

PESQUISA

Empreendedoras e seus negócios **2026**

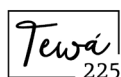
SUMÁRIO EXECUTIVO



Realização



Parceria



Patrocínio



Apoio



Pacto Global
Rede Brasil



FICHA TÉCNICA

REDE MULHER EMPREENDEDORA

Fundadora e Presidente da Rede Mulher Empreendedora
Ana Fontes

COO
Caroline Aguiar

CMO
Lilian Natal

*Coordenadora de Monitoramento e Avaliação
do Instituto Rede Mulher Empreendedora*
Carolina Alencar

Coordenadora de Marketing
Carolina Mendes

*Analista de Monitoramento e Avaliação
do Instituto Rede Mulher Empreendedora*
Vanessa Oliveira e César Augusto

Analista de Design
Debora Oliveira

TEWÁ 225

Coordenação Técnica
Fernanda Mallak

Coordenação Executiva
Luciana Sonck

Estudos Técnicos
Marina Schkolnick Soares Leite
Amanda Sabino Martins

Comunicação e Engajamento
Lara de Melo Leitão

Auxiliar de Campo
Roberta Pereira

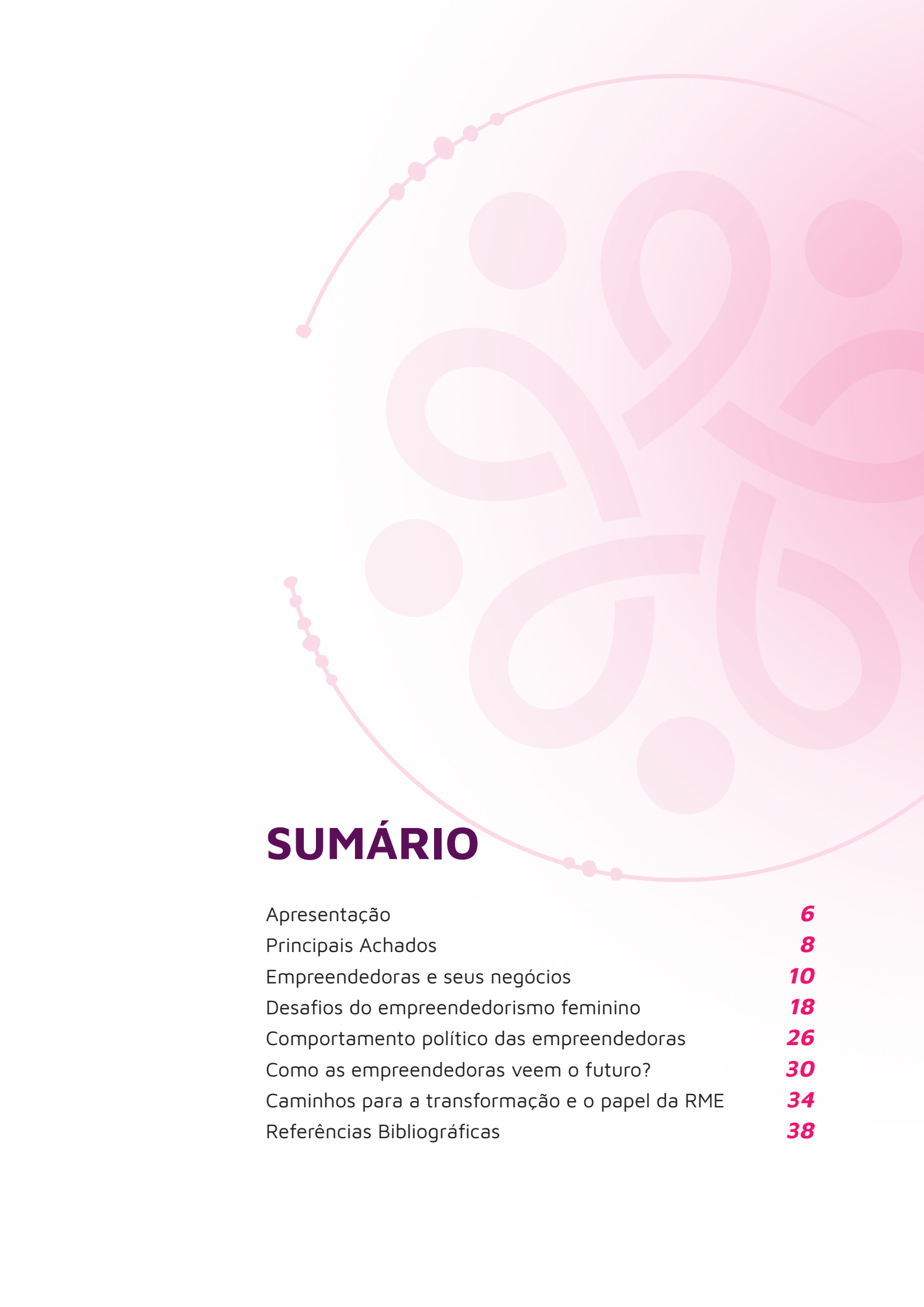




PESQUISA

Empreendedoras e seus negócios 2026

**SUMÁRIO
EXECUTIVO**



SUMÁRIO

Apresentação	6
Principais Achados	8
Empreendedoras e seus negócios	10
Desafios do empreendedorismo feminino	18
Comportamento político das empreendedoras	26
Como as empreendedoras veem o futuro?	30
Caminhos para a transformação e o papel da RME	34
Referências Bibliográficas	38

1. APRESENTAÇÃO

Todos os anos, o Instituto Rede Mulher Empreendedora, por meio do LAB RME (Laboratório de Gênero e Empreendedorismo), realiza uma pesquisa nacional acerca do cenário do empreendedorismo feminino, mapeando as tendências demográficas e transformações socioeconômicas na vida das mulheres.

O empreendedorismo feminino é consolidado como um vetor de dinamização econômica do Brasil, com **9.958.797 empresas ativas lideradas por mulheres** (DREI/MEMP, 2026). O **empreendedorismo faz parte da realidade da mulher brasileira, mesmo que com outros nomes**, como no caso de artesãs, costureiras, agricultoras e mulheres em diversos outros ramos.

Em 2026 a pesquisa Empreendedoras e Seus Negócios contou com a parceria técnica da Tewá 225, consultoria socioambiental formada 100% por mulheres e especializada em escuta social e pesquisa aplicada em territórios. A Tewá 225 conduziu a estratégia metodológica da coleta e análise de dados, com aprofundamento nos temas de trabalho de cuidado, saúde mental, violência, uso de internet e comportamento político.

Mais do que retratar, esses dados são um ponto de partida para embasamento de estratégias que respondam às necessidades das empreendedoras e contribuam para o enfrentamento das barreiras que atravessam as suas vivências.

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa contou com o apoio de diferentes organizações e coletivos ao redor do Brasil, que contribuíram para sua divulgação e abriram seus espaços para a condução de grupos focais e aplicação do questionário, possibilitando uma escuta junto às mulheres empreendedoras em seus mais variados perfis.

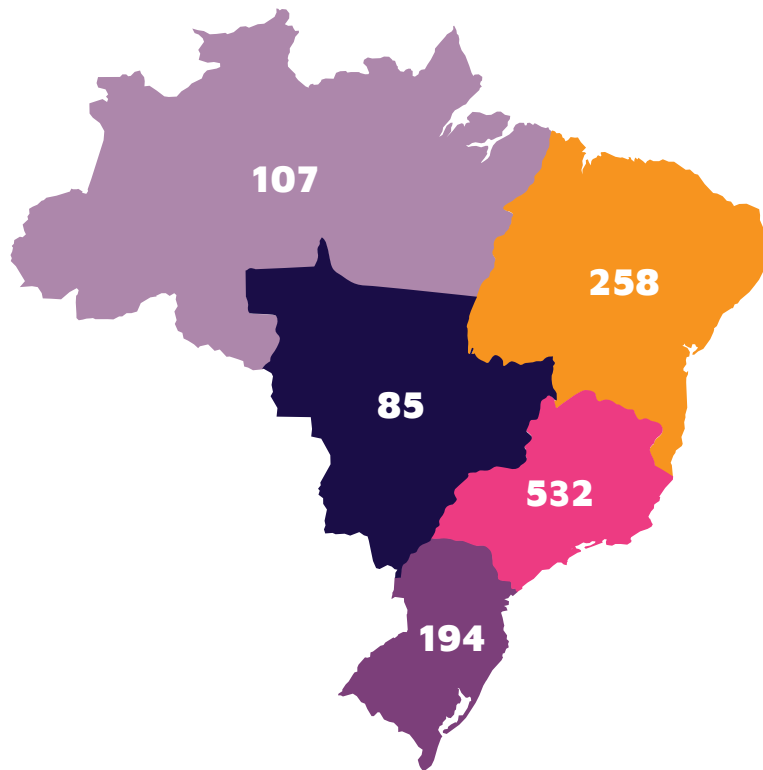
Para além das organizações participantes, agradecemos às embaixadoras da RME, que possuem atuação regional para conectar mulheres, organizações e empresas a uma rede de apoio, por seu suporte e acolhimento, divulgação, mobilização e articulação online e presencial com empreendedoras de todo o Brasil.

