim mais clientes para seus negócios.

O marketing aplicado ao empreendedorismo feminino é uma ferramenta essencial para aumentar a visibilidade, a competitividade e a sustentabilidade de negócios liderados por mulheres. Kotler (2006) destaca que o marketing envolve estratégias como concepção, precificação, promoção e distribuição, conectando produtos e serviços às demandas do mercado. No contexto feminino, essas práticas são particularmente valiosas para criar valor e superar desafios específicos, como o acesso a mercados, a construção de redes de negócios e a diferenciação em cenários competitivos.

Além disso, o marketing orientado por dados facilita a compreensão de segmentos-alvo e comportamentos de consumo. Esse enfoque permite que empreendedoras desenvolvam soluções personalizadas e inovadoras, promovendo não apenas o crescimento de seus negócios, mas também a inclusão econômica e social.

5.2. A importância do marketing pessoal no empreendedorismo feminino

O marketing desempenha um papel crucial no sucesso dos negócios liderados por

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

mulheres, especialmente para aquelas que começaram a empreender por necessidade, como na produção de alimentos caseiros ou na venda de roupas. Mais do que promover produtos, o marketing pessoal ajuda a construir uma identidade no mercado, comunicar valores e criar conexões autênticas com os clientes.

Kotler, Kartajaya e Setiawan (2024), em Marketing 6.0, destacam que o marketing moderno é centrado no entendimento das necessidades dos consumidores e na criação de valor. Para mulheres empreendedoras, isso significa transformar histórias pessoais em um diferencial competitivo, conectando-se com um público que valoriza autenticidade. Por exemplo, uma confeitaria pode usar técnicas de marketing para transformar sua produção caseira em uma marca reconhecida, fidelizando clientes e gerando impacto positivo em sua comunidade.

O planejamento de marketing pessoal é uma ferramenta estratégica para mulheres que buscam superar desafios impostos por estereótipos de gênero e pela lacuna de liderança. Segundo o Sebrae-PR (2022), construir uma marca pessoal envolve aspectos externos, como vestuário e comunicação, e internos, como visão de futuro e autoconfiança. Esses fatores são essenciais para fortalecer a posição da mulher no ambiente empreendedor e profissional.

Dolabela (2023), em O Segredo de Luísa, destaca que o branding pessoal é um diferencial competitivo fundamental. Para mulheres iniciando negócios simples, criar uma marca forte vai além do nome ou logotipo; é sobre construir uma imagem que comunique valores ao mercado e atraia clientes, especialmente em setores saturados.

A capacidade de equilibrar características de liderança lógica e intuitiva oferece às mulheres uma flexibilidade única. Essa abordagem favorece a adaptação a diferentes públicos e contextos, promovendo uma liderança inclusiva e diversificada. Assim, o empreendedorismo feminino se destaca não apenas por sua autenticidade, mas também por sua capacidade de inovar e liderar de maneira sustentável.

Um marketing pessoal eficaz requer a definição de metas claras e uma narrativa autêntica como diferencial. Comunicar sua história de forma impactante ajuda a moldar a percepção dos outros, influenciando positivamente a construção de uma marca pessoal e profissional (SEBRAE-PR, 2022).

Em um ambiente marcado pela rápida evolução da informação, manter-se atualizado é essencial. O aprendizado contínuo, aliado à inteligência emocional e à definição de objetivos claros, fortalece a marca pessoal. Além disso, construir uma rede sólida de contatos é

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

indispensável para o sucesso na jornada empreendedora.

5.3. Estratégias de marketing direcionadas para mulheres empreendedoras

Para mulheres que estão começando no empreendedorismo e possuem pouco ou nenhum conhecimento em marketing, é essencial adotar estratégias simples e eficazes. O marketing desempenha um papel crucial em qualquer negócio, especialmente para empreendedoras que buscam consolidar sua posição no mercado. Empresas lideradas por mulheres que conseguem estabelecer uma conexão genuína com seu público-alvo têm mais chances de alcançar sucesso e se diferenciar em um mercado competitivo (SEBRAE-SP, 2024a).

O marketing se destaca como uma ferramenta estratégica, indo além da promoção de produtos ou serviços. Ele permite que as mulheres empreendedoras compreendam melhor as necessidades de seus consumidores, identifiquem oportunidades de crescimento e criem valor para seus negócios.

Quadro 7 - Estratégias de marketing eficaz para mulheres empreendedoras

1	Conheça seu público-alvo: Identifique as necessidades, interesses e os canais preferidos de comunicação de seu público.
2	Defina objetivos claros: Determine se sua meta é aumentar a conscientização da marca, gerar leads ou impulsionar vendas. Objetivos bem definidos direcionam os esforços de marketing de forma mais eficaz.
3	Crie mensagens relevantes: Desenvolva uma comunicação clara e concisa, alinhada aos interesses e necessidades de seu público-alvo.
4	Escolha os canais adequados: Utilize plataformas que atinjam seu público com eficiência, como mídias sociais, podcasts e eventos presenciais.
5	Monitore os resultados: Avalie o desempenho das estratégias e ajuste conforme necessário para melhorar os resultados.
6	Seja consistente: O marketing é um processo contínuo; a regularidade é fundamental para construir e manter relacionamentos duradouros.