NOTA METODOLÓGICA

A pesquisa utilizou uma metodologia integrada, com fontes secundárias (estudos, documentos e indicadores oficiais) e fontes primárias (questionário, grupos focais e entrevistas), a partir da escuta ativa da realidade das empreendedoras: contexto, negócios, desafios e desejos.

QUESTIONÁRIO

Survey Quantitativo

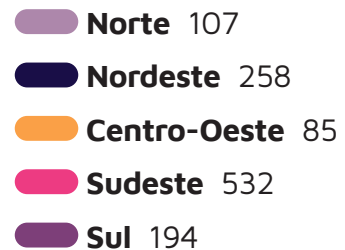


1.176
respostas válidas

95% de grau de confiança

3,1% de erro amostral máx.

Todos os estados:
5 regiões.



GRUPOS FOCAIS

Qualitativo

95 mulheres ouvidas
nas 5 regiões do país,
em **15 grupos**, sendo:

7
Grupos focais online

8 Grupos focais presenciais, em:

- Pernambuco (Igarassu e Recife)
- Pará (Belém, Ananindeua e Acará)
- Distrito Federal (Sobradinho e Águas Claras)

ENTREVISTAS

5 Especialistas e representantes de organizações parceiras

2. PRINCIPAIS ACHADOS

EMPREENDEADORAS E SEUS NEGÓCIOS

Empreendedorismo solo:

70%

das participantes
trabalham por
conta própria,
sem colaboradores.



46,6% dos seus negócios têm faturamento mensal médio de até R\$ 3.242,00;

9 em cada 10 empreendedoras não possuem faturamento suficiente para reinvestir ou poupar, após cobrir as despesas básicas;

31,9% das empreendedoras não possuem formalização e o principal motivo são os custos.

DESAFIOS DO EMPREENDEADORISMO

54,7%

das mulheres começou
a empreender por
necessidade.



92,3% consideram que mulheres têm mais desafios que homens no empreendedorismo;

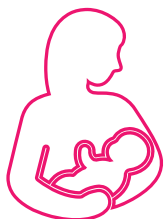
Marketing e divulgação são o maior desafio (51,9%), somados a precificação e à mistura de finanças;

Marketing e divulgação são o maior desafio (51,9%), somados a precificação e à mistura de finanças;

TRABALHO DE CUIDADO

73,8%

das empreendedoras são mães. Destas, 42,4% são mães solo.



Mais de 80% já interromperam seu trabalho no negócio para realizar atividades de cuidado;

3 em cada 4 empreendedoras não possuem nenhum apoio não institucional (parceiro, família, amigos) para o cuidado.

ENGAJAMENTO POLÍTICO

47,6%

das empreendedoras não se sentem representadas na política.



56,4% discordam que tendem a anular, votar em branco ou se ausentar - contra 16,3% que concordam. Outras 27,3% não souberam ou preferiram não responder.

76,8% consideram ser 'muito importante' que um candidato tenha propostas relacionadas a causas que elas consideram prioritárias.

3. EMPREENDEDORAS E SEUS NEGÓCIOS

As empreendedoras brasileiras compreendem um grupo diverso de mulheres, presentes em todas as regiões do país, compondo um universo com contextos territoriais variados, e diferentes faixas etárias, identificações étnico-raciais e situações econômicas. Assim, é importante identificarmos as principais características desse grupo, possibilitando um entendimento mais profundo de sua realidade.



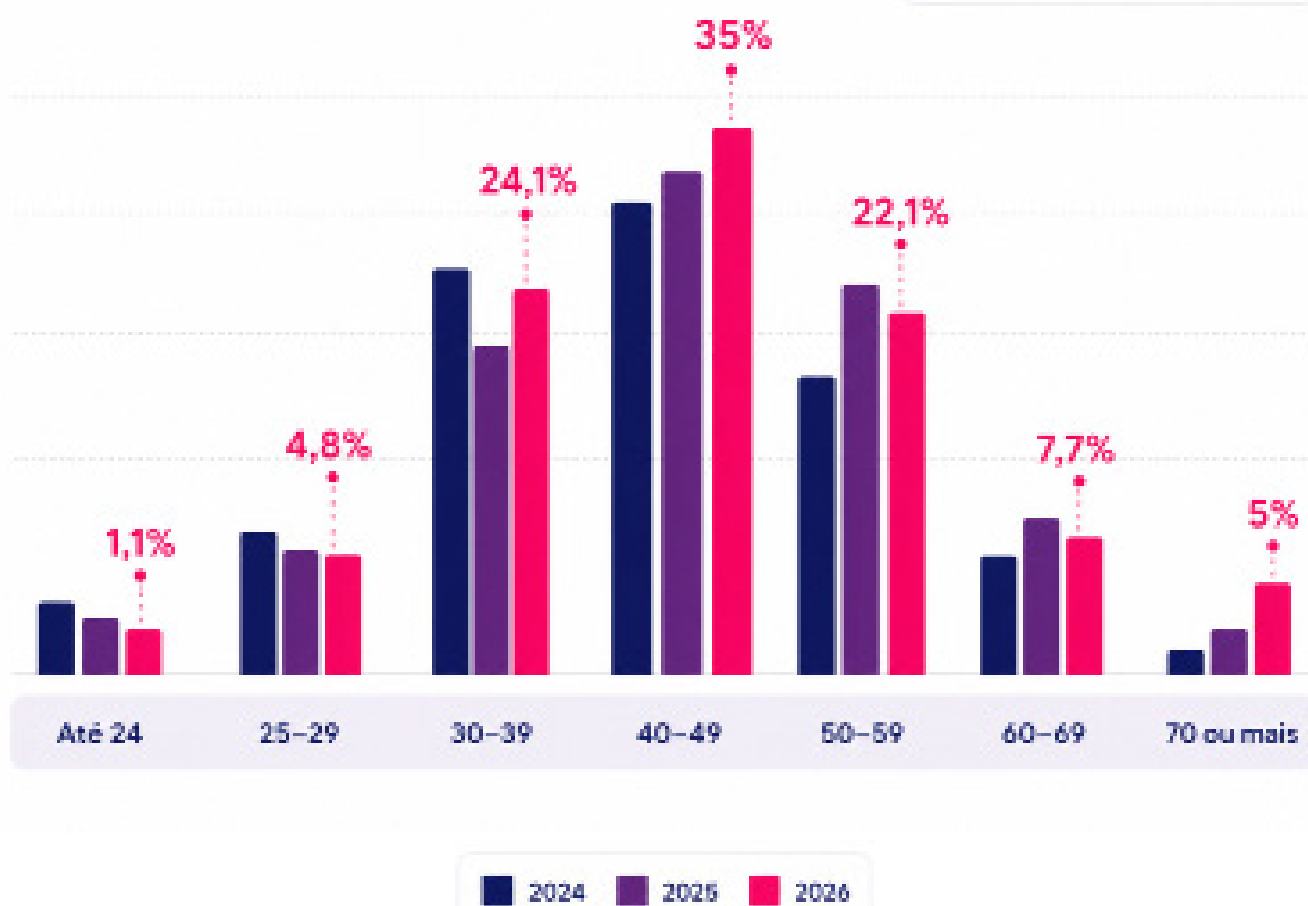
59,1%

as empreendedoras têm entre 30 e 49 anos. Essa faixa etária tem maior representatividade, assim como nas pesquisas de 2024 e 2025.

5%

têm 70 anos ou mais, cerca de cinco vezes a proporção dos anos anteriores.

SÉRIE HISTÓRICA - EMPREENDEADORAS POR FAIXA ETÁRIA

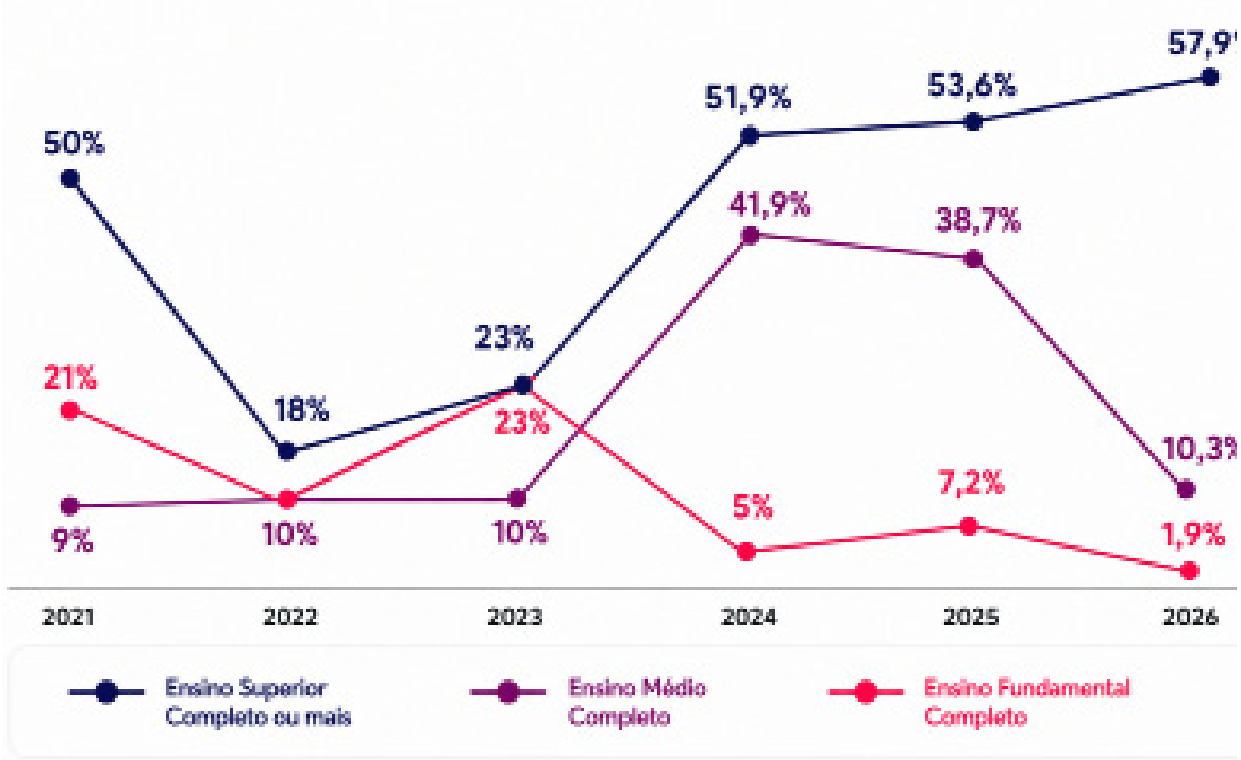


57,9% das empreendedoras teve acesso ao ensino superior.

36,6% das participantes têm pós-graduação.

5,8% das empreendedoras participantes, não teve acesso à educação formal básica.

SÉRIE HISTÓRICA -
EMPREENDEADORAS POR ESCOLARIDADE



52,3%

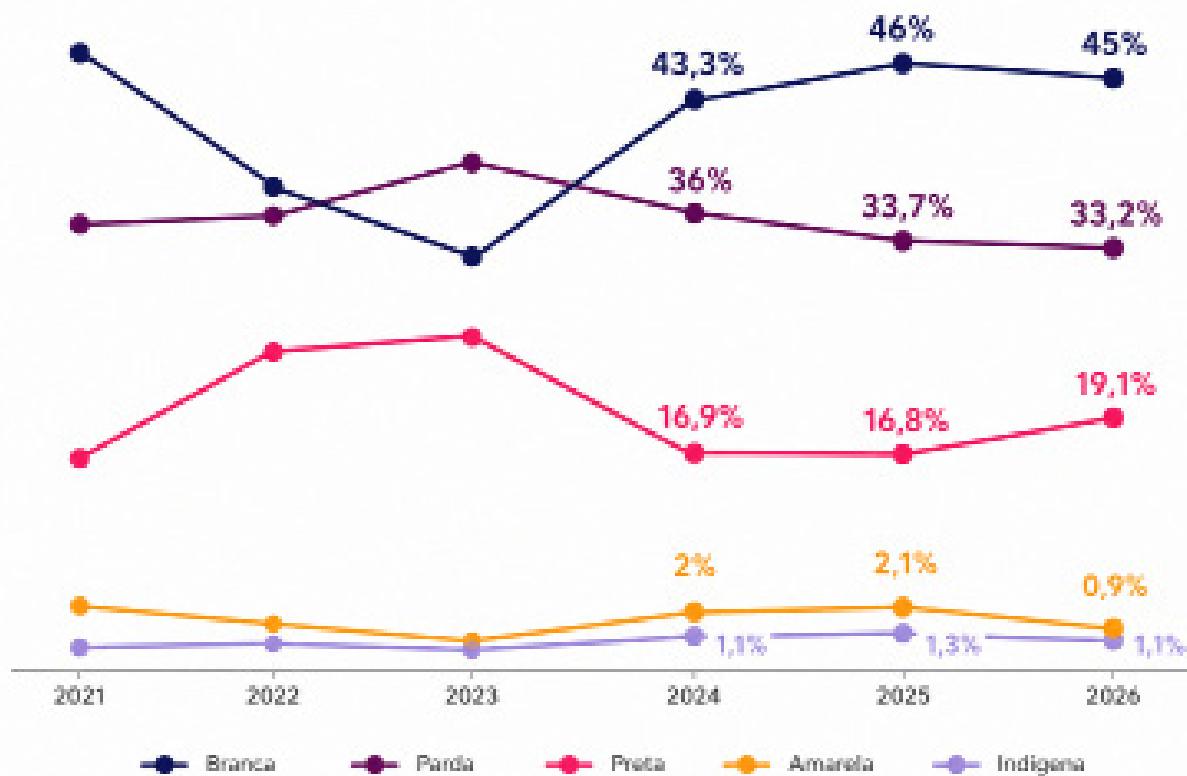
das entrevistadas são negras (pretas e pardas). Em todos os anos da pesquisa, elas são a maioria

45%

das empreendedoras são brancas, sendo o segundo maior grupo; amarelas (0,9%) e indígenas (1,1%) respondem pela parcela restante.



SÉRIE HISTÓRICA - EMPREENDEDORAS POR RAÇA/ETNIA



73,8% das empreendedoras são mães, e quase metade delas (42,4%) são mães solo.

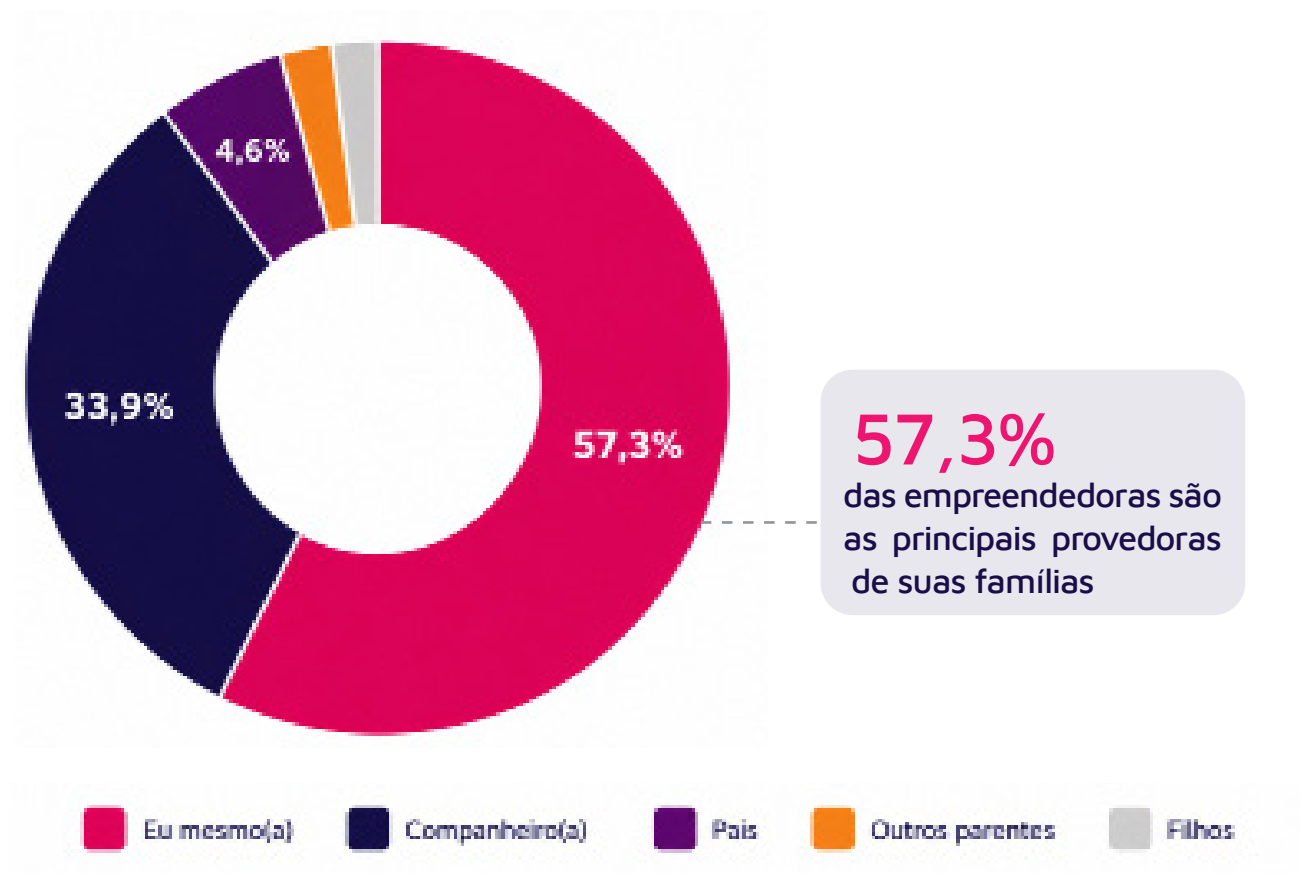
68,2% das empreendedoras mães tiveram filhos antes de se tornarem empreendedoras, o que representou um dos principais motivos para começarem a trabalhar por conta própria.