Fonte: Elaborado pelas autoras (SEBRAE – SP, 2024a)

Estas etapas reforçam a importância de conhecer profundamente o público-alvo, definir objetivos claros e escolher os canais mais adequados para a comunicação. Além disso, a mensuração de resultados e a consistência nos esforços garantem que as ações de marketing

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

gerem impacto positivo e contínuo.

As mulheres empreendedoras possuem uma voz única, que pode se tornar um diferencial competitivo ao destacar suas experiências, valores e visão. Construir relacionamentos sólidos é essencial, pois clientes tendem a preferir marcas confiáveis e alinhadas a seus princípios. Isso pode ser alcançado por meio de conteúdos relevantes, promoções personalizadas e eventos que aproximem as marcas de seus consumidores. A autenticidade na comunicação é outro elemento-chave, uma vez que a falta de genuinidade é rapidamente percebida e pode comprometer a confiança do público (SEBRAE-SP, 2024a).

Estratégias autênticas e voltadas à construção de confiança são especialmente eficazes para marcas lideradas por mulheres. Uma conexão genuína, baseada em valores compartilhados e relacionamentos sólidos, não apenas atrai, mas fideliza clientes, criando uma vantagem competitiva sustentável.

Por fim, a consistência nas ações é indispensável. Manter uma presença ativa nas redes sociais, oferecer atendimento de qualidade e realizar melhorias contínuas são práticas que fortalecem a reputação da marca e contribuem para a construção de uma base de clientes leais e engajados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo destacou a relevância do empreendedorismo feminino como um instrumento de empoderamento econômico e transformação social. Por meio da análise das barreiras enfrentadas pelas mulheres empreendedoras e das oportunidades oferecidas pelo marketing, foi possível compreender como essas ferramentas se complementam para promover a inclusão econômica e a equidade de gênero.

As estratégias de marketing analisadas demonstraram ser fundamentais para ampliar a visibilidade, consolidar marcas e criar conexões autênticas com o público-alvo, favorecendo a competitividade e a sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres. Além disso, políticas públicas como a "Estratégia Elas Empreendem" reforçam o papel do governo na promoção de um ambiente mais favorável para o desenvolvimento desses empreendimentos.

Apesar dos avanços, desafios como o acesso ao crédito, a conciliação entre vida pessoal e profissional e as desigualdades regionais e raciais permanecem evidentes. Nesse sentido, é urgente a implementação de políticas públicas e privadas que fortaleçam o suporte às mulheres

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

empreendedoras, promovendo a equidade de oportunidades e a autonomia financeira.

Conclui-se que o empoderamento econômico feminino, aliado a estratégias de marketing eficazes, é essencial não apenas para a inserção e permanência das mulheres no mercado de trabalho, mas também para o desenvolvimento sustentável de toda a sociedade. Assim, incentivar o empreendedorismo feminino e a inclusão de mulheres em todos os setores econômicos é um passo significativo rumo a um futuro mais justo e próspero.

REFERÊNCIAS

ALVES, Fábio Lopes; DANDOLINI; Adriana de Oliveira Vasconcellos. **A Atividade empreendedora como ferramenta de empoderamento feminino: desafios e possibilidades na contemporaneidade**. 2017. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (octubre-diciembre 2017).

BRASIL. **Lei nº 11.994, de 10 de abril de 2024**. Institui a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino - Estratégia Elas Empreendem e o Comitê de Empreendedorismo Feminino. Local: Casa Civil, 2024. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/decreto/D11994.htm. Acesso em: 03 out. 2024.

BRASIL. **Lei nº 14.611, de 03 de julho de 2023**. Dispõe sobre a igualdade salarial e de critérios remuneratórios entre mulheres e homens. Local: Casa Civil, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/114611.htm. Acesso em: 03 ago. 2024.

BRASIL - MEMP – Ministério Nacional de Empreendedorismo Feminino. **Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreendem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil/estudo-do-empreendedorismo-feminino.pdf>. Acesso em: 09 set. 2024

BRASIL - MTE – Ministério do Trabalho e Emprego. **Mulheres no Mercado de Trabalho: Uma Evolução Constante Rumo à Igualdade**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2024/Marco/mulheres-no-mercado-de-trabalho-uma-evolucao-constante-rumo-a-igualdade#:~:text=Segundo%20dados%20da%20Pesquisa%20Nacional,2022%20que%20obteve%2042.675.531>. Acesso em: 17 set. 2024.

BRASIL - RF – Receita Fazenda. **CNAE UF/Município/Sexo - Inscritos Total**. 2024. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf?jsessionid=220E56238501A469EC952FC4C2BBED56.node4>. Acesso em: 18 nov. 2024.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

CHURCHILL JÚNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. Tradução de Cecília Camargo Bartalotti; Cid Knipel Moreira. ed 2. São Paulo: Saraiva, 2005.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Recurso digital. 1. Ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

FERREIRA, S. M. “**Mulheres Mil**” como política pública de inclusão social: uma análise do empoderamento feminino. 2016. 121f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/18711>. Acesso em: 24 ago. 2024.