"Quando eu vim para Petrolina, depois da separação e com dois filhos menores, eu disse: 'agora vou fazer o quê?'. Porque filho não espera. Foi quando eu comecei a [empreender]"

(Participante de Grupo Focal, Região Nordeste)



CHEFES DE FAMÍLIA



A possibilidade de conciliar o trabalho com o cuidado dos filhos foi um dos motivos de destaque nos grupos focais para as mulheres empreenderem.

No Brasil, as famílias chefiadas por mulheres representam 86,5% dos domicílios monoparentais (IBGE, 2022).

70% das participantes trabalham por conta própria, sem colaboradores

"Somos uma 'eu-presa'." Que é só a gente, com todas as tarefas e demandas, fazer o empreender,"

(Participante de Grupo Focal, Região Sudeste)

54,7% começou a empreender por necessidade, em relação à oportunidade.

MOTIVOS PARA EMPREENDER

Para ter mais independência, ser meu(minha) próprio(a) chefe **43,5%**

Para crescer na vida e ter mais oportunidades **39,2%**

Para fazer minha própria rotina e ter mais tempo para fazer outras atividades **37,8%**

Para equilibrar melhor trabalho e família **31,6%**

Empreender sempre foi um sonho meu **31,4%**

Desemprego **16,7%**

43,5%

querem ser a própria chefe.

37,8%

querem ter a própria rotina.

39,2%

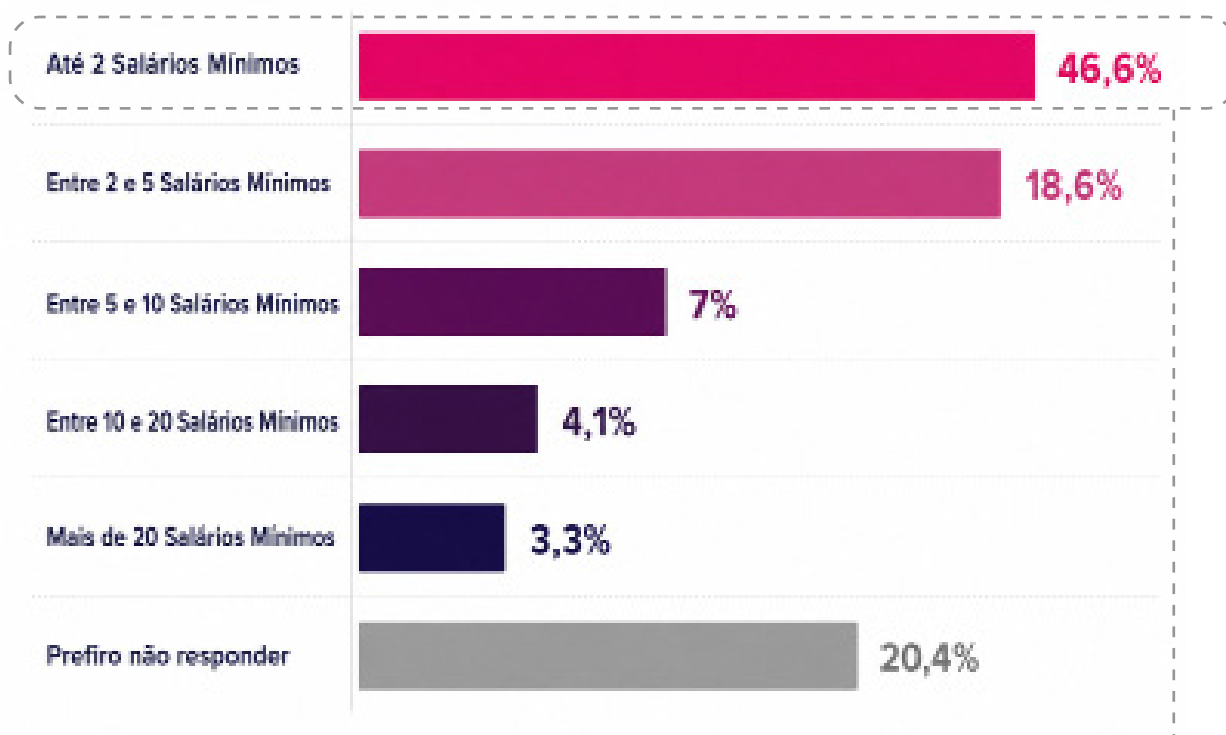
querem crescer profissionalmente.

A renda é um fator de vulnerabilidade para as empreendedoras brasileiras.

43,5% responderam que menos da metade de sua renda familiar atual vem de seu próprio negócio, dependendo de fontes de renda complementares (salário, benefícios, entre outros).

60,1% se consideram independentes financeiramente, apesar dos desafios de renda.

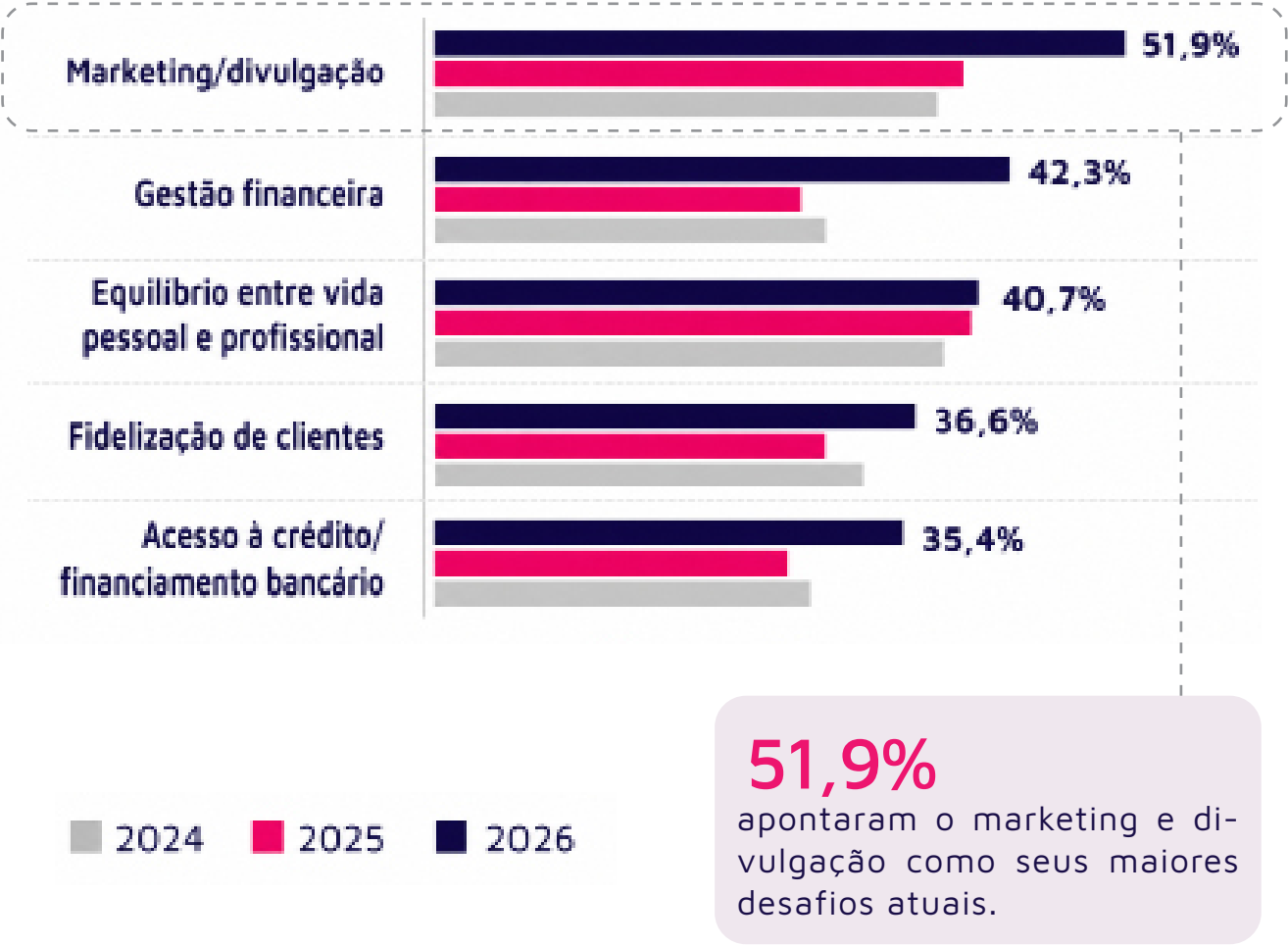
FATURAMENTO MÉDIO MENSAL DO NEGÓCIO



46,6%
dos negócios têm faturamento mensal até R\$ 3.242.

4. DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

SÉRIE HISTÓRICA - PRINCIPAIS DESAFIOS



72,2%

usam a internet para divulgação de seus produtos e serviços, porém, elas não se consideram criadoras de conteúdo. O trabalho para divulgação nas redes foi destacado como um desafio a mais na rotina já sobrecarregada das empreendedoras.

42,3% consideram a gestão financeira como uma barreira significativa para o desenvolvimento dos negócios.

38% têm faturamento insuficiente para cobrir os custos do próprio negócio.

9 em cada 10

não conseguem sobra para reinvestir ou poupar, após cobrir as despesas básicas pessoais e custos do negócio.



42,8%

das mulheres negras estão na informalidade, ante 24,5% das brancas - uma taxa de 75% maior.

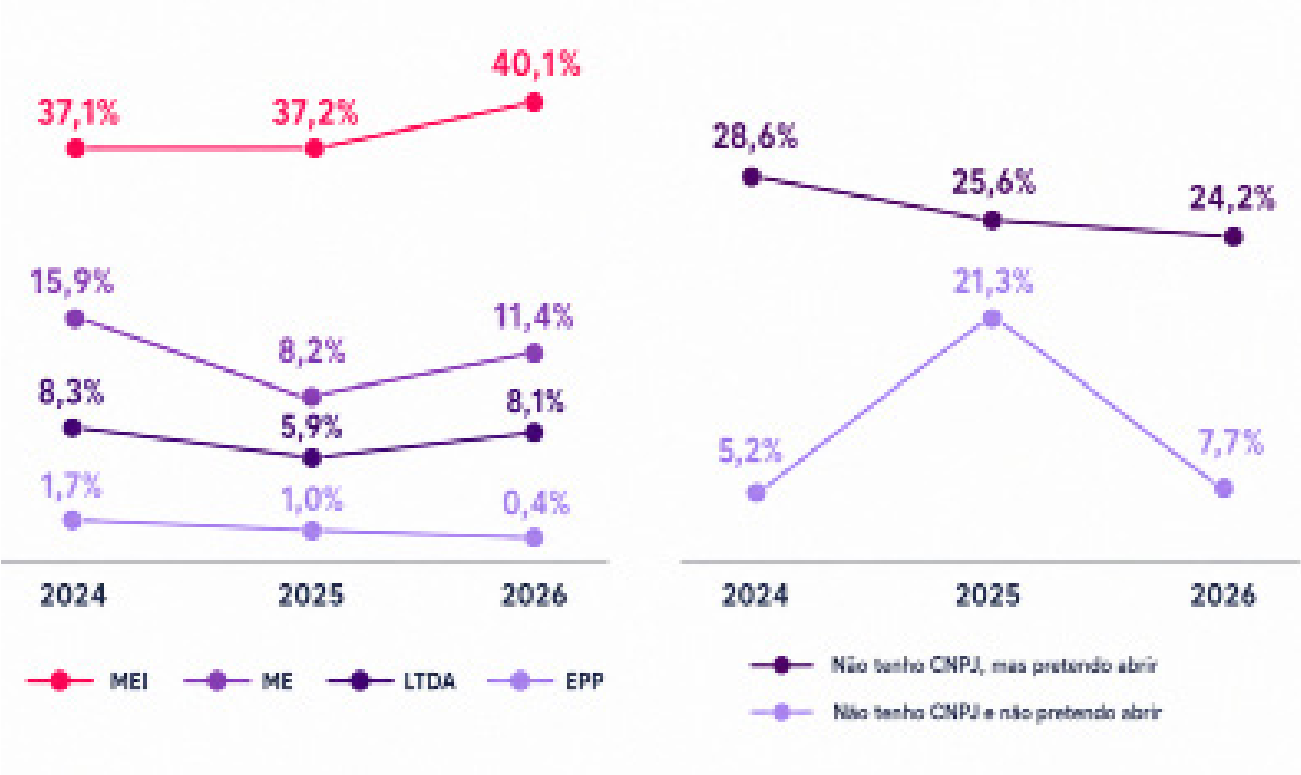
31,9%

das empreendedoras ainda não são formalizadas.

38,9%

das mulheres não formalizadas consideram que o custo representa o principal motivo para não terem um CNPJ.

SÉRIE HISTÓRICA - FORMALIZAÇÃO



As linhas de crédito estão se tornando mais acessíveis, mas ainda podem representar barreiras para as empreendedoras brasileiras.

15,7% das empreendedoras que não conseguiram acessar crédito, tiveram como principal motivo a falta de formalização.

SÉRIE HISTÓRICA - ACESSO A CRÉDITO



aumento em pontos percentuais (p.p.)
valores em percentual (%)

47,8%

passaram a acessar crédito, sendo o principal o capital de giro.

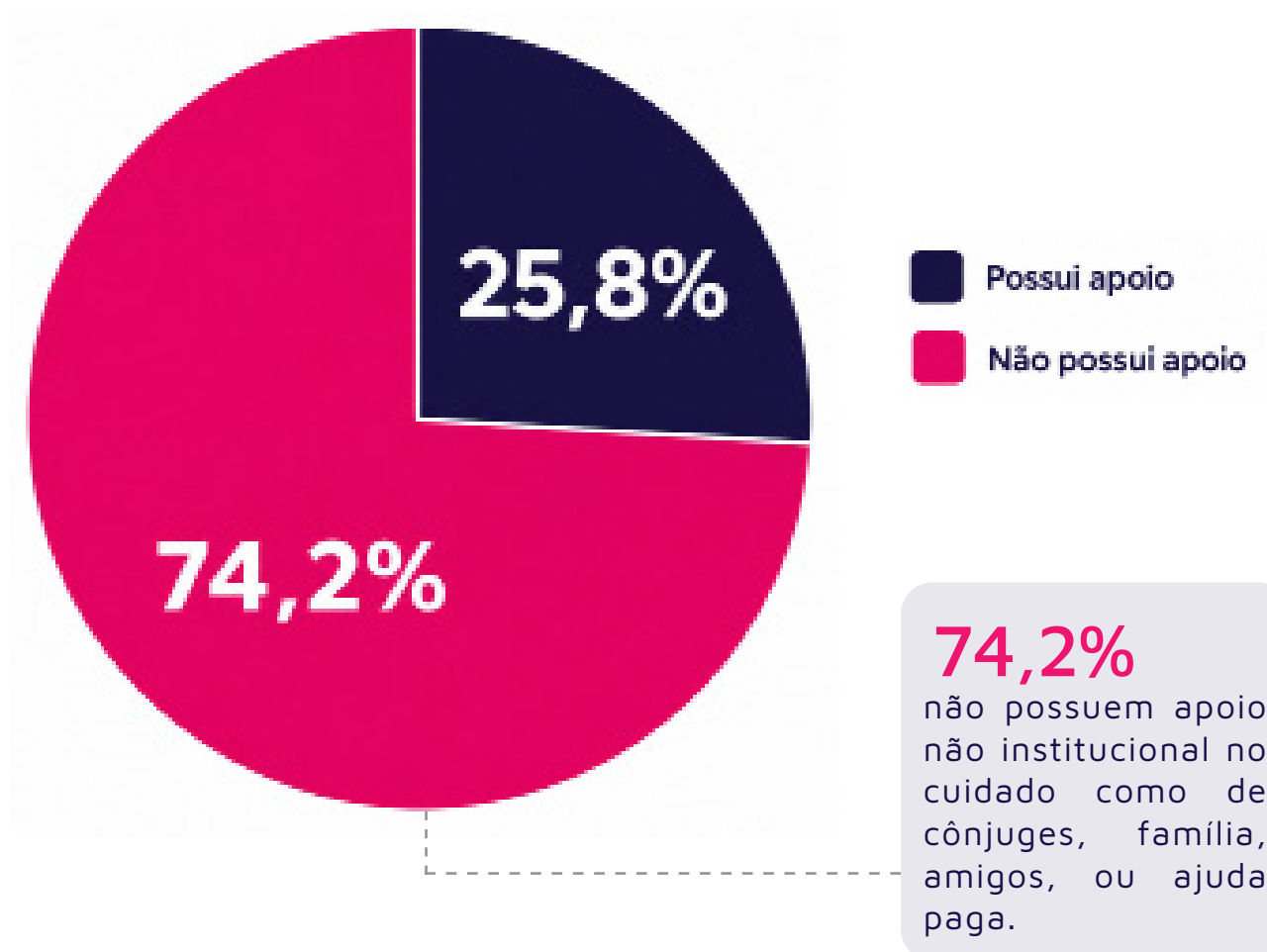
Menos formalização significa menos proteção: sem CNPJ, essas empreendedoras não têm acesso a linhas de crédito, licença-maternidade, auxílio-doença e aposentadoria.