GEM-Brasil 2023 – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2023**. Curitiba: IBPQ, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5.pdf>. Acesso em: 15 set. 2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html>. Acesso em: 17 set. 2024.

INSTITUTO ALGAR. **O empoderamento feminino**. 2024. Disponível em: <https://www.institutoalgar.org.br/o-empoderamento-feminino/>. Acesso em: 15 out. 2024.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 6.0. **O Futuro é imersivo**. trad. Carla Pedro. - Lisboa : Actual, 2024. - 249 p.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicação à realidade brasileira**. 1ª edição. São Paulo. Atlas, 2011.

MALAVOTA, G. P.; CINEGAGLIA, M. N.; MELLO, S. C. R. P. **Políticas públicas no âmbito do empreendedorismo feminino: perspectivas de empoderamento**. Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, v. 23, n. 45, p. 161-173, mar./jun. 2019. Disponível em: <http://revistaauditorium.jfrj.jus.br/index.php/revistasjrj/article/view/170>. Acesso em: 01 ago. 2024.

MALHOTRA, A.; SCHULER, S. R.; BOENDER, C. **Measuring Women’s Empowerment as a Variable in International Development**. World Bank Workshop on Poverty and Gender: New Perspectives, 2002.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

MELO, M. C. de O. L.; LOPES, A. L. M. **Empoderamento de mulheres gerentes: a construção de um modelo teórico de análise.** Revista Gestão e Planejamento, Salvador, v. 12, n.3, p. 648-667, set./dez. 2012. Disponível em:

<https://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/2346>. Acesso em: 08 ago. 2024.

MELO, M. C. O. L.; LOPES, A. L. M.; RODRIGUES, R. B. **Gênero Feminino no Empreendedorismo de Sucesso em Minas Gerais: Estudo de Casos.** Revista Organizações em Contexto, v. 12, n. 23, p. 143-172, 2016.

MOREIRA, N. C.; LIMA, A. A. T. de F. de C.; LOPES, M. F. **Dimensões do empoderamento das mulheres beneficiárias do programa bolsa família.** In: ENCONTRO DA ANPAD, 35. 2011, RIO DE JANEIRO. Anais... Rio de Janeiro: EnANPAD, 2011. Disponível em: https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MTMwMjQ=.pdf. Acesso em: 15 ago. 2024.

OLIVEIRA, K. B. de et al. **Estudo do empoderamento na perspectiva de mulheres líderes.** Pretexto, Belo Horizonte, v. 16, n. 4, p. 82-99, out./dez. 2015. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/2624>. Acesso em: 11 out. 2024.

ONU MULHERES. **Princípios de empoderamento das mulheres.** 2017. Disponível em: http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_ONU_Mulheres_Nov2017_digital.pdf. Acesso em: 04 set. 2024.

ONU MULHERES. **Cinco pontos para acelerar o empoderamento econômico das mulheres.** 2024. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/noticias/cinco-pontos-para-acelerar-o-empoderamento-economico-das-mulheres/#:~:text=Reduzir%20as%20diferen%C3%A7as%20de%20cr%C3%A9dito,redu%C3%A7%C3%A3o%20do%20risco%20de%20desastres>. Acesso em: 06 out. 2024.

PALMA, Laís Gabrielle Araújo da. **Empoderamento econômico da mulher no âmbito do Mercosul: das reuniões especializadas ao programa *Ellas Hacen*.** RIC Relações Internacionais. 2016. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/ricri/article/view/28419>. Acesso em: 08 de out. 2024.

PRODANOV, C.; FREITAS, E. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/institucional/editora-feevale/metodologia-do-trabalho-cientifico---2-edicao>. Acesso em: 30 ago. 2024.

SARDENBERG, C. M. B. **Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista.** 2012. Repositório Institucional da Universidade Federal da Bahia, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6848>. Acesso em: 11 out. 2024.

SEBRAE-PR. **A importância do marketing pessoal no empreendedorismo feminino.** 2022. Comunidade Sebrae. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/a->

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

importancia-do-marketing-pessoal-no-empreendedorismo-feminino-11. Acesso em: 08 nov. 2024.

SEBRAE-SP – O Imparcial digital. **Número de mulheres empreendedoras cresce 52,32% em Prudente.** 2024. Disponível em: <https://www.imparcial.com.br/noticias/numero-de-mulheres-empendedoras-cresce-52-32-em-prudente,69240>. Acesso em: 08 nov. 2024.

SEBRAE-SP – **6 passos para uma estratégia de marketing para mulheres empreendedoras.** 2024a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rj/artigos/6-passos-para-uma-estrategia-de-marketing-para-mulheres-empendedoras,e9ce53f76a0dc810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 08 nov. 2024.