80,7% relataram já terem interrompido seu trabalho no negócio para realizar atividades de cuidado.

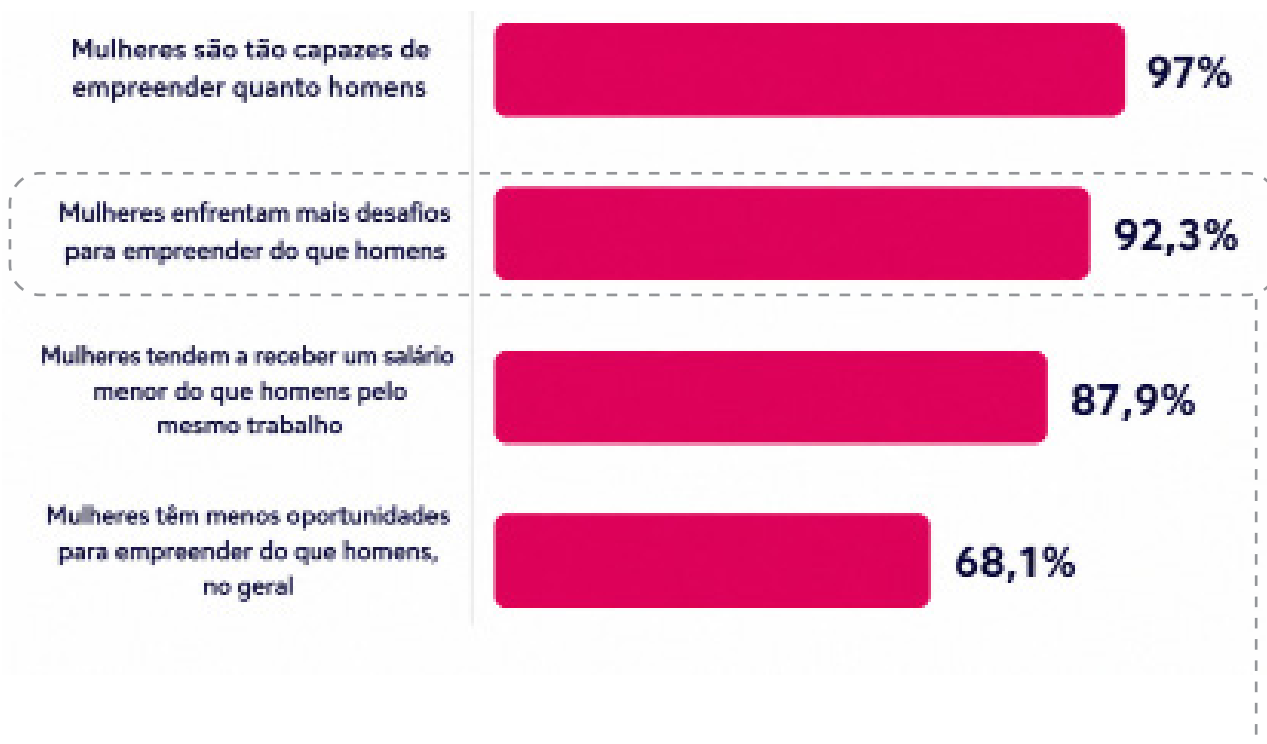
98,9% exerceram alguma atividade relacionada ao cuidado doméstico no último mês.

61,7% consideram que a sobrecarga de funções impacta o desenvolvimento de seu negócio.

APOIO NÃO INSTITUCIONAL NO CUIDADO



PERCEPÇÕES SOBRE DESIGUALDADE DE GÊNERO NO EMPREENDEDORISMO



"Às vezes tem dia que a gente tem que abrir mão: ou é a família ou é o comércio, isso acontece direto"

(Participante de Grupo Focal,
Região Sudeste)

92,3%

consideram que mulheres têm mais desafios que homens no empreendedorismo.

A violência de gênero e insegurança têm impacto significativo nos negócios. Isso aparece na desvalorização e relatos de insegurança ao participar de eventos com público majoritariamente masculino.

As empreendedoras relataram já terem deixado de ir a feiras vender seus produtos por receio de estarem sozinhas, de eventos em período noturno, ou da prevalência masculina no espaço.



48,2% vivem em bairros urbanos afastados do centro.

16,5% são parte de comunidades tradicionais, como entre as empreendedoras ribeirinhas e quilombolas.

Neste contexto, o trabalho representa desafios como a aquisição de insumos para sua produção, transporte e inserção em mercados.

58% dependem do sistema público de saúde

31,6% consideram o acesso aos equipamentos públicos 'muito difícil'

A falta de apoio e acesso aos equipamentos públicos foi apontado pelas empreendedoras dos grupos focais como agravante em situações de insegurança. Nesses cenários, as participantes destacaram a importância que a participação em grupos de mulheres, coletivos, e projetos voltados para mulheres empreendedoras tiveram em suas trajetórias.

O próprio empreendedorismo feminino se torna uma fonte de acolhimento e apoio quando é feito em conjunto com outras mulheres empreendedoras e em articulação com iniciativas diversas.

"Nossa união faz a diferença, a gente consegue se apoiar, na depressão a gente precisa desse apoio emocional para se levantar de novo. Aqui [no grupo] tem essa união"

(Participante de Grupo Focal, Região Norte)

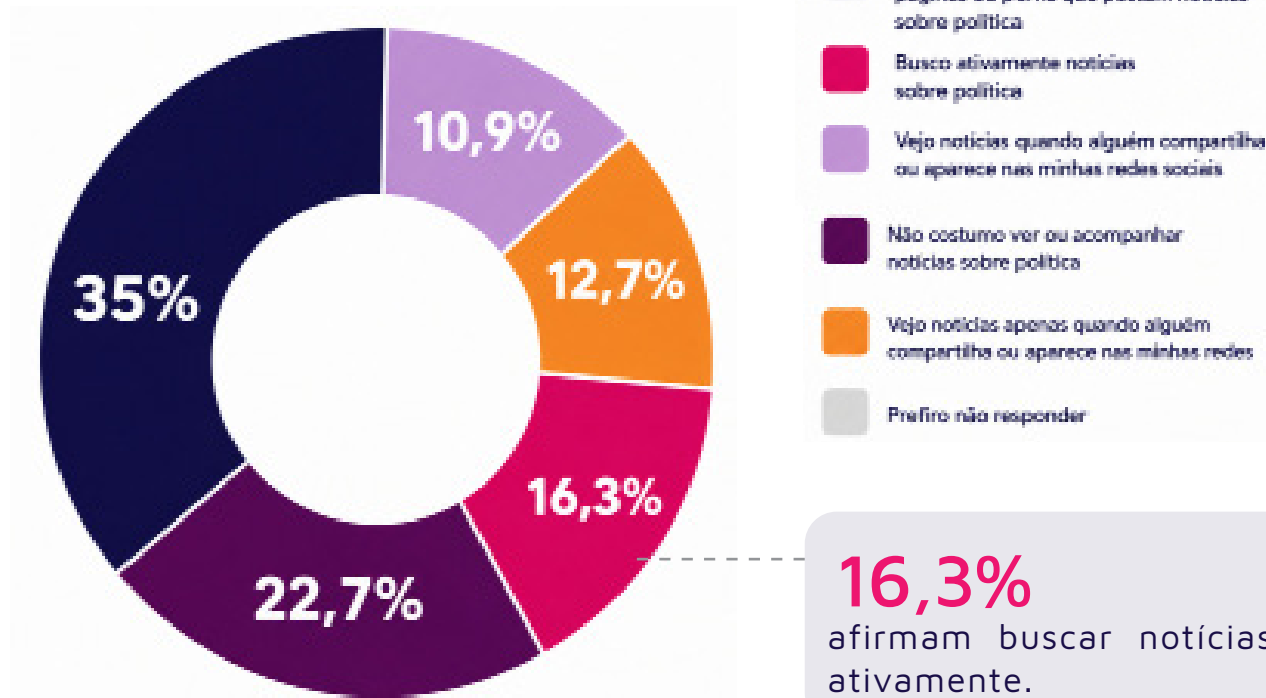


5. COMPORTAMENTO POLÍTICO DAS EMPREENDEDORAS

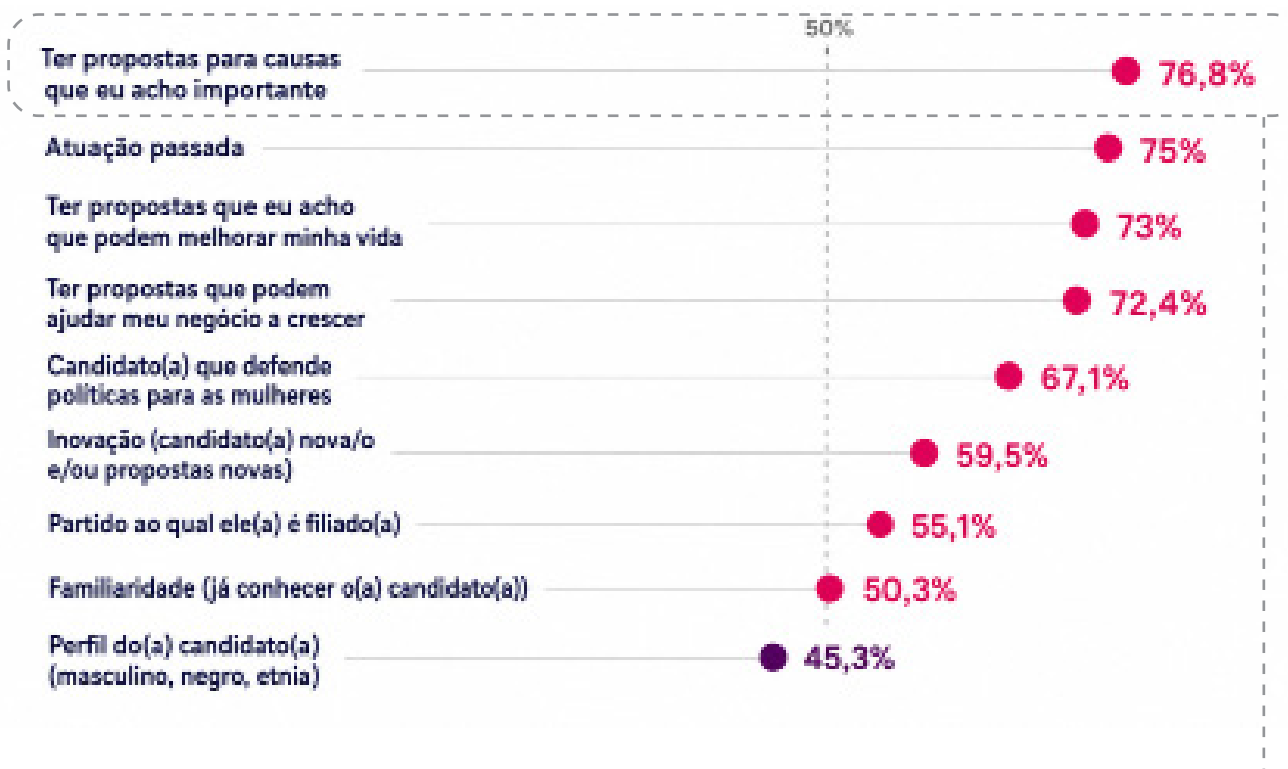
1 em cada 5
não sabe identificar fake news

35% acompanham perfis e páginas de política nas redes.

COMO AS EMPREENDEDORAS SE INFORMAM SOBRE POLÍTICA



FATORES IMPORTANTES PARA ESCOLHER UM CANDIDATO



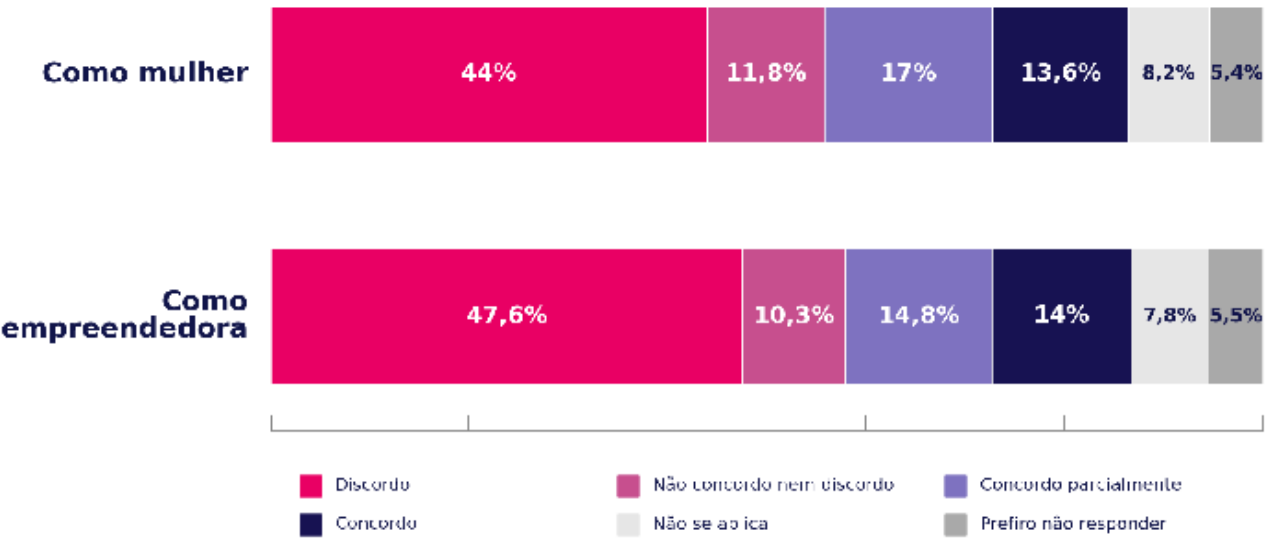
3 em cada 4 respondentes apontam como 'muito importante' que um candidato tenha propostas relacionadas a causas que elas consideram prioritárias (educação e saúde).



A maioria das empreendedoras não abre mão do voto.

56,4% discordam que tendem a anular, votar em branco ou se ausentar, enquanto apenas 16,3% que concordam. Outras 27,3% não souberam ou preferiram não responder.

EMPREENDEADORAS QUE SE SENTEM REPRESENTADAS NA POLÍTICA

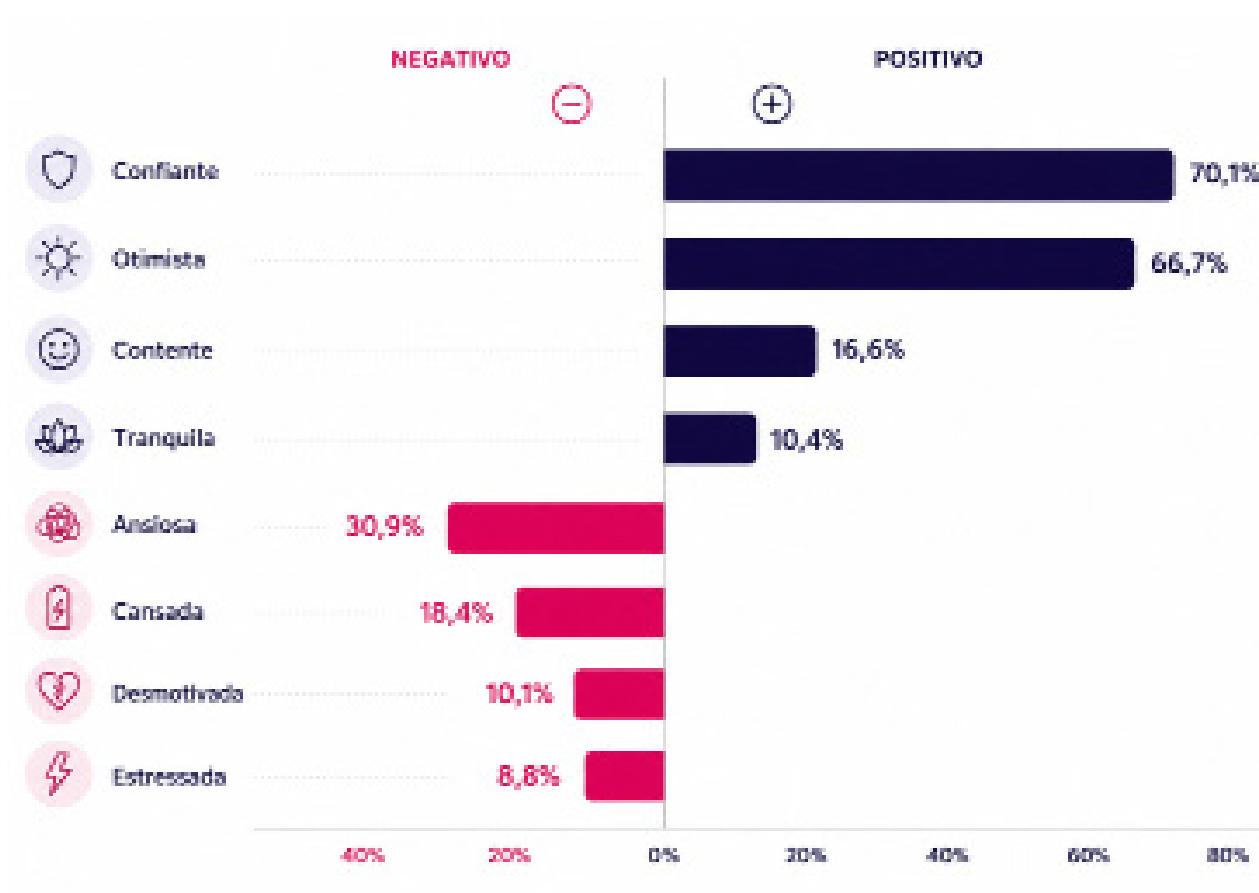


47,6% não se sente representada como empreendedora e um quarto sequer se posiciona - apontando uma relação ainda distante com o sistema político.

6. COMO AS EMPREENDEDORAS VEEM O FUTURO?



COMO SE SENTE SOBRE O FUTURO DO NEGÓCIO



Apesar dos desafios, as empreendedoras se mostram esperançosas quanto ao futuro de seus negócios.

70,1%

estão confiantes.

66,7%

estão otimistas.

Os desafios estruturais que se reproduzem nas vivências das empreendedoras não são falhas individuais.



CUIDADO E SOBRECARGA

A carga do trabalho de cuidado e a sobrecarga na **conciliação das jornadas** de trabalho são determinantes que atravessam as vivências de todas as empreendedoras, **comprometendo a saúde mental e a expansão dos próprios negócios.**



RENDA E CAPACITAÇÃO

As empreendedoras se mostram esperançosas e confiantes com um futuro mais próspero e se reconhecem como **agentes de transformação** social da realidade. **A capacitação e o estudo** são vistos como oportunidades de **crescimento** pessoal e do negócio.



POLÍTICA E REPRESENTAÇÃO

O fortalecimento do empreendedorismo feminino não depende apenas de iniciativas pontuais, mas de **políticas e projetos que reconheçam as mulheres como agentes econômicas**, com suas especificidades e necessidades.

A pesquisa apresenta um campo de oportunidades para investimentos públicos e privados, para que **empreender deixe de ser um ato de resistência e se torne, efetivamente, um caminho de autonomia.**

7.

CAMINHOS PARA A TRANSFORMAÇÃO E O PAPEL DA RME

CRÉDITO E CAPITAL

CAMINHO:

Crédito acessível e orientado; priorização de mulheres no acesso a capital; ampliação de mecanismos de capital semente e apoio financeiro.



ATUAÇÃO DA RME:

Fundo de Impacto e Renda para Mulheres Empreendedoras (**FIRME**), iniciativas de **capital semente** e de **parcerias** com instituições financeiras: apoio financeiro, formação e mentoria.

FORMALIZAÇÃO

CAMINHO:

Capacitação em gestão e finanças; apoio à formalização; ampliação do acesso a informações e serviços para organização dos negócios.



ATUAÇÃO DA RME:

Plataforma de Cursos e de capacitações presenciais: formações e programas de aceleração

ACESSO A MERCADOS

CAMINHO:

Compras inclusivas, públicas e privadas; novos canais de venda; acesso a mercados nacionais e internacionais; capacitação em marketing e mídias digitais.

ATUAÇÃO DA RME:

RME Conecta, RME Acelera e programas realizados com empresas parceiras: fortalecimento das capacidades comerciais e oportunidades de acesso a novos mercados.

CUIDADO E REDES

CAMINHO:

Reconhecimento e redistribuição do trabalho de cuidado; fortalecimento de redes de apoio; criação de soluções que considerem as múltiplas jornadas das mulheres.

ATUAÇÃO DA RME:

Clube RME, RME Mentorias, Comunidade RME, Cafés e Viradas Empreendedoras, festivais, conexões e ações territoriais.

VOZ E REPRESENTATIVIDADE

CAMINHO:

Priorização das mulheres nas políticas públicas; incidência baseada em dados; ampliação da participação das empreendedoras em espaços de decisão.

ATUAÇÃO DA RME:

LAB – Laboratório de Gênero e Empreendedorismo: produção de pesquisas e contribuição para a construção de soluções mais inclusivas.



A stylized, low-poly illustration of a city skyline in shades of purple and blue. In the background, a Ferris wheel is visible. The overall aesthetic is modern and graphic.

*"Quando as mulheres prosperam financeiramente,
tendem a reinvestir na educação dos filhos,
na família e na comunidade ao redor"*

(Ana Fontes)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Camarano, Ana Amélia; Pinheiro, Luana (org.). **Cuidar, verbo transitivo: caminhos para a provisão de cuidados no Brasil**. Rio de Janeiro: Ipea, 2023. il. color. ISBN: 978-65-5635-057-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/9786556350578>.

DataSenado. **Pesquisa Nacional de Violência contra a Mulher**. Instituto de Pesquisa DataSenado e Secretaria de Transparência. Brasília, 2025. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/materias/relatorios-de-pesquisa/pesquisa-nacional-de-violencia-contra-a-mulher-datasenado-2025>

Fernandes, Claudia Monteiro. **Precisamos falar sobre a economia do cuidado nas metrópoles brasileiras**. In: Brasil de Fato, Reforma Urbana e Direito à Cidade nas Metrópoles. Brasília, 7 de julho de 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/07/07/precisamos-falar-sobre-a-economia-do-cuidado-nas-metropoles-brasileiras#:~:text=Chamaremos%20aqui%20de%20E2%80%9CEconomia%20do,utilizadas%20nas%20pesquisas%20oficiais%20brasileiras>.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2025**. Recorte Temático - Sexo. GERA, Anegepe e SEBRAE. 2025.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Trabalho Doméstico e de Cuidados não Remunerado**. Retrato - Indicadores. Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/porta/categorias/270-retratos-indicadores/retratos-indicadores-trabalho-domestico-e-de-cuidados-nao-remunerado>

Ministério das Mulheres. Observatório Brasil da Igualdade de Gênero. **Relatório Anual Socioeconômico da Mulher (RASEAM) 2026**. Brasília: Ministério das Mulheres, 2026.

MEMP - Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Secretaria Nacional de Ambiente de Negócios. Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração (DREI). Painel **Mapa de Empresas: Observatório de Empreendedorismo Feminino no Brasil**. Brasília, DF: MEMP/SANE/DREI, 2026.

TSE - Tribunal Superior Eleitoral. **Dados Abertos** - Dataset, Jus. Brasil, 2024. Disponível em: <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/>



Baixe a pesquisa:



 rme.net.br

 redemulherempreendedora

 rede-mulher-empreendedora

 institutorme.net.br

 institutorme@rme.net.br

Ao utilizar qualquer dado ou informação desta pesquisa, é obrigatória a citação da fonte.

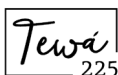
Realização



Parceria



Patrocínio



Apoio



Pacto Global
Rede Brasil

FIA BUSINESS
SCHOOL
Quem sabe lidera